



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไป
ยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์

Competitiveness of Precious Stones Industries from Thailand to Switzerland

นามผู้วิจัย นางสาวสุชาดา พชรวิภาวงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์จิรพรรณ กุลดิถก, ศ.ม.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(รองศาสตราจารย์เรวัต ธรรมมาภิรมย์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย
ไปยังสวิตเซอร์แลนด์

Competitiveness of Precious Stones Industries from Thailand to Switzerland

โดย

นางสาวสุชาดา พัชรวิภาวงศ์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สุชาติ พัทธวิภาวศ์ 2553: ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
ของไทยไปยังสวิตเซอร์แลนด์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชา
เศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์จรพรรณ กุลดิลก, ศ.ม. 161 หน้า

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันความได้เปรียบของประเทศไทยลดลงเนื่องจากปัญหาการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษี ยังมีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบจึงส่งผลให้ความสามารถทางการแข่งขันของไทยในอุตสาหกรรมนี้ลดลงและอาจเสียเปรียบทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ ดังนั้นหากประเทศไทยไม่ปรับตัวไปสู่การผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพสูงขึ้นจนที่ที่ยอมรับแล้ว ตลาดส่งออกของไทยก็จะถูกแทนที่ด้วยประเทศที่สามารถปรับตัวได้ดีกว่า และสินค้ามีคุณภาพดีกว่า

ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) พบว่าทั้งประเทศไทยและฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และเมื่อพิจารณา 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากร พบว่าประเทศไทยและฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเหมือนกันในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ได้แก่ รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) / ทองคำ / เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ และทำการศึกษาความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด (CMS) โดยศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่เพิ่มขึ้น โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก โดยตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด คือ ตลาดสวิตเซอร์แลนด์ เมื่อพิจารณาแยกตามพิกัดศุลกากรทั้ง 18 หมวดย่อย พบว่าทองคำมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ผลจากการส่งออกถูกกีดกันทาง โดยตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดคือ ตลาดออสเตรเลีย และเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก โดยตลาดที่มีอัตราการขยายตัวมากที่สุด คือ ตลาดออสเตรเลีย

จากการวิเคราะห์หาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่าประเทศไทยมีการส่งออกไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ได้ถูกกีดกัน และพบว่าความมุ่งเน้นการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ คือ ทองคำ และ เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้

ลายมือชื่อนิติสด

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Suchada Patcharaviphawong 2010: Competitiveness of Precious Stones Industries from Thailand to Switzerland. Master of Economics, Major Field: Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Chiraphan Kuladilok, M.Econ. 161 pages.

Precious Stones industries have been ranked top ten of Thailand's export and became the origin of foreign important currency which there is growth rate continuously. At present Thailand's advantage in this industries tends to decrease because of canceled way tax privilege and shortage of raw materials then effect to competition of Thailand ability in this industry is down and a disadvantage competition when compared with countries where have natural fertile resources. Moreover, the effect from economic crisis (Hamburger Crisis). If Thailand's Precious Stones industries do not improve the quality of its products in order to raise the value added, its major export markets may be replaced by the countries of adaptable and quality products.

The study use the concept framework of Revealed Competitive Advantage (RCA) for analyzing show that Thailand and Hongkong PRECIOUS STONE Industries have the competitive advantage in Switzerland and consideration of 18 sub-harmonizes show that Thailand and Hongkong have the competitive advantage in Switzerland same such as Precious stone and semi-precious stone / Gold / Articles of jewelry and parts there of jewelry but Hongkong has more competitive advantage than Thailand. And then the study of Constant Market Share model (CMS) for analyze to change of PRECIOUS STONE Thailand's export during the period 2001 – 2007 compare the period 2008 show that Thailand has increase of PRECIOUS STONE Thailand's export by the factor most effect be from the growth of all world exporting. Moreover, export to the right direction of Thailand goes to the growth market where the most of growth is Australia. and consideration of 18 sub-harmonize show that have a the most of value for Thailand's export for example Gold by the factor most effect be to exporting the right direction of Thailand goes to the growth market where the most of growth is Australia. And Articles of jewelry by the factor most effect be from the growth of all world exporting and market has the most of growth is Australia.

The results of the study show that Thailand should emphasize Precious Stones exported such as Gold and Articles of jewelry.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รศ.จิรพรรณ กุลคิดลิก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ รศ.ดร. เรวัต ธรรมมาภิรมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตศึกษาภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และหน่วยงานอื่นๆในสังกัดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่อำนวยความสะดวก รวมถึงผู้เขียนตำราเอกสาร บทความต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้เลี้ยงเห็นคุณค่าและความสำคัญของการศึกษา และคอยเป็นผู้ให้การสนับสนุนอยู่เบื้องหลังของการศึกษาวิจัยเสมอมา หากมีข้อผิดพลาดบกพร่องประการใดในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ทุกประการ

สุชาดา พัชรวิภาวงศ์

เมษายน 2553

สารบัญ

| | หน้า |
|--|---------|
| สารบัญตาราง | (3) |
| สารบัญภาพ | (11) |
| บทที่ 1 บทนำ 1 | |
| ความสำคัญของปัญหา 1 | |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 12 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 12 |
| ขอบเขตของการวิจัย | 13 |
| วิธีการศึกษา | 14 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 14 |
| แนวคิดในการวิเคราะห์ | 14 |
| บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี | 16 |
| ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ | 16 |
| แนวคิดตามแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ | 19 |
| การตรวจเอกสาร | 23 |
| บทที่ 3 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ | 26 |
| วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ | 2 6 |
| นิยามของอัญมณีและเครื่องประดับ | 29 |
| คุณสมบัติของอัญมณี | 29 |
| ประเภทของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย | 30 |
| การเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ | 3 7 |
| การค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก | 41 |
| ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ | 42 |
| ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยกับประเทศสวิตเซอร์แลนด์ | 47 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นฮ่องกง | 48 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ | 51 |
| ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ 5 | 1 |
| การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ | 67 |
| ผลการวิเคราะห์ค่าการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลง ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 113 |
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ | 119 |
| สรุป | 119 |
| ข้อเสนอแนะ | 122 |
| เอกสารและสิ่งอ้างอิง | 125 |
| ภาคผนวก | 128 |
| ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง | 129 |
| ภาคผนวก ข การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับของไทยโดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ | 137 |
| ประวัติการศึกษาและการทำงาน | 161 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 1 | แสดงมูลค่าการส่งออก - นำเข้ารายปี ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551 | 2 |
| 2 | แสดงมูลค่าสินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรกของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551 | 4 |
| 3 | แสดงอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรก ของประเทศไทยของไทยไปประเทศต่างๆ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2551 | 5 |
| 4 | แสดงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 | 6 |
| 5 | แสดงมูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 | 9 |
| 6 | แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 | 10 |
| 7 | แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 | 11 |
| 8 | แสดงอัญมณีที่ได้รับความนิยม | 31 |
| 9 | แสดงอันดับความน่าเชื่อถือของอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกง | 50 |
| 10 | แสดงชนิดของอัญมณีและเครื่องประดับ ตามพิกัดศุลกากร | 52 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 11 | แสดงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกของอัญมณีและเครื่องประดับ (พิกัดศุลกากรที่ 71) และจำแนกออกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากรของประเทศไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ | 59 |
| 12 | แสดงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกของอัญมณีและเครื่องประดับ (พิกัดศุลกากรที่ 71) และจำแนกออกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากรของฮ่องกงไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ | 66 |
| 13 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ Hs.71 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 69 |
| 14 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ Hs.71 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 69 |
| 15 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7101 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 71 |
| 16 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7101 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 71 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 17 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7102 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 73 |
| 18 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7102 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 74 |
| 19 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7103 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 76 |
| 20 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7103 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 76 |
| 21 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7104 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 78 |
| 22 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7104 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 79 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 23 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7105 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 81 |
| 24 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7105 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 81 |
| 25 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7106 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 83 |
| 26 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7106 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 84 |
| 27 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7107 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 86 |
| 28 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7107 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 86 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 29 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7108 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 88 |
| 30 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7108 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 89 |
| 31 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7110 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 91 |
| 32 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7110 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 91 |
| 33 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7111 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 93 |
| 34 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7111 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 93 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 35 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7112 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 96 |
| 36 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7112 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 96 |
| 37 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7113 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 98 |
| 38 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7113 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 99 |
| 39 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7114 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 101 |
| 40 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7114 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 101 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 41 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7115 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 104 |
| 42 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7115 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 104 |
| 43 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7116 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 106 |
| 44 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7116 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 107 |
| 45 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7117 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 109 |
| 46 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7117 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 109 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 47 | แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7118 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 112 |
| 48 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.7118 ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกใน การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 112 |
| 49 | ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 114 |
| 50 | แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 | 115 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1 | แสดงมูลค่าการส่งออก - นำเข้ารายปี ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551 | 2 |
| 2 | แสดง โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยโดยรวม | 32 |
| 3 | แสดง ขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับ | 35 |
| 4 | แสดง โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย | 37 |
| 5 | แสดง การสรุป ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงมูลค่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (HS.71) | 116 |
| 6 | แสดง การสรุป ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงมูลค่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (HS.7101 - HS.7118) | 117 |
| 7 | แสดง อัตราการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับไปยังตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (Hs.71) | 117 |
| 8 | แสดง อัตราการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกทองคำไปยัง ตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (Hs.7108) | 117 |

สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 9 | แสดงอัตราการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมด และการส่งออกทองคำไปยัง ตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2551 (Hs.7113) | 118 |



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์การส่งออกถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หลังจากทีประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในปี พ.ศ. 2540 ต่อเนื่องด้วยวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ในปี พ.ศ. 2551 ส่งผลให้สถานะเศรษฐกิจการค้ำมีการชะลอตัวอย่างรวดเร็ว หลายประเทศมีการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ที่มีการแข่งขันมากขึ้นส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม การขยายตัวของประเทศหยุดชะงักประสบกับปัญหาการว่างงานและการขาดดุลการค้า จากสถิติการส่งออกและการนำเข้าของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551 (ตารางที่ 1 และภาพที่ 1) พบว่ามูลค่าการส่งออกและการนำเข้ามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่อัตราการขยายตัวยังไม่คงที่ ซึ่งแสดงถึงการขาดเสถียรภาพของการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

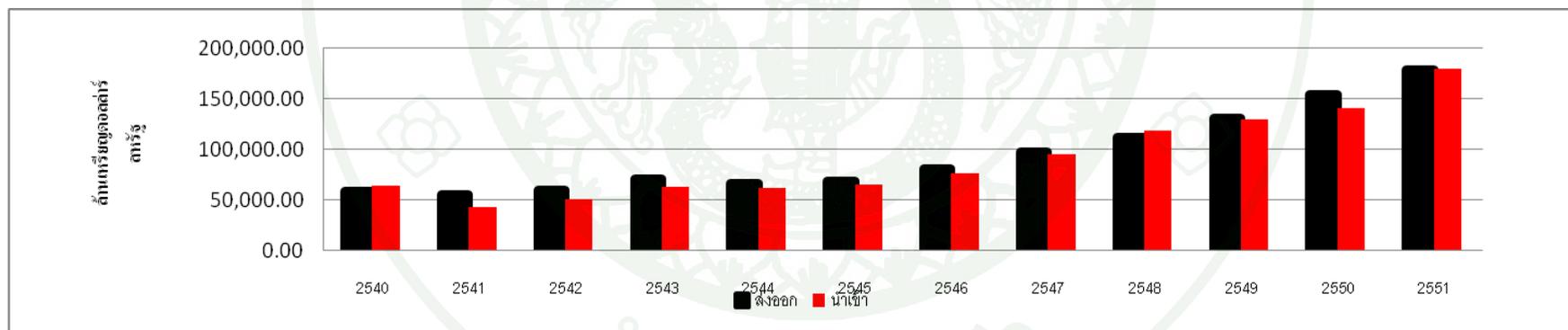
ผลกระทบจากการที่ประเทศไทยเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา ทำให้ต้องประสบกับปัญหาการว่างงานและการขาดดุลการค้า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องได้มีการก่อตั้งสถาบันอัญมณีศาสตร์ (AIGS) เมื่อปี พ.ศ. 2521 และถือเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำทางด้านอัญมณีแห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้ระดับมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับทั่วโลก อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีลักษณะเป็นหัตถอุตสาหกรรม เริ่มพัฒนาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมจนถึงขนาดใหญ่ มีการใช้แรงงานที่มีฝีมือเป็นอย่างมาก (Skilled-Labor Intensive) เกิดการจ้างงานอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลจึงได้เริ่มให้การส่งเสริมทางการลงทุน มาตรการทางด้านภาษี อีกทั้งยังร่วมมือกับภาคเอกชนในการส่งเสริมทางการตลาด และร่วมทำข้อตกลงกับต่างประเทศเพื่อสนับสนุนการผลิตในอุตสาหกรรมนี้

ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าการส่งออก - นำเข้ารายปี ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปี | 2540 | 2541 | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ส่งออก | 58,329.4 | 54,490.1 | 58,463.4 | 69,624.2 | 65,183.2 | 68,156.3 | 80,040.0 | 96,502.8 | 110,937.7 | 129,720.4 | 153,865.0 | 177,775.2 |
| นำเข้า | 63,180.8 | 42,434.5 | 49,914.6 | 62,180.4 | 61,652.8 | 64,240.3 | 75,034.0 | 94,034.5 | 118,175.2 | 128,772.3 | 139,958.9 | 179,223.3 |
| ดุลการค้า | -4,851.4 | 12,055.6 | 8,548.8 | 7,443.9 | 3,530.5 | 3,916.0 | 5,006.0 | 2,468.3 | -7,237.6 | 948.1 | 13,906.1 | -1,448.1 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)



ภาพที่ 1 แสดงมูลค่าการส่งออก - นำเข้ารายปีของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตลาดรองรับอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มี 2 ตลาด คือ ตลาดภายในประเทศ และ ตลาดต่างประเทศ ซึ่งตลาดต่างประเทศมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด จากข้อมูลสถิติสินค้าส่งออกของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551 พบว่าในระยะเวลา 8 ปีนี้มีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ที่ร้อยละ 5.45 18.07 15.95 5.21 22.19 13.48 46.71 และ 53.67 ตามลำดับ (ตารางที่ 2 และตารางที่ 3) ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมนี้จะได้รับผลกระทบจากปัญหาทางเศรษฐกิจ แต่แนวโน้มของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ยังคงสูงขึ้น เนื่องจากอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาแพง ดังนั้น ตลาดสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยจึงเป็นประเทศที่มีระดับการพัฒนาระดับสูงและประชากรมีระดับรายได้ต่อหัวสูงมากพอที่จะบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยได้ ซึ่งประเทศคู่ค้าหลักของประเทศไทยในหมวดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจึงมีค่อนข้างจำกัด

ประเทศสหรัฐอเมริกาถือเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2551 ทำให้มีการลดการนำเข้าในสินค้าหลายประเภทจากประเทศไทย อีกทั้งยังมีผลกระทบจากการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) ในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับแสดงถึงการส่งสัญญาณที่ไม่ดีต่อการค้าประเทศไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในปัจจุบันพบว่าตลาดการค้าใหม่ที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุนและยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักคือตลาดในแถบสแกนดิเนเวีย การนำสินค้าที่มีคุณภาพเข้าไปในตลาดก่อนนั้นจะทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศคู่แข่งจึงเป็นช่องทางที่ดีที่ประเทศไทยจะสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดในแถบนี้ได้ เมื่อพิจารณาประเทศในตลาดแถบสแกนดิเนเวียพบว่าประเทศสวีตเซอร์แลนด์ถือเป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับส่งออกสำคัญของไทย โดยการส่งออกไปประเทศสวีตเซอร์แลนด์มีการขยายตัวมาก สถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศสวีตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 (ตารางที่ 4) มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่าประเทศสวีตเซอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีแนวโน้มอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง โดยตลอดระยะเวลา 8 ปี มีมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ที่ 81.62 234.75 397.71 97.72 120.17 210.63 582.08 และ 1,284.41 ล้านบาทหรือดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงมูลค่าสินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรกของประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

| รายการ | 2540 | 2541 | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 7,103.00 | 7,851.00 | 8,122.00 | 8,740.00 | 7,947.00 | 7,430.00 | 8,190.00 | 9,186.00 | 11,849.00 | 14,869.00 | 17,332.00 | 18,384.00 |
| 2. รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ | 1,064.00 | 1,241.00 | 1,902.00 | 2,419.00 | 2,655.00 | 2,919.00 | 3,966.00 | 5,495.00 | 7,745.00 | 9,524.00 | 12,978.00 | 15,586.00 |
| 3. อัญมณีและ เครื่องประดับ | 2,287.00 | 1,815.00 | 1,766.00 | 1,742.00 | 1,837.00 | 2,169.00 | 2,515.00 | 2,646.00 | 3,233.00 | 3,668.00 | 5,382.00 | 8,270.00 |
| 4. เสื้อผ้าสำเร็จรูป | 3,122.00 | 2,987.00 | 2,916.00 | 3,133.00 | 2,914.00 | 2,722.00 | 2,760.00 | 3,089.00 | 3,150.00 | 3,199.00 | 3,052.00 | 3,088.00 |
| 5. แผงวงจรไฟฟ้า | 2,481.00 | 2,279.00 | 2,945.00 | 4,484.00 | 3,512.00 | 3,308.00 | 4,625.00 | 4,903.00 | 5,951.00 | 7,030.00 | 8,418.00 | 7,241.00 |
| 6. ยางพารา | 1,897.00 | 1,319.00 | 1,159.00 | 1,525.00 | 1,326.00 | 1,740.00 | 2,788.00 | 3,429.00 | 3,710.00 | 5,397.00 | 5,640.00 | 6,792.00 |
| 7. ข้าว | 2,075.00 | 2,099.00 | 1,949.00 | 1,641.00 | 1,583.00 | 1,632.00 | 1,839.00 | 2,693.00 | 2,329.00 | 2,583.00 | 3,467.00 | 6,204.00 |
| 8. เม็ดพลาสติก | 737.00 | 990.00 | 1,251.00 | 1,866.00 | 1,615.00 | 1,755.00 | 2,148.00 | 3,105.00 | 4,198.00 | 4,499.00 | 5,212.00 | 5,520.00 |
| 9. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์ | 844.00 | 906.00 | 954.00 | 1,399.00 | 1,091.00 | 1,250.00 | 1,687.00 | 2,478.00 | 2,896.00 | 3,529.00 | 4,571.00 | 5,361.00 |
| 10. ผลิตภัณฑ์ยาง | 807.00 | 866.00 | 875.00 | 1,060.00 | 1,095.00 | 1,260.00 | 1,556.00 | 1,944.00 | 2,351.00 | 3,082.00 | 3,654.00 | 4,550.00 |
| รวมส่งออก 10 รายการ | 22,417.00 | 22,353.00 | 23,839.00 | 28,009.00 | 25,575.00 | 26,185.00 | 32,074.00 | 38,968.00 | 47,412.00 | 57,380.00 | 69,706.00 | 80,996.00 |
| อื่นๆ | 35,912.00 | 32,137.00 | 34,624.00 | 41,615.00 | 39,608.00 | 41,971.00 | 47,966.00 | 57,535.00 | 63,526.00 | 72,340.00 | 84,159.00 | 96,779.00 |
| รวมสินค้าส่งออกทั้งสิ้น | 58,329.00 | 54,490.00 | 58,463.00 | 69,624.00 | 65,183.00 | 68,156.00 | 80,040.00 | 96,503.00 | 110,938.00 | 129,720.00 | 153,865.00 | 177,775.00 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางที่ 3 แสดงอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกสำคัญ 10 รายการแรกของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541– พ.ศ. 2551

(อัตราการขยายตัว

: ร้อยละ)

| รายการ | 2541 | 2542 | 2543 | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|--|--------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|
| 1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ | 10.53 | 3.45 | 7.61 | -9.07 | -6.51 | 10.23 | 12.16 | 28.99 | 25.49 | 16.56 | 6.07 |
| 2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 16.64 | 53.26 | 27.18 | 9.76 | 9.94 | 35.87 | 38.58 | 40.95 | 22.97 | 36.26 | 20.09 |
| 3. อัญมณีและเครื่องประดับ | -20.64 | -2.70 | -1.36 | 5.45 | 18.07 | 15.95 | 5.21 | 22.19 | 13.48 | 46.71 | 53.67 |
| 4. เสื้อผ้าสำเร็จรูป | -4.32 | -2.38 | 7.44 | -6.99 | -6.59 | 1.40 | 72.83 | 33.37 | 55.13 | 12.28 | 93.14 |
| 5. แผงวงจรไฟฟ้า | -8.14 | 29.22 | 52.26 | -21.68 | -5.81 | 39.81 | 6.02 | 21.37 | 18.14 | 19.75 | -13.98 |
| 6. ยางพารา | -30.47 | -12.13 | 31.58 | -13.05 | 31.22 | 60.23 | 22.99 | 8.21 | 45.46 | 4.51 | 20.42 |
| 7. ข้าว | 1.16 | -7.15 | -15.8 | -3.53 | 3.10 | 12.68 | 46.85 | -13.52 | 10.91 | 34.24 | 78.92 |
| 8. เม็ดพลาสติก | 34.33 | 26.36 | 49.16 | -13.45 | 8.67 | 22.39 | 44.51 | 35.23 | 7.41 | 15.87 | 5.90 |
| 9. เหล็ก เหล็กกล้า-ผลิตภัณฑ์ | 7.35 | 5.30 | 46.65 | -22.02 | 14.57 | 34.96 | 46.86 | 16.86 | 21.86 | 29.53 | 17.31 |
| 10. ผลิตภัณฑ์ยาง | 7.31 | 1.04 | 21.14 | 3.30 | 15.07 | 23.49 | 24.88 | 20.97 | 31.98 | 18.55 | 24.52 |
| รวมส่งออก 10 รายการ | -0.29 | 6.65 | 17.49 | -8.69 | 2.38 | 22.49 | 24.11 | 23.84 | 24.06 | 22.34 | 21.30 |
| อื่นๆ | -10.51 | 7.74 | 20.19 | -4.82 | 5.97 | 14.28 | 18.41 | 9.28 | 11.76 | 15.62 | 10.64 |
| รวมสินค้าส่งออกทั้งสิ้น | -6.58 | 7.29 | 19.09 | -6.38 | 4.56 | 17.44 | 20.57 | 14.96 | 16.93 | 18.61 | 15.54 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางที่ 4 แสดงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| HS. | รายการ | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------|--|-----------|------------|------------|-----------|------------|------------|------------|--------------|
| 71 | อัญมณีและเครื่องประดับ | 81,621.00 | 234,753.00 | 397,711.00 | 97,720.00 | 120,174.00 | 210,627.00 | 582,081.00 | 1,284,412.00 |
| 7101 | ไข่มุก | 37.00 | 270.00 | 157.00 | 219.00 | 52.00 | 33.00 | 22.00 | 163.00 |
| 7102 | เพชร | 1,029.00 | 7,761.00 | 3,009.00 | 2,392.00 | 69,544.00 | 57,169.00 | 64,517.00 | 87,569.00 |
| 7103 | รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ | 17,071.00 | 14,071.00 | 9,878.00 | 12,492.00 | 13,098.00 | 17,029.00 | 24,482.00 | 49,671.00 |
| 7104 | อัญมณีสังเคราะห์ | 1,051.00 | 289.00 | 338.00 | 299.00 | 281.00 | 22,115.00 | 22,750.00 | 162.00 |
| 7105 | ฝุ่นผงของรัตนชาติ | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7106 | เงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป | 0.00 | 0.00 | 1,440.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7107 | โลหะที่หุ้มด้วยเงิน | 27.00 | 102.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7108 | ทองคำ | 10,719.00 | 158,554.00 | 318,108.00 | 33,536.00 | 6,029.00 | 92,434.00 | 436,025.00 | 1,014,532.00 |
| 7109 | โลหะเงินที่หุ้มด้วยทองคำ | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 |
| 7110 | แพลทินัม | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 5.00 | 0.00 | 0.00 | 5.00 | 0.00 |
| 7111 | โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7112 | เศษที่ใช้ไม่ได้ ทำด้วยโลหะมีค่า | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 13.00 | 0.00 |
| 7113 | เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของแท้ | 31,125.00 | 32,196.00 | 33,174.00 | 22,171.00 | 29,980.00 | 20,422.00 | 33,222.00 | 117,439.00 |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| HS. | รายการ | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|--------|-----------|
| 7114 | เครื่องทองหรือเครื่องเงิน และส่วนประกอบ | 129.00 | 4.00 | 1.00 | 86.00 | 113.00 | 78.00 | 119.00 | 274.00 |
| 7115 | ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่า | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 18.00 | 6.00 | 0.00 | 0.00 | 24.00 |
| 7116 | ของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุก รัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ | 0.00 | 10.00 | 34.00 | 108.00 | 1.00 | 3.00 | 0.00 | 2.00 |
| 7117 | เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม | 20,433.00 | 21,496.00 | 31,572.00 | 26,394.00 | 1,070.00 | 1,344.00 | 926.00 | 14,575.00 |
| 7118 | เหรียญกษาปณ์ หมวดโลหะมีค่า | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 (ตารางที่ 5) เท่ากับ 7,245.45 6,417.51 6,014.40 7,010.60 7,932.55 11,222.26 9,812.96 และ 13,014.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ พบว่าประเทศไทยสามารถรองตลาดสวิสเซอร์แลนด์ได้ร้อยละ 1.13 3.66 6.61 1.39 1.51 1.88 5.93 และ 9.85 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) ซึ่งมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศสวิสเซอร์แลนด์และมูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยจากทั่วโลก มีมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ประเทศไทยยังมีส่วนแบ่งตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศสวิสเซอร์แลนด์อยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นประเทศสวิสเซอร์แลนด์จึงเป็นตลาดที่น่าลงทุนของประเทศไทยที่จะขยายมูลค่าการส่งออกเพื่อให้สูงขึ้นจากเดิม

ในช่วงปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2551 ประเทศไทยประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาการถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) จากประเทศสหรัฐอเมริกาและสเปน ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศ จึงต้องมีการนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มีต้นทุนที่สูงขึ้นและความสามารถในการแข่งขันก็ลดลง เป็นผลทำให้ประเทศผู้นำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากประเทศไทยเลือกทำการค้ากับประเทศอื่นที่มีต้นทุนต่ำกว่าในสินค้าระดับคุณภาพเดียวกัน คู่แข่งที่สำคัญในปัจจุบันของประเทศไทย คือ ฮองกง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ในช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 (ตารางที่ 7) เท่ากับ ร้อยละ 6.79 8.36 21.28 13.78 9.96 13.16 17.71 และ 14.21 ตามลำดับ ซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดในระดับที่สูงกว่าประเทศไทย ดังนั้น จากสภาพการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่ส่งผลให้ประเทศไทยมีความเสียเปรียบคู่แข่ง จึงมีประเด็นที่น่าสนใจโดยเป็นการศึกษาถึงความได้เปรียบ ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันอันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยต่อไป

ตารางที่ 5 แสดงมูลค่าสินค้านำเข้าที่สำคัญของประเทศสวีเดนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(หน่วย : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ฯ)

| HS. | รายการ | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|-----|----------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| 84 | เครื่องจักร | 10,693,072 | 10,675,252 | 12,065,135 | 13,605,028 | 14,664,570 | 15,842,975 | 18,310,654 | 20,737,152 |
| 30 | ผลิตภัณฑ์ยา | 5,987,853 | 7,048,495 | 8,303,628 | 10,627,648 | 11,753,783 | 13,577,927 | 15,450,567 | 16,377,399 |
| 71 | อัญมณีและเครื่องประดับ | 7,245,456 | 6,417,509 | 6,014,401 | 7,010,600 | 7,932,549 | 11,222,262 | 9,812,957 | 13,041,088 |
| 85 | อุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ | 7,532,945 | 6,916,741 | 8,059,247 | 9,568,108 | 10,403,168 | 10,932,218 | 12,931,074 | 14,499,073 |
| 27 | เชื้อเพลิงธรรมชาติ | 3,855,627 | 4,465,578 | 5,203,172 | 6,321,530 | 9,053,663 | 11,237,381 | 10,967,635 | 16,393,297 |
| 87 | ยานหนะอื่นๆ | 7,084,172 | 7,026,782 | 8,019,260 | 9,073,369 | 9,164,304 | 9,413,168 | 10,848,569 | 12,575,867 |
| 29 | สารอินทรีย์ | 5,200,284 | 5,970,657 | 6,902,723 | 7,184,822 | 8,315,395 | 8,037,264 | 10,807,007 | 10,496,684 |
| 90 | อุปกรณ์ถ่ายภาพ | 2,783,619 | 3,023,686 | 3,388,584 | 4,025,667 | 4,415,962 | 4,946,427 | 5,444,232 | 6,428,395 |
| 39 | พลาสติก | 2,826,522 | 2,972,689 | 3,618,035 | 4,305,304 | 4,649,936 | 5,161,711 | 6,090,538 | 6,779,508 |
| 94 | เฟอร์นิเจอร์ | 1,937,809 | 2,064,681 | 2,398,191 | 2,689,642 | 2,889,740 | 3,092,232 | 3,728,420 | 4,086,876 |
| | อื่นๆ | 28,954,393 | 30,744,794 | 36,379,376 | 41,557,338 | 43,330,610 | 47,935,955 | 56,788,539 | 62,100,181 |
| | สินค้าทั้งหมด | 84,101,752 | 87,326,864 | 100,351,752 | 115,969,056 | 126,573,680 | 141,399,520 | 161,180,192 | 183,515,520 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางที่ 6 แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในประเทศ
สวีตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

| ปี | มูลค่าการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับของไทยไปยัง สวีตเซอร์แลนด์ (หน่วย : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ) | มูลค่าการนำเข้าอัญมณีและ เครื่องประดับของประเทศ สวีตเซอร์แลนด์ (หน่วย : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ) | สัดส่วนการครอง ตลาดของประเทศ ไทยในตลาด สวีตเซอร์แลนด์ (หน่วย : ร้อยละ) |
|------|--|--|--|
| 2544 | 81,621 | 7,245,456 | 1.13 |
| 2545 | 234,753 | 6,417,512 | 3.66 |
| 2546 | 397,711 | 6,014,402 | 6.61 |
| 2547 | 97,720 | 7,010,601 | 1.39 |
| 2548 | 120,174 | 7,932,550 | 1.51 |
| 2549 | 210,627 | 11,222,263 | 1.88 |
| 2550 | 582,081 | 9,812,958 | 5.93 |
| 2551 | 1,284,412 | 13,041,089 | 9.85 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

ตารางที่ 7 แสดงส่วนแบ่งตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงในประเทศ
สวีตเซอร์แลนด์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

| ปี | มูลค่าการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับของฮ่องกงไปยัง สวีตเซอร์แลนด์ (หน่วย : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ) | มูลค่าการนำเข้าอัญมณีและ เครื่องประดับของประเทศ สวีตเซอร์แลนด์ (หน่วย : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ) | สัดส่วนการครอง ตลาดของฮ่องกงใน สวีตเซอร์แลนด์ (หน่วย : ร้อยละ) |
|------|--|---|---|
| 2544 | 492,232 | 7,245,456 | 6.79 |
| 2545 | 536,557 | 6,417,512 | 8.36 |
| 2546 | 1,279,903 | 6,014,402 | 21.28 |
| 2547 | 966,132 | 7,010,601 | 13.78 |
| 2548 | 789,854 | 7,932,550 | 9.96 |
| 2549 | 1,477,104 | 11,222,263 | 13.16 |
| 2550 | 1,737,519 | 9,812,958 | 17.71 |
| 2551 | 1,852,859 | 13,041,089 | 14.21 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยและประเทศคู่แข่งชั้นสองรวมถึงศึกษาระเบียบข้อบังคับ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยกับประเทศคู่แข่งชั้น (สองง) ต่อประเทศสวิตเซอร์แลนด์
3. เพื่อศึกษาความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด (Constant Market Share : CMS) โดยวิเคราะห์การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยและประเทศคู่แข่ง (สองง) รวมถึงศึกษาระเบียบข้อบังคับ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สำหรับเป็นข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
2. เพื่อให้ทราบถึงความได้เปรียบของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง (สองง) ต่อประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
3. เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์การผลิตการตลาดได้อย่างเหมาะสม สำหรับนักลงทุนที่ต้องการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สำหรับเป็นข้อมูลในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

1. สินค้าทางการศึกษาอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบไปด้วยรหัสในการจำแนกตาม พิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนี (Harmonized Commodity Description and coding system : HS) คือ พิกัดศุลกากรที่ 71 โดยแยกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากร ดังนี้

พิกัดศุลกากรที่ 7101 ไข่มุก

พิกัดศุลกากรที่ 7102 เพชร

พิกัดศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย)

พิกัดศุลกากรที่ 7104 อัญมณีสังเคราะห์

พิกัดศุลกากรที่ 7105 ฝุ่นผงของรัตนชาติ

พิกัดศุลกากรที่ 7106 เงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป

พิกัดศุลกากรที่ 7107 โลหะที่หุ้มด้วยเงิน

พิกัดศุลกากรที่ 7108 ทองคำ

พิกัดศุลกากรที่ 7109 โลหะที่หุ้มด้วยทองคำ

พิกัดศุลกากรที่ 7110 แพลทินัม

พิกัดศุลกากรที่ 7111 โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม

พิกัดศุลกากรที่ 7112 เศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะมีค่า

พิกัดศุลกากรที่ 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของแท้

พิกัดศุลกากรที่ 7114 เครื่องทองหรือเงินและส่วนประกอบ

พิกัดศุลกากรที่ 7115 ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือหุ้มด้วยโลหะมีค่า

พิกัดศุลกากรที่ 7116 ของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุก รัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ

พิกัดศุลกากรที่ 7117 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม

พิกัดศุลกากรที่ 7118 เหรียญกษาปณ์

2. ประเทศคู่แข่งที่ทำการศึกษา คือ สหองกง

3. ตลาดที่ทำการศึกษา คือ สวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย

4. ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเป็นรายปี ช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

1.1 สภาพทั่วไปของการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทย รวมถึงระเบียบข้อบังคับ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันของประเทศคู่แข่ง คือ ฮองกง จากกรมเจรจาการค้า กระทรวงพาณิชย์ กรมโรงงานกระทรวง กรมศุลกากร สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทย และกระทรวงการต่างประเทศ

1.2 ข้อมูลนำเข้าและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยและประเทศคู่แข่ง จากกรมเจรจาการค้า

1.3 ลักษณะโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ จากสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทย และกรมส่งเสริมการค้าส่งออก

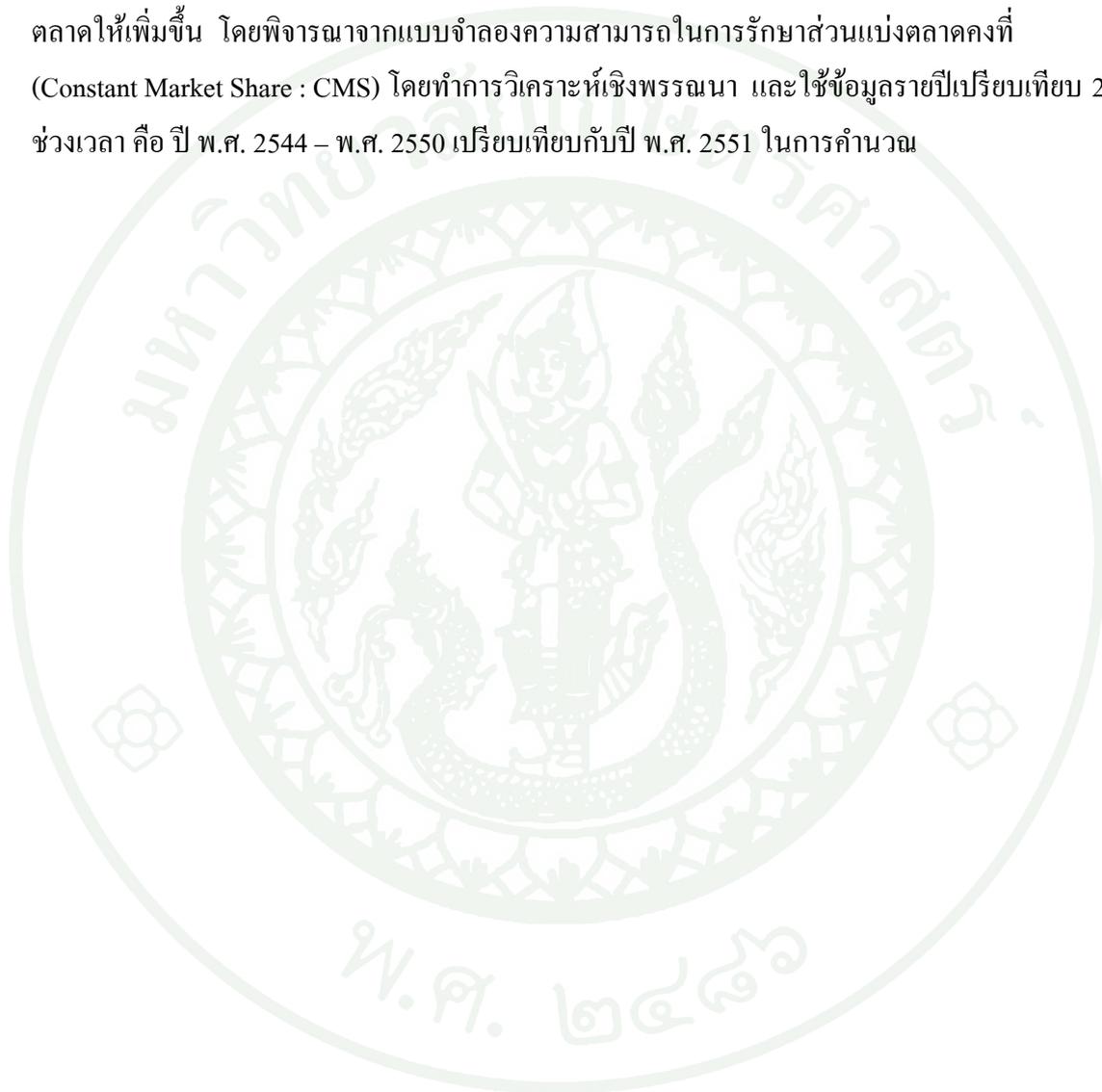
2. แนวคิดในการวิเคราะห์

2.1. ศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตในส่วนของกระบวนการตั้งแต่การขุดหา การตกแต่งอัญมณี จนกระทั่งทำเป็นเครื่องประดับสำเร็จรูป รวมถึงระเบียบข้อบังคับ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยและฮองกงไปยังประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

2.2 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยและฮองกง เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอัญมณี โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA)

ในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้ข้อมูลรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 ในการคำนวณ

2.3 การวิเคราะห์ความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เพื่อศึกษาความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาด ตลอดจนโอกาสในการหาช่องทางในการขยายตลาดให้เพิ่มขึ้น โดยพิจารณาจากแบบจำลองความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) โดยทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้ข้อมูลรายปีเปรียบเทียบ 2 ช่วงเวลา คือ ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 ในการคำนวณ



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังสวิสเซอร์แลนด์ ได้ใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกและใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดที่เป็นเครื่องมือในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยว่าเป็นผลมาจากปัจจัยใด

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้นๆ

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หมายถึง ความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ และประเทศทั้งสองจะทำการค้าขายกัน เมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งลักษณะความได้เปรียบนี้สามารถอธิบายเกี่ยวกับการผลิตและการค้าระหว่างประเทศต่างๆได้

จากแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ของ Adam Smith ซึ่งอธิบายว่าการค้าเกิดขึ้นจากการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ คือ ประเทศใดประเทศหนึ่งจะผลิตเฉพาะสินค้าที่มีความชำนาญ (ได้เปรียบในสินค้านั้นอย่างสมบูรณ์) แล้วนำมาแลกเปลี่ยนกับสินค้าของอีกประเทศหนึ่ง การที่ประเทศมีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าใดแสดงว่าประเทศนั้นสามารถผลิตสินค้านั้นด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าอีกประเทศหนึ่ง ทำให้ประเทศทั้งสองมีสินค้าบริโภคมากขึ้น โดยมีข้อสมมติว่าปัจจัยการผลิตมีเพียงชนิดเดียวคือแรงงาน และประสิทธิภาพของแรงงานในประเทศมีลักษณะเหมือนกัน นอกจากนี้แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศ แต่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้

ต่อมา David Ricardo ได้แสดงความคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติมจาก Adam Smith โดย David Ricardo ได้ให้แนวคิดที่ว่าประเทศ 2 ประเทศ จะทำการค้าขายกันเมื่อประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่า เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่ง โดยเน้นการค้าภายใต้ระบบการค้าเสรี แต่แต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยประเทศนั้นจะส่งออกสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าและนำเข้าสินค้าที่มีการผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าจากประเทศอื่น ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวตามแนวคิดของสำนักคลาสสิก คือแรงงานซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ และแรงงานการผลิตในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพการผลิตแตกต่างกันโดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้เกิดการค้ำระหว่างประเทศขึ้น โดยมีข้อสมมติว่าความพอใจในการบริโภคแต่ละประเทศเหมือนกัน เขาได้ข้อสรุปว่าประเทศหนึ่งควรส่งสินค้าออกที่ได้เปรียบทางการผลิตมากกว่า (Production Advantage) หรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือสามารถผลิตสินค้าชนิดนั้นอย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นในอีกประเทศหนึ่ง และส่งสินค้าเข้าที่ได้เปรียบทางการการผลิตต่ำ หรือมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ

ต่อมาแนวความคิดทฤษฎีการค้าดังกล่าวได้พัฒนาโดย Heckcher-Ohlin ซึ่งอธิบายว่าประเทศจะได้รับประโยชน์จากการผลิตและการค้าสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศ ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ แรงงานและทุน โดยมีข้อสมมติว่าปัจจัยการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศ แต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน จากแนวความคิดนี้ประเทศที่มีปัจจัยแรงงานจะส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานมากในการผลิต (Labor Intensive Commodities) จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของ Heckcher-Ohlin ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้นโยบายการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่าประเทศใดควรจะผลิตและส่งออกสินค้าอะไรโดยพิจารณาจากปัจจัยที่มีอยู่มากภายในประเทศ

ต่อมา Pual A. Samuelson ได้ปรับปรุงแนวความคิดของ Heckcher-Ohlin เป็นแนวความคิดที่เรียกกันว่า Heckcher-Ohlin-Samuelson Model อธิบายว่าประเทศต่างๆ จะมีปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดต่างกัน (Factor Endowments) และประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีเทคโนโลยีการผลิตเหมาะสมกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศนั้น

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าของประเทศหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ นั้นจะวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตมาเปรียบเทียบกันเพื่อวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสำหรับสินค้านั้นแต่การวิเคราะห์ต้นทุนนั้นมีความยากลำบาก ในทางปฏิบัติเนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ และวิธีการจัดเก็บข้อมูลต้นทุนการผลิตต้องเป็นการสำรวจซึ่งข้อมูลดังกล่าวต้องมาจากวิธีการสำรวจเดียวกันและมีปัญหาด้านความสอดคล้องของข้อมูล นอกจากนี้การเปรียบเทียบต้นทุนจะละเอียดปัจจัยที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพของสินค้า และระดับการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกันซึ่งมีผลกระทบต่อแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นเพื่อขจัดปัญหาดังกล่าวจึงได้มีการสร้างค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) มาใช้วิเคราะห์แทนการใช้ต้นทุน ดัชนี RCA นั้นได้สร้างขึ้นโดย Bela Balassa ซึ่งอาศัยการนำมูลค่าของสินค้ามาใช้ในการวิเคราะห์แทนต้นทุน เพราะมูลค่าสินค้าจะประกอบไปด้วยส่วนของต้นทุนและกำไร ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบตามวิธีของ RCA สามารถใช้มูลค่าสินค้าเป็นตัวแทนได้อย่างดีในการวิเคราะห์ เพราะมูลค่าของสินค้าสำหรับทุกประเทศได้มีการรวบรวมและจัดบันทึกสถิติไว้ ทำให้สะดวกต่อการนำข้อมูลสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์สูตรที่ใช้ในการคำนวณค่า RCA มีดังนี้

$$RCA_{ki} = \frac{(X_{ik}/X_i)}{(X_{wk}/X_w)} \quad (1)$$

โดยที่ RCA_{ki} = ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏใน
สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยใน
ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

X_{ik} = มูลค่าส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
ของประเทศไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์

X_i = มูลค่าส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย

X_{wk} = มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์

X_w = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของ
ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

k = อัญมณีและเครื่องประดับ

i = ประเทศไทยที่ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

w = ประเทศสวีเดนที่นำเข้าอัญมณีและ
เครื่องประดับ

โดยที่มีความหมายของค่า RCA มีดังต่อไปนี้

ถ้าค่า $RCA > 1$ หมายความว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสวีเดนเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

ถ้าค่า $RCA < 1$ หมายความว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสวีเดนเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

ดังนั้นจากข้อจำกัดในการศึกษาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏนั้น ในการวิเคราะห์ครั้งนี้จึงนำมาศึกษาร่วมกับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เพื่อทำการศึกษาต่อไปว่าปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกของประเทศไทย

แนวคิดตามแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่

แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS) มีหลักการวิเคราะห์โดยการวัดปริมาณการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการส่งออกของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศใดประเทศหนึ่ง โดยสมมติว่าประเทศดังกล่าวสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิม ความแตกต่างระหว่างขนาดของการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริงกับขนาดการขยายตัวของการส่งออกในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศในตลาดที่กำหนดให้คงที่ สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการแข่งขัน ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและผลจากการกระจายตลาด

ตามหลักการของการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (CMS) จะพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมติว่าประเทศดังกล่าวพยายามรักษาส่วนแบ่งของการตลาด (Market Share) ในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิม ความแตกต่างของระหว่างขนาดของการขยายตัวของการส่งออกที่เป็นจริงกับขนาดการขยายตัวของการส่งออกในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศถูกกำหนดให้คงที่ ทำให้สามารถแยกได้ว่าเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลก

การกระจายตัวของตลาด ผลกระทบจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงและปัจจัยอื่นๆ โดยที่จำลอง CMS มีสูตรสำหรับการคำนวณดังนี้ คือ

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= (G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0) + [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] \\ &+ (\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0) \\ &+ [(\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)) - (\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0)] \end{aligned}$$

โดยที่ X = มูลค่าการส่งออก
 i = ประเทศผู้ส่งออกซึ่งหมายถึงประเทศไทย
 j = ประเทศผู้นำเข้าในหมวดสินค้าอุตสาหกรรมอัญมณี
 และเครื่องประดับซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย
 หมายถึง ประเทศสวีตเซอร์แลนด์
 k = สินค้าในหมวดอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
 ที่ต้องทำการศึกษา (HS 71)
 0 = ช่วงเวลาปีฐาน
 1 = ช่วงเวลาปีสุดท้าย

$$\sum_j X_{ijk}^1, \sum_j X_{ijk}^0$$

หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังตลาดโลกในช่วงเวลา t_1 และ t_0 ตามลำดับ (j เป็นประเทศนำเข้า j และ i เป็นประเทศส่งออก i)

$$\begin{aligned} g &= G - 1 \\ &= (\sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 / \sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}^0) - 1 \end{aligned}$$

หมายถึง อัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก

$$\begin{aligned} g_k &= G_k - 1 \\ &= (\sum_i \sum_j X_{ijk}^1 / \sum_i \sum_j X_{ijk}^0) - 1 \end{aligned}$$

หมายถึง อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้า k จากช่วง t_0 ไปสู่ช่วง t_1

$$\begin{aligned} g_{jk} &= G_{jk} - 1 \\ &= (\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0) - 1 \end{aligned}$$

หมายถึง อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้า k ในตลาด j จากช่วง t_0 ไปสู่ช่วง t_1

$$g_{jk}^* = 1 - G_{jk}^*$$

$$= 1 - (\sum_i X_{ijk}^0 / \sum_i X_{ijk}^1)$$

หมายถึง อัตราการขยายตัวของ การส่งออกของโลกในสินค้า k ในตลาด j จากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 แต่ในช่วงเวลา t_1 เป็นฐานของการได้เปรียบ

$$\sum_i X_{ijk}^1 / \sum_i X_{ijk}^0$$

หมายถึง การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1

$$G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0$$

หมายถึง ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของประเทศ i จากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 ที่เนื่องมาจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลก (World Growth Effect) กล่าวคือ ถ้าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ขยายตัวในอัตราเดียวกับอัตราการขยายตัวของ การส่งออกของโลกในสินค้า k แล้ว ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้า k ของประเทศ i ในโลกจะคงที่

$$[\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)]$$

หมายถึง ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 ที่เนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด (Market Distribution or Directional Effect) กล่าวคือ ถ้าอัตราการขยายตัวการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i มีค่าสูงกว่า อัตราเฉลี่ยของโลกแล้ว แสดงว่าผลกระทบที่เนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาดที่ได้จากการคำนวณจะมีค่าเป็นบวก ในทางตรงข้าม ถ้าผลจากการกระจายตัวของตลาดที่ได้จากการคำนวณมีค่า เป็นลบแล้ว แสดงว่าอัตราการขยายตัวของ การส่งออกของโลกในสินค้า k ของประเทศ i มีค่าต่ำกว่า อัตราเฉลี่ยของโลก

$$(\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0)$$

หมายถึง ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของสินค้า k ของประเทศ i จากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 ที่เนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Share Of Competitiveness) ซึ่งเป็นผลกระทบระหว่างการขยายตัวของ การส่งออกจริงกับการขยายตัวของ การส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิมในสินค้า k ในตลาดโลกของประเทศ i ถ้าผลต่างนี้มีค่าเป็นบวก แสดงว่าการขยายตัวของ การส่งออกจริงมีค่ามากกว่าการขยายตัวของ การส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิม ซึ่งหมายความว่าส่วนแบ่งการตลาดของ

สินค้า k ของประเทศ i ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผลต่างนี้มีค่าเป็นลบ แสดงว่า ส่วนแบ่งการตลาดดังกล่าวมีแนวโน้มลดลง การที่ผลต่างนี้มีค่าเป็นบวกนั้นแสดงให้เห็นได้ว่า ประเทศ i มีความสามารถในการแข่งขันจริง ซึ่งความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวเป็นผลมาจาก ปัจจัยภายในเป็นสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการส่งออกมากกว่าที่จะคอยพึ่งภาวะของตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

$$[(\sum_j X^1_{ijk} - \sum_j (G_{jk} X^0_{ijk})) - (\sum_j (G^*_{jk} X^1_{ijk}) - \sum_j X^0_{ijk})]$$

หมายถึง ผลกระทบร่วมหรือผลกระทบปรับทิศทางของการส่งออกให้ถูกทิศทางหรือผิดทิศทาง (Interaction Effect) ซึ่งผลกระทบร่วมนี้จะสะท้อนให้เห็นว่าประเทศส่งออก i อาจใช้ความพยายามขยายตัวการส่งออกไปในตลาดที่หดตัว หรือลดการส่งออกไปให้ตลาดที่ขยายตัวแสดงว่าการส่งเสริมการส่งออกกระทำอย่างผิดทิศทาง

การตรวจเอกสาร

อิทธิพล คันสร (2534) ศึกษาเรื่องการศึกษาวเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไปสหรัฐอเมริกา ได้ศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตและการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐฯ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับสินค้าไทยที่ส่งออกไปสหรัฐฯ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการส่งออกสินค้าไทยมีขีดความสามารถสูงขึ้น โดยใช้ข้อมูลสินค้า 26 ชนิด ปี พ.ศ. 2523 – 2531 พบว่าด้านการผลิตภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในด้านปัญหาการกีดกันทางการค้านั้นไม่มีผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐฯ มากนัก ทั้งนี้เพราะว่าไทยมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อเผชิญปัญหาได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐฯ โดยใช้แนวคิดส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share) โดยเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ พบว่าการส่งสินค้าไปสหรัฐฯ ทั้ง 26 ชนิด มีการขยายตัวการส่งออกเพิ่มขึ้น 24 ชนิด และมีสินค้าที่มีการส่งออกลดลง 2 ชนิด ส่วนการศึกษาวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ปรากฏว่าสินค้าไทยมีความได้เปรียบ 25 ชนิด ในจำนวนนี้สินค้าไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบเพิ่มขึ้นถึง 14 ชนิด และสินค้าที่มีแนวโน้มความได้เปรียบลดลง 11 ชนิด

จากการตรวจสอบเอกสารนี้ ได้นำแนวทางในการศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏกับสินค้าไทยที่ส่งออกไปสหรัฐฯ และได้ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐฯ โดยใช้แนวคิดส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share) โดยเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการส่งออกสินค้าไทยมีขีดความสามารถสูงขึ้น มาใช้ในการประกอบการศึกษาคั้งนี้

สุพินดา วะสินรัตน์ (2538) ศึกษาศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในปี 2531-2535 ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกโดยศึกษาถึง 1. ปัจจัยหรือตัวกำหนดความมีศักยภาพของการส่งออก 2. ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยกรอบการวิเคราะห์อยู่บนพื้นฐานทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model)

ผลการศึกษาพบว่าไทยส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นในทุกรายการ แสดงว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกและตลาดเบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมัน ฮองกง อิสราเอล ญี่ปุ่น สิงคโปร์

สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งไทยส่งออกได้มากขึ้น ปัจจัยที่ทำให้การส่งออกขยายตัว คือ การขยายตัวของตลาดโลก ผลจากส่วนประกอบของสินค้าและความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยอื่นที่กำหนดศักยภาพการส่งออกได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เทคโนโลยี และการออกแบบ ล้วนมีส่วนส่งเสริมการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้มีศักยภาพและขีดความสามารถสูงขึ้น

จากการตรวจสอบเอกสารนี้ ได้นำแนวทางในการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มาใช้ในการประกอบการศึกษาคำนี้

ชนากานต์ ป็องกัน (2540) ศึกษาการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยการผลิตและส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนของไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกและศึกษาถึงความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรภายในประเทศในการเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วน อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรภายในประเทศคือไม้ยางพาราและแรงงานในการผลิตเพื่อการส่งออก ปัจจุบันอุตสาหกรรมนี้เริ่มประสบปัญหาต่างๆ อาทิ ค่าจ้างแรงงานและภาวะการแข่งขันในการส่งออกที่สูงขึ้น

ในการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราโดยรวม เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ใช้ในสำนักงาน ที่ใช้ในครัว เฟอร์นิเจอร์อื่น ที่ทำด้วยไม้ยางพาราและชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราในตลาดญี่ปุ่น และมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ใช้ในครัวเมื่อเทียบกับไต้หวัน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และจีน นอกจากนี้ไทยยังได้เปรียบในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์อื่นๆ ที่ทำด้วยไม้ยางพาราโดยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดสวีเดนเทียบกับอินโดนีเซียแต่ไทยเสียเปรียบในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราโดยรวมในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศสและประเทศอื่นๆ ในยุโรปเมื่อเทียบกับอินโดนีเซียและไต้หวัน

จากการตรวจสอบเอกสารนี้ ได้นำแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยการผลิตและส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนของไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกมาใช้ในการประกอบการศึกษาคำนี้

สุลักษณ์ เลาจเวทกุล (2542) ศึกษาโครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประเทศคู่แข่ง คือ อินเดีย

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอุตสาหกรรมเจียรไนพลอยมาเป็นอุตสาหกรรมเจียรไนเพชร ซึ่งต้องใช้ทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาก ซึ่งการปรับตัวส่วนหนึ่งมาจากต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากความได้เปรียบทางด้านแรงงาน และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้นจึงมีโอกาที่สินค้าส่งออกที่ใช้แรงงานสูงจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะเผชิญกับการแข่งขันจากต่างประเทศที่มีค่าแรงต่ำกว่า เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม

ผลการศึกษาพบว่า การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบพบว่าในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ประเทศอินเดียมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศไทย ส่วนสหภาพยุโรปพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศอินเดีย ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันต่ออุตสาหกรรมพบว่าสถานะปัจจัยการผลิตภายในประเทศขั้นสูงอันได้แก่แรงงานที่มีฝีมือกำลังอยู่ในสถานะขาดแคลน อีกทั้งผลิตภาพแรงงานของไทยเพิ่มขึ้นเท่ากับประเทศอินเดีย แต่อัตราการเพิ่มของค่าจ้างแรงงานของไทยสูงกว่าอินเดียมาก ทำให้ไทยมีต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มสูงมากกว่าประเทศอินเดีย ส่วนอุปสงค์ภายในประเทศพบว่าประชากรส่วนใหญ่มีระดับรายได้ปานกลางถึงต่ำทำให้ระดับคุณภาพอัญมณีที่ประชาชนต้องการมีคุณภาพต่ำไปด้วยกรอบกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับมีเพียงกลุ่มน้อยของประเทศ และสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับยังมีความสามารถในการแข่งขันไม่มาก ประกอบกับอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศยังคงมีน้อย และแม้ว่ารัฐบาลจะไม่ได้ให้การคุ้มครองอุตสาหกรรมในประเทศก็ไม่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับที่สูงขึ้นได้ เมื่อเทียบกับประเทศอินเดียซึ่งมีระดับค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า มียุทธการโครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศที่มากกว่าจึงพบว่า ไทยเสียเปรียบประเทศอินเดียในด้านปัจจัยการผลิตและยุทธการ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันภายในประเทศ

จากการตรวจเอกสารครั้งนี้ได้นำมาการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประเทศคู่แข่ง คือ อินเดีย มาเป็นแนวทางในการศึกษา

บทที่ 3

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงอยู่ใน 10 อันดับแรกของสินค้าส่งออกของไทย นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการสร้างงานที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การทำเหมือง การเจียรไน การออกแบบ การทำและประกอบตัวเรือน การผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียรไนพลอย และการทำวัสดุหีบห่อ ซึ่งเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงเป็นสินค้าที่ไม่มีการเสื่อมมูลค่าเช่นสินค้าประเภทอื่นและเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้หลายระดับราคา แม้ว่าจะเป็นวัตถุดิบมาตรฐานชนิดเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกระบวนการขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตตามความชำนาญของช่างฝีมือแต่ละราย ฉะนั้นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงมีบทบาทสำคัญต่อการส่งออกและเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศและยังถือเป็นธุรกิจที่กระจายรายได้ให้แก่ประชาชน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ฝีมือแรงงานเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญระดับชาติที่จะต้องมีการพัฒนาขีดความสามารถให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

การสนับสนุนและการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างต่อเนื่องของภาครัฐและเอกชน ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีการพัฒนาการที่ต่อเนื่องจากการผลิตในลักษณะหัตถกรรมภายในครัวเรือนไปสู่การผลิตที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อมจนถึงขนาดใหญ่ และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งทางด้านการผลิตและการส่งออก ซึ่งจากพัฒนาการและการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยมากขึ้นทั้งในด้านการสร้างรายได้จากการส่งออก การสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน ตลอดจนมีผลต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

วิวัฒนาการของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเกิดขึ้นในประเทศไทยมาเป็นเวลานานแล้ว แต่เพิ่งได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังจากภาครัฐในปี พ.ศ. 2520 เนื่องจากภาครัฐได้เล็งเห็นว่า อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มในการผลิตสูง รวมทั้งประเทศไทยยังเป็นแหล่งวัตถุดิบพลอยที่มีค่ามหาศาล มีแรงงานที่มีฝีมือประณีตและมีความละเอียดในการเจียรไน ประกอบกับประเทศไทยเป็นประเทศเดียวในโลกที่มีเทคนิคในการหุงพลอยให้มีสีสวยงามขึ้น ดังนั้นในระยะแรกอุตสาหกรรมนี้

จึงได้เริ่มต้นที่อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอย ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาและขยายตัวไปสู่ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับและการเจียรไนเพชร โดยอุตสาหกรรมได้มีการพัฒนาการผลิต จากลักษณะการผลิตที่เป็นหัตถกรรมในครัวเรือนไปสู่การผลิตที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อม จนถึงขนาดใหญ่ จากวิวัฒนาการในภาพรวมข้างต้นสามารถแยกพัฒนาการของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะแรก: อุตสาหกรรมขนาดย่อม (ก่อนปี พ.ศ. 2529)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเริ่มต้นมาจากการเป็นศูนย์กลางการค้าพลอย และการเจียรไนพลอย โดยเริ่มที่จังหวัดจันทบุรี เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเคยอุดมไปด้วยสินแร่ที่มีค่า ประกอบกับยังมีช่างเจียรไนที่มีฝีมือจนเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นแหล่ง เจียรไนอัญมณีให้กับประเทศต่างๆ ส่งผลทำให้อัญมณีของไทยเป็นที่รู้จักในวงการอัญมณีโลกมากขึ้น และเริ่มส่งออกเป็นสินค้าที่นำรายได้เข้าประเทศเมื่อรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริม อุตสาหกรรมนี้ในปี พ.ศ. 2520 และในปีเดียวกันนี้รัฐบาลยังได้ยกเว้นภาษีนำเข้าและภาษีการค้า พลอยดิบ ต่อมาในปี พ.ศ. 2523 รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีนำเข้าภาษีการค้าเพชรพลอยที่เจียรไนแล้ว และในปี พ.ศ. 2524 รัฐบาลได้ยกเลิกภาษีการค้าและภาษีเทศบาล รวมร้อยละ 3.3 สำหรับสินค้า ส่งออกจากการส่งเสริมอย่างจริงจังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้ สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 – พ.ศ. 2528 โดยมี อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 28.9 ต่อปี (ยกเว้นในปี พ.ศ. 2524 ซึ่งเป็นปีที่ทั่วโลกประสบกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งจัดเป็น สินค้าฟุ่มเฟือยลดลง)

ระยะที่สอง: ยุคทองของอุตสาหกรรม (ช่วงปี พ.ศ. 2529 – พ.ศ. 2533)

ในปี พ.ศ. 2529 – พ.ศ. 2533 นับได้ว่าเป็นยุคทองของอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับของประเทศไทยโดยในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2529 – พ.ศ. 2533 อุตสาหกรรมนี้ มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยมีอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 34.6 ต่อปี เนื่องจากในช่วงระยะเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่อัตราการขยายตัวของตลาดส่งออกไม่ว่า จะเป็นตลาดสหรัฐฯ สหภาพยุโรป หรือญี่ปุ่นต่างมีอัตราการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่องจนทำให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญติด 1 ใน 10 ของโลกมาโดย ตลอด และในที่สุดรัฐบาลก็ได้มีการวางแผนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางแห่งการค้าอัญมณีแห่งหนึ่งของโลกในระยะเวลาอันใกล้สำหรับในยุคทองของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับภาครัฐมีการใช้นโยบายที่สำคัญในปี พ.ศ. 2531 รัฐบาลอนุญาตให้ผู้ซื้อทองคำของทางการเพื่อส่งออกได้รับการยกเว้นภาษีการค้า เพราะทองเปรียบเสมือนเงินตราซึ่งนโยบายดังกล่าวมีผลสำคัญต่อการลดต้นทุนของผู้ผลิตเครื่องประดับ และต่อมาในปี พ.ศ. 2532 ได้มีการยกเว้นภาษีการค้าสำหรับรายรับจากการนำเข้าทองคำและเก็บไว้ในคลังทองคำของทางการ (เฉพาะที่ขายให้กับผู้ส่งออก) มีการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนยกเว้นการเก็บภาษีนำเข้าและส่งออก

ระยะที่สาม: ยุคการแข่งขันที่ไร้พรมแดน (หลังปี พ.ศ. 2533)

หลังปี พ.ศ. 2533 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีอัตราการเจริญเติบโตในทิศทางที่ลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงที่ผ่านมาหรือกล่าวได้ว่าเป็นการชะลอตัวของภาคเติบโต เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเริ่มมีการปรับระบบการจัดเก็บภาษีจากภาษีการค้าเป็นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) มีผลทำให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะรายเล็กไม่สามารถเรียกคืนภาษีจากกรมสรรพากรได้ ทำให้ต้องกำหนดราคาเพิ่มขึ้นตามอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มส่งผลให้ราคาสินค้าของประเทศไทยสูงกว่าประเทศอื่นๆ ที่ไม่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มหรือมีการใช้อัตราภาษีศูนย์ (สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ) และการค้าส่งผลให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยโดยเฉพาะตลาดระดับล่างจะต้องพัฒนาฝีมือเพิ่มขึ้นเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยไว้ในระยะที่สามนี้ ภาครัฐมีการใช้นโยบายที่สำคัญหลายนโยบาย คือ ในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการประกาศใช้ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 7 สำหรับสินค้าทุกชนิด ต่อมาในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2536 ประเทศไทยได้เริ่มดำเนินการลดอัตราภาษีศุลกากรตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนโดยจะลดอัตราภาษีศุลกากรให้เหลือร้อยละ 0-5 ภายในระยะเวลา 9 ปี รวมทั้งยกเลิกมาตรการที่มีโทษสำหรับนโยบายที่สนับสนุนการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ คือ การใช้นโยบายให้มีการนำเข้า - ส่งออกทองคำอย่างเสรีในปี พ.ศ. 2542 และการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับการนำเข้าทองคำ ทองคำขาว เงิน และพลาตตินัมในปี พ.ศ. 2543 ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2543

ปี พ.ศ. 2551 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตขยายตัวอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการจ้างงานและการพัฒนาของอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ได้แก่ การออกแบบ การทำและประกอบตัวเรือน การผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียรไนพลอย และการ

ทำวัสดุหีบห่อ ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหลักประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

นิยามของอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง

1. การทำเครื่องประดับโดยใช้เพชร พลอย ไข่มุก ทองคำ ทองขาว เงิน นาก โลหะอื่นๆ หินสี อัญมณีแท้ อัญมณีเทียม อัญมณีสังเคราะห์
2. การตัด การเจียรไน หรือขัดเพชร พลอย หินสี อัญมณีแท้ อัญมณีเทียม อัญมณีสังเคราะห์ตลอดจนการเผา หรือการอบพลอย

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับกล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับจะแข็งแกร่งได้ต้องมีอุตสาหกรรมอัญมณีที่ดีสนับสนุน อัญมณีหรือรัตนชาตินั้นหมายถึงวัตถุ 3 ประการ คือ

- แร่ เช่น เพชร เบริล (Beryle) โกเมน (Garnet) ควอตซ์ (Quartz) เป็นต้น
- หิน เช่น ลาปีส ลาซูลี (Lapis Lazuli)
- สารอินทรีย์ เช่น อำพัน ไข่มุก เป็นต้น

คุณสมบัติของอัญมณี

1. สวยงาม (Beauty) ซึ่งพิจารณาจากสี การกระจายแสง การหักเหแสง ประกายความสามารถให้แสงผ่าน และรูปแบบของการเจียรไน
2. ความทนทาน (Durability) หมายถึง ความทนทานจากการสวมใส่ ซึ่งสามารถวัดได้โดยระดับของความแข็ง และความเหนียว ถ้ามีความแข็งมากจะทนทานต่อการขีดข่วนที่ทำให้เกิดตำหนิ เช่น เพชร ถ้ามีความเหนียวมากก็จะทนทานต่อการแตกหัก เช่น หยก ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการแกะสลัก

3. ความหายาก (Rarity) หมายถึง การใช้เวลาและการมีต้นทุนในการแสวงหา ซึ่งอาจจะมาจากระดับความลึกของโลกตามสายแร่ หรือความหายากของอำพันที่มีความงดงาม แม้ว่าในโลกมีสายแร่ หิน และสารอินทรีย์หลายพันชนิดแต่การปรับปรุงคุณภาพให้เป็นอัญมณีที่สวยงาม ทนทาน และหายากที่ได้รับความนิยมนั้นมีเพียงไม่กี่ประเภท (ตารางที่ 8) กล่าวคือ ไทยเป็นแหล่งผลิตพลอยที่สำคัญของโลกในอดีต พลอยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกจากแหล่งพลอยในประเทศไทยคือ ทับทิม ไพลิน และบุษราคัม ซึ่งมีอุดมสมบูรณ์ตามแหล่งแร่ของไทยแต่ในปัจจุบันพลอยดิบจากแหล่งแร่ในประเทศหายากมากขึ้น เพราะมีการขุดพบไปจนเกือบหมดแล้วทำให้ต้องพึ่งแหล่งแร่จากต่างประเทศ ผู้ค้าพลอยจะแบ่งพลอยออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อน พลอยเนื้อแข็ง หมายถึง ทับทิม และไพลิน ในขณะที่พลอยเนื้ออ่อน หมายถึง พลอยอื่นๆ ที่เหลือทั้งหมด

ดังที่กล่าวในเบื้องต้นว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสัมพันธ์ต่อการแยกแยะประเภทของรายการสินค้าในอุตสาหกรรมนี้ ผู้ค้าและนักวิจัยสามารถจัดกลุ่มรายการสินค้าอย่างสังเขปได้ดังนี้ (ภาพที่ 3)

- ก. เพชร
- ข. พลอย
- ค. ไข่มุก
- ง. เครื่องประดับแท้ (ทอง ทองคำขาว เงิน) และเครื่องประดับเทียม
- จ. อัญมณีสังเคราะห์

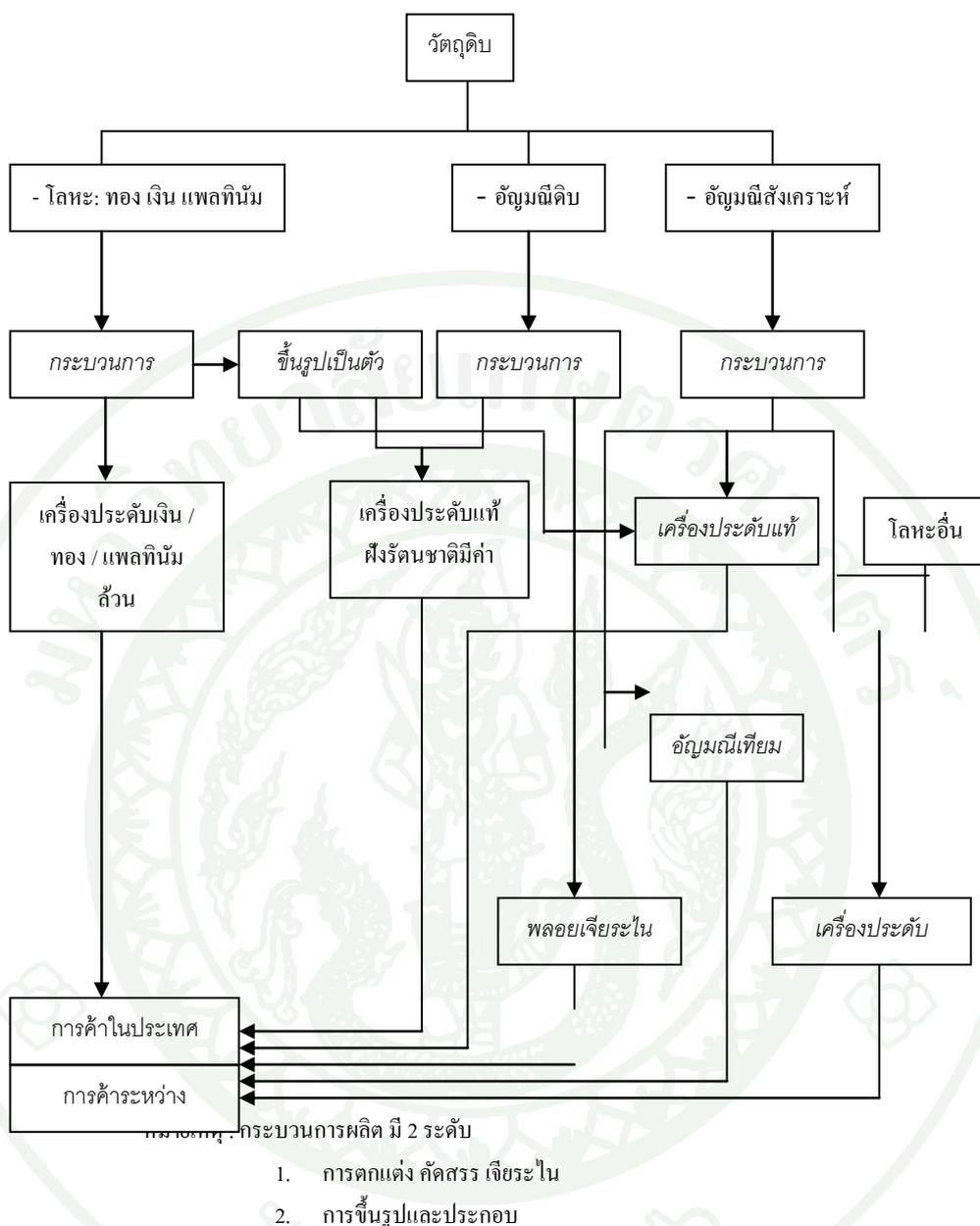
ประเภทของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภทคือ อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงอัญมณีที่ได้รับความนิยม

| อัญมณี | สีที่พบตามธรรมชาติ |
|---|---|
| 1. เพชร (Diamond) | ทุกสี |
| 2. คอร์รันดัม (Corundum) เช่น ทับทิม (Ruby) และแซปไฟร์ (Sapphire) | ทุกสี |
| 3. เบริล (Beryle) เช่น มรกต | ใสไม่มีสี เขียวอ่อน เขียวมรกต ฟ้าอมเขียว ชมพูอ่อน เหลือง แดง |
| 4. โกเมน (Garnet) | ม่วง แดง ส้ม เหลือง เขียว น้ำตาล |
| 5. ควอตซ์ (Quartz) | ม่วง เหลือง เทา ชมพู ใส |
| 6. สปิเนล (Spinel) | ใสไม่มีสี ม่วง เขียวอ่อน แดง ส้ม เหลือง ดำ |
| 7. หยก (Jadeite) | ทุกสียกเว้นใสไม่มีสี |
| 8. ทัวร์มาลีน (Tourmaline) | ทุกสียกเว้นขาวขุ่นกับเทา |
| 9. เทอร์คอยส์ (Turquoise) | ฟ้าอ่อนถึงปานกลาง ฟ้าแกมเขียวถึงเขียว มักจะพบจุดหรือรอยแฉกเป็นดวงสีดำ หรือเส้นสีดำ เชื่อมต่อกัน |
| 10. โทแพซ (Topaz) | เหลือง ฟ้า น้ำตาล ชมพู เขียว ใสไม่มีสี |
| 11. ไซปาย (Zircon) | ทุกสี |
| 12. โอปอล (Opal) | ทุกสี |
| 13. อำพัน (Amber) | เหลืองอ่อนถึงน้ำตาลเข้ม ส้มแดง ขาวแกมเขียวหรือแกมฟ้า |

ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (2552)



ภาพที่ 2 แสดงโครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยโดยรวม
 ที่มา: การวิจัยโครงการศึกษาวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับ
 การที่เงินเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกและการจัดทำเขตการค้าเสรีอาเซียน – จีน
 (อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) โดยศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546)

อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี

เป็นอุตสาหกรรมที่นำอัญมณีที่ได้จากธรรมชาติมาเจียรไน เพื่อเพิ่มมูลค่าและความสวยงาม สามารถแบ่งเป็นอุตสาหกรรมการเจียรไนพลอย และอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร โดยมีรายละเอียดของแต่ละอุตสาหกรรมดังนี้

1. อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอย

อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอยเกิดขึ้นในประเทศไทยมานานแล้ว โดยเกิดจากการที่ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอย มีแหล่งวัตถุดิบพลอยที่มีมูลค่าสูงซึ่งเป็นแหล่งพลอยที่สำคัญ 1 ใน 5 แห่งของโลก และมีช่างเจียรไนพลอยที่มีฝีมือในการเจียรไนเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ประกอบกับการที่ประเทศไทยมีเทคนิคการหุงพลอยที่ทำให้พลอยที่ได้หลังจากการหุงมีสีสันที่สวยงามมากขึ้นจึงทำให้พลอยสีต่างๆ ที่ผ่านการเจียรไนแล้วของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก โดยเฉพาะทับทิมและไพลินเป็นพลอยที่มีชื่อเสียงและมีการส่งออกเป็นจำนวนมาก ในการลงทุนของอุตสาหกรรมการเจียรไนพลอยมีการใช้เงินลงทุนไม่มากนักเนื่องจากใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการเจียรไนที่ไม่ซับซ้อนและมีราคาถูกกว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเจียรไนเพชรมาก อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอยส่วนใหญ่จึงเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนมีผู้ประกอบการมากและมีอยู่ทั่วไป โดยมีศูนย์กลางการผลิตอยู่ที่กรุงเทพฯ และจังหวัดที่เป็นแหล่งกำเนิดพลอย ได้แก่ จันทบุรี กาญจนบุรี และตราด เป็นต้น

จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้ส่งผลให้วัตถุดิบพลอยที่มีอยู่ภายในประเทศเริ่มลดลงและผู้ผลิตไทยได้หันไปนำเข้าพลอยจากต่างประเทศ โดยในระยะแรกผู้ผลิตไทยนำเข้าพลอยส่วนใหญ่จากประเทศพม่า ต่อมาเริ่มมีปัญหาและมีความยุ่งยากในการนำเข้าจากพม่า ดังนั้นผู้ผลิตของไทยจึงไปหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ เช่น อินเดีย ศรีลังกา อัฟริกา โดยเฉพาะที่สาธารณรัฐมาดากัสการ์ และประเทศในกลุ่มอินโดจีน และมีการประกอบการบางรายเข้าไปลงทุนทำเหมืองพลอยและค้าพลอยเพื่อป้อนวัตถุดิบแก่ผู้ประกอบการเจียรไนพลอยในประเทศ

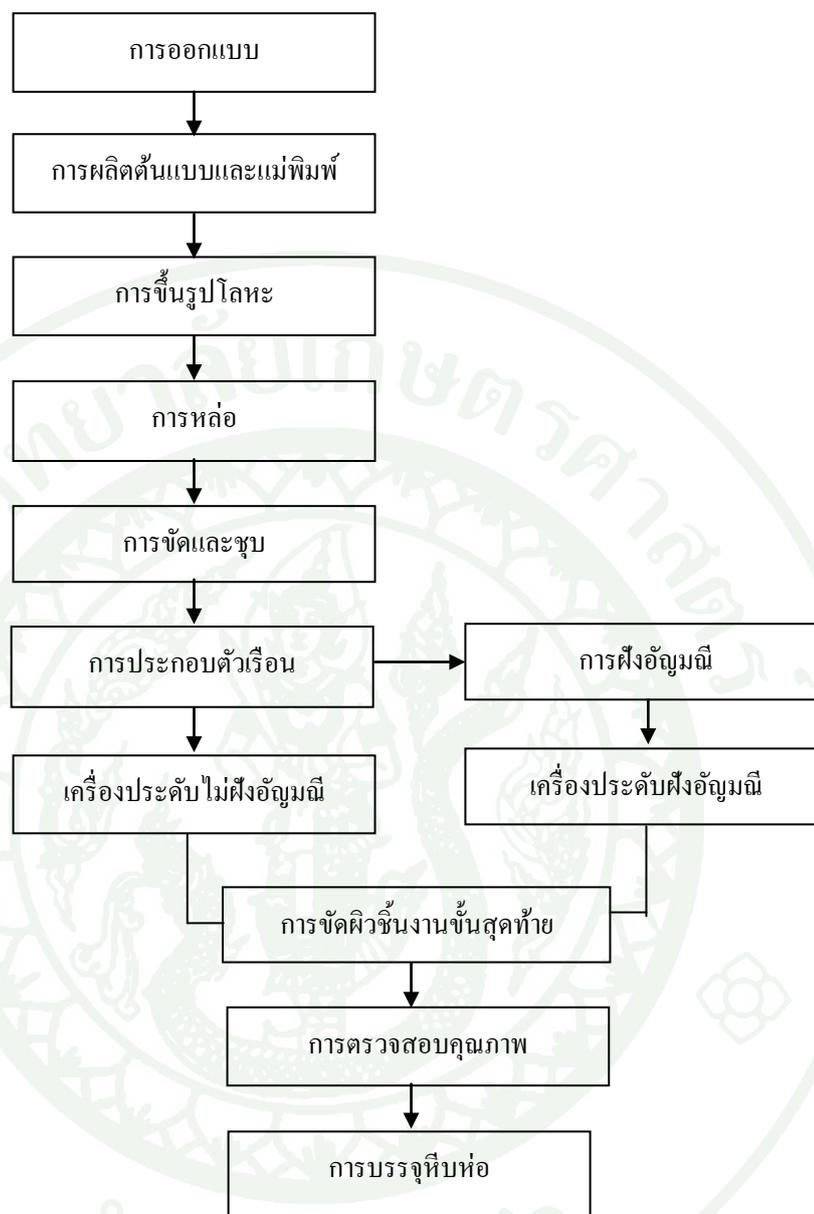
2. อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร

อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรในประเทศไทย เกิดจากการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านการเจียรไนเพชรมานาน เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ เนื่องจากประเทศไทยมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ และมีฝีมือในการเจียรไนที่ประณีต (เพราะมีประสบการณ์การเจียรไนพลอยที่ยาวนาน) แต่การลงทุนในอุตสาหกรรมนี้จะต้องอาศัยเงินลงทุนสูงเนื่องจากต้องใช้เครื่องมือที่มีเทคโนโลยีสูงมีความซับซ้อนและมีราคาแพง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเป็นนักลงทุนจากต่างประเทศ หรือเป็นการร่วมลงทุนกันระหว่างนักลงทุนชาวไทยกับชาวต่างประเทศ และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I) ดังนั้นในการเจียรไนเพชรผู้ผลิตจากต่างประเทศเป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบ (เพชร) เทคโนโลยีการเจียรไนเพชร เครื่องจักร เครื่องมือต่างๆ มาใช้ในการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก

ปัจจุบันเพชรที่เจียรไนโดยคนไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดค้าเพชร และประเทศผู้ผลิตที่สำคัญเนื่องจากแรงงานไทยมีทักษะ รวมทั้งมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาผลิต ซึ่งขณะนี้ประเทศไทยเป็นแหล่งเจียรไนเพชรขนาดเล็ก (ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 1.5 มม. ถึง 1 กะรัต) ที่สำคัญเป็นอันดับ 5 ของโลกรองจากเบลเยียม อิสราเอล อินเดีย และนิวออร์ค ตามลำดับ และยังได้รับการยอมรับจากสหพันธ์ตลาดกลางการค้าเพชรโลก หรือ W.F.D.B (World Federation of Diamond Bourse) ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรเป็นอันดับที่ 23 ของโลกอย่างเป็นทางการ ปัจจุบันเพชรที่เจียรไนจากประเทศไทยส่วนใหญ่ถูกส่งไปยังเบลเยียม นิวออร์ค อิสราเอล และอินเดีย

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ

ในอดีตอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนและเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศเท่านั้น เครื่องประดับที่ผลิตได้แก่ เครื่องประดับเงินและทอง ต่อมาได้มีการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพชรพลอยทั้งแท้และเทียม และเป็นการผลิตเพื่อส่งออก การผลิตเครื่องประดับเป็นการนำอัญมณีมาประกอบกับตัวเรือนซึ่งส่วนใหญ่เป็นโลหะ การผลิตในอุตสาหกรรมนี้ต้องมีความรู้ในด้านศิลปะและความชำนาญในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบ การทำแม่แบบการหลอมโลหะ การผสมโลหะ การหล่อ การขึ้นรูปตัวเรือนรูปพรรณ การฝังอัญมณีเข้ากับตัวเรือน ไปจนถึงการตกแต่งขั้นสุดท้าย (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการผลิตเครื่องประดับ

ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (2546)

ในการผลิตสินค้าเครื่องประดับของไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าผลผลิตทั้งหมด จะเป็นเครื่องประดับแท้ที่ทำจากโลหะประเภททองคำ ทองคำขาว และเงิน แล้วนำมาประดับด้วยอัญมณีแท้ จึงทำให้เครื่องประดับที่ผลิตได้มีราคาค่อนข้างสูง ส่วนที่เหลือร้อยละ 10 ของมูลค่าผลผลิตทั้งหมด เป็นเครื่องประดับเทียมที่ทำจากโลหะประเภทต่างๆ เช่น ดีบุก ตะกั่ว และทองเหลือง แล้วนำมาประดับอัญมณีสังเคราะห์ โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับโดยส่วน

ใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นทองคำ หรือเงินที่นำเข้าจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ทองคำ ขาวและไข่มุกนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เพชรและพลอยนำเข้าจากอินเดีย และอัญมณี สั้งเคราะห์นำเข้าจากประจัน และออสเตรเลีย เป็นต้น

ประเภทของอุตสาหกรรมเครื่องประดับ

1. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้

เครื่องประดับแท้ หมายถึง เครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าจำพวกทองคำ เงิน หรือ แพลทินัม อาจมีลักษณะเป็นเครื่องประดับที่ทำมาจากโลหะมีค่าล้วน (Plain Jewelry) หรือเป็น เครื่องประดับประกอบอัญมณี (Gemset Jewelry)

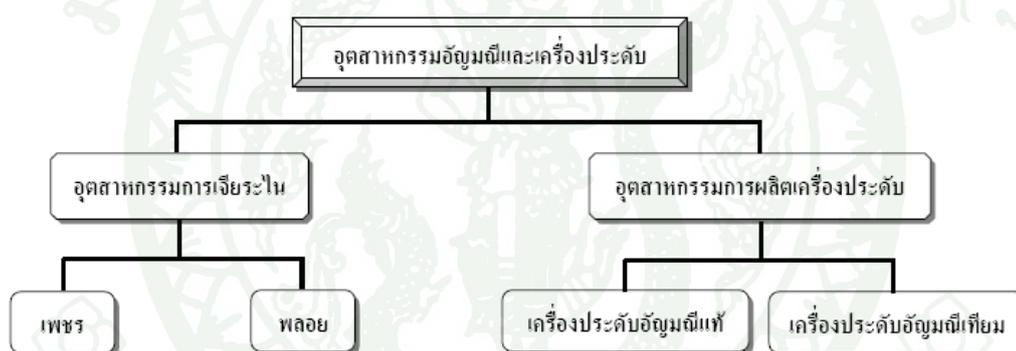
ปัจจุบันมีผู้ผลิตเครื่องประดับเพชรพลอยจำนวนมาก ซึ่งมีทั้งผู้ผลิตสำหรับตลาด ภายในประเทศและผู้ผลิตสำหรับส่งออก โดยการผลิตเพื่อการส่งออกจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตมากกว่าการผลิตสำหรับตลาดภายในประเทศ เนื่องจากต้องแข่งขันกับคู่แข่งใน ต่างประเทศจำนวนมากทั้งในด้านรูปแบบ คุณภาพและราคาสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งผู้ผลิตเพื่อการ ส่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้ผลิตไทยที่พัฒนามาจากผู้ผลิตสำหรับตลาดภายในประเทศ ผู้ส่งออกอัญมณี และ ผู้ค้าพลอยในประเทศ
- 2) ผู้ผลิตที่ร่วมทุนกับต่างชาติโดยหุ้นส่วนต่างชาติเป็นผู้ผลิตอยู่ในต่างประเทศและมา ลงทุนในไทยเพื่อเป็นฐานการผลิตให้แก่บริษัทในเครือและลูกค้าของตนในต่างประเทศ

2. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับเทียม

เครื่องประดับเทียมหรือเครื่องประดับแฟชั่น เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่ระยะเริ่มแรก เป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบ และเทคนิคการผลิตจนสามารถผลิตสินค้าได้ใกล้เคียงกับเครื่องประดับแท้ และมีการปรับเปลี่ยน เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีเทียม ในระยะเริ่มแรกเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบและเทคนิคการผลิตจนสามารถผลิตสินค้าได้ใกล้เคียงกับเครื่องประดับแท้ และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตเพื่อส่งออก ขณะเดียวกันรสนิยมของผู้บริโภคและสภาพทางสังคมก็ได้เปลี่ยนแปลงจากการใช้เครื่องประดับอัญมณีแท้ซึ่งมีราคาแพง มาเป็นเครื่องประดับอัญมณีเทียมที่เลียนแบบของแท้ ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งนอกจากผู้ผลิตของประเทศไทยจะขยายการลงทุนและการผลิตเพิ่มขึ้นแล้วยังมีผู้ผลิตจากต่างประเทศ เช่น สวิสเซอร์แลนด์ ไต้หวัน และญี่ปุ่น ย้ายฐานการผลิตเข้ามาภายในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมในด้านแรงงานที่มีฝีมือ ประณีต และมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับค่าจ้างแรงงานในประเทศฮ่องกง เกาหลีใต้ และไต้หวัน โดยสรุปแล้ว โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แสดงโครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย
ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (2546)

การเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

การศึกษาการเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นการศึกษาเพื่อพิจารณาว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง และมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) หรืออุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) กล่าวคือ ถ้าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ แสดงว่าอุตสาหกรรมนี้ได้ผลิตวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ในระบบ

เศรษฐกิจ แต่ถ้าอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ แสดงว่า อุตสาหกรรมนี้จะผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายพร้อมที่จะใช้บริโภค

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยอันประกอบด้วยอุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี และการผลิตเครื่องประดับนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย ทั้งในแง่ของการจ้างงานและการสร้างเงินตราที่เป็นรายได้จากต่างประเทศ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับมากกว่าการเจียรไนอัญมณีซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับมีการกระจุกตัวน้อยกว่าอุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณีและมีการแข่งขันที่สูงกว่า แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรมก็พบว่า ในอดีตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการกระจุกตัวสูงมีการแข่งขันไม่รุนแรง (น้อย) และการผลิตในอุตสาหกรรมเป็นไปในลักษณะที่มีผู้แข่งขันน้อยราย มีการผูกขาดโดยผู้ผลิตรายใหญ่ๆ แต่จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีการกระจุกตัวน้อยลง มีการแข่งขันมากขึ้น โดยไม่มีผู้ผลิตรายใดเป็นผู้ผูกขาดในตลาด

ประเภทของอัญมณีและเครื่องประดับ จัดอยู่ในพิกัดศุลกากรที่ 71 (Harmonize Code : 71)

สามารถจัดเรียงตามพิกัดศุลกากร ดังนี้

- 1) HS 7101 ไข่มุก หมวดอัญมณี
- 2) HS 7102 เพชร หมวดอัญมณี
- 3) HS 7103 รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) หมวดอัญมณี
- 4) HS 7104 อัญมณีสังเคราะห์ หมวดอัญมณีสังเคราะห์
- 5) HS 7105 ฝุ่นผงของรัตนชาติจากธรรมชาติหรือการสังเคราะห์ หมวดโลหะมีค่า
- 6) HS 7106 เงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป หมวดโลหะมีค่า
- 7) HS 7107 โลหะที่หุ้มด้วยเงิน หมวดโลหะมีค่า
- 8) HS 7108 ทองคำ หมวดทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป
- 9) HS 7109 โลหะเงินที่หุ้มด้วยทองคำ หมวดโลหะมีค่า
- 10) HS 7110 แพลทินัม หมวดโลหะมีค่า
- 11) HS 7111 โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม หมวดโลหะมีค่า
- 12) HS 7112 เศษที่ใช้ไม่ได้ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า
- 13) HS 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ หมวดเครื่องประดับแท้

- 14) HS 7114 เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของดังกล่าว หมวดโลหะมีค่า
 15) HS 7115 ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือหุ้มด้วยโลหะมีค่า หมวดโลหะมีค่า
 16) HS 7116 ของทำด้วยไข่มุก รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ หมวดโลหะมีค่า
 17) HS 7117 เครื่องเพชรพลอยรูปพรรณที่เป็นของเทียม หมวดเครื่องประดับอัญมณี

เทียม

- 18) HS 7118 เหรียญกษาปณ์ หมวดโลหะมีค่า

สามารถจัดเรียงตามหมวดหมู่ ได้ดังนี้

หมวดอัญมณี

HS 7101 ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยงจะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือนรวมทั้งไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง

HS 7102 เพชร จะตกแต่งหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ประกอบกับตัวเรือน

HS 7103 รัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติ จะตกแต่ง หรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งรัตนชาติ (นอกจากเพชร) และกึ่งรัตนชาติที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง

หมวดเครื่องประดับแท้

HS 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและส่วนประกอบของดังกล่าวทำด้วยโลหะมีค่า หรือทำด้วยโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า

หมวดเครื่องประดับอัญมณีเทียม

HS 7117 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม

หมวดอัญมณีสังเคราะห์

HS 7104 รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์หรือทำขึ้นใหม่ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือน รวมทั้งรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์หรือทำขึ้นใหม่ที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง

หมวดทองคำยังไม่ขึ้นรูป

HS 7108 ทองคำ (รวมถึงทองคำชุบด้วยแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูป หรือเป็นผง

หมวดโลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ

HS 7105 ผุ่และผงของรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติที่ได้จากธรรมชาติหรือจากการสังเคราะห์

HS 7106 เงิน (รวมถึงเงินชุบด้วยทองคำหรือแพลทินัม) ยังไม่ได้ขึ้นรูปหรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูปหรือเป็นผง

HS 7107 โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยเงิน ที่ไม่ได้จัดทำมากไปกว่าขั้นกึ่งสำเร็จรูป

HS 7109 โลหะสามัญหรือเงิน ที่หุ้มติดด้วยทองคำ ไม่ได้จัดทำมากไปกว่าขั้นกึ่งสำเร็จรูป

HS 7110 แพลทินัม ยังไม่ได้ขึ้นรูป หรืออยู่ในลักษณะกึ่งสำเร็จรูปหรือเป็นผง

HS 7111 โลหะสามัญ เงินหรือทองคำ ที่หุ้มติดด้วยแพลทินัม ที่ไม่ได้จัดทำมากไปกว่าขั้นกึ่งสำเร็จรูป

HS 7112 เศษและของที่ใช้ไม่ได้ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า รวมทั้งเศษและของที่ใช้ไม่ได้อื่นๆ ที่มีโลหะมีค่าหรือสารประกอบโลหะมีค่าชนิดที่ส่วนใหญ่ใช้สำหรับสกัดโลหะมีค่า

HS 7114 เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของของดังกล่าวทำด้วยโลหะมีค่าหรือทำด้วยโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า

HS 7115 ของอื่น ๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า

HS 7116 ของทำด้วยไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง ทำด้วยรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (ธรรมชาติ สักราะห้หรือทำขึ้นใหม่)

HS 7118 เหริยัญญาปณั

การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

ในอดีตมนุษย์ใช้อัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเป็นเครื่องรางเพื่อแสดงถึงอำนาจ เพื่อการแบ่งชนชั้นทางการเมืองและการปกครอง และใช้ประดับร่างกายเพื่อความสวยงาม ต่อมาเหตุผลของการใช้อัญมณีและเครื่องประดับได้เปลี่ยนไปจากในอดีต โดยมีการทำธุรกิจการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น มีการใช้การโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งในยุคแรกของการดำเนินธุรกิจซื้อขายอัญมณีได้อาศัยการโฆษณาจากการสร้างภาพยนตร์หรือละครที่มีอัญมณีและเครื่องประดับมาเกี่ยวข้องเพื่อสร้างความรู้สึกรัก และกระตุ้นความต้องการอยากเป็นเจ้าของอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ที่ได้พบเห็น จนกระทั่งในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับในโลกมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประเทศในโลกที่การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับกลายเป็นสินค้าที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก และยังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและการจ้างงานให้กับคนภายในประเทศอีกด้วย

ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก

เพชร (Diamond)

แหล่งผลิตเพชรที่สำคัญของโลก ได้แก่ ออสเตรเลีย บอตสวานา รัสเซีย แอฟริกาใต้ แองโกลา คองโก และเซียร์ราลีโอน ในอดีตผลผลิตเพชรที่ยังไม่ได้เจียรไนร้อยละ 20 ของผลผลิตทั้งหมดจะขายในตลาดเสรี ส่วนอีกร้อยละ 80 ของผลผลิตทั้งหมดจะขายผ่าน Central Selling Organization (CSO) ซึ่งเป็นเครือข่ายของบริษัท De Beers (ตั้งมากกว่า 60 ปี) เพื่อรับซื้อจัดชั้นคุณภาพและจำหน่ายเพชรให้แหล่งเจียรไนที่เป็นศูนย์กลางการค้าเพชรของโลก ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ 4 แห่ง คือ Antwerp (เบลเยียม) New York (สหรัฐอเมริกา) Ramat Gan (อิสราเอล) และ Mumbai (อินเดีย) ทั้งนี้ CSO จะพยายามรักษาเสถียรภาพราคาเพชรในตลาดโลก โดยใช้วิธีการจัดสรรโควตา รับซื้อเพชรที่ยังไม่ได้เจียรไนจากแหล่งผลิตต่างๆ และแบ่งขายเพชรที่รับซื้อนั้นให้แก่ ศูนย์กลางการเจียรไนและการค้าเพชรทั้ง 4 แห่ง รวมทั้งจะเก็บสต็อกเพชรดิบ และเพชรเจียรไนแล้วบางส่วนไว้ชั่วคราว เพื่อสร้างสมดุลของอุปสงค์และอุปทานของเพชร ซึ่งเป็นการป้องกันไม่ให้ราคาเพชรตกต่ำ แต่ในปัจจุบันบริษัท เดอ เบียร์ส (De Beers) ได้ลดการควบคุมดังกล่าวแล้ว โดยบริษัท เดอ เบียร์ส (De Beers) สามารถผูกขาดการขายเพชรดิบได้เพียงร้อยละ 65 ของผลผลิตทั้งหมด (ซึ่งในอดีตสามารถผูกขาดได้ถึงร้อยละ 80 ของผลผลิตทั้งหมด) และบริษัท เดอ เบียร์ส (De Beers) ได้จัดตั้ง Diamond Trade Centre (DTC) เพื่อสนับสนุนการทำธุรกิจการค้าเพชรให้กับผู้ที่สนใจจึงทำให้การซื้อขายเพชรในตลาดโลกเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น การที่บริษัท เดอ เบียร์ส ลดอำนาจการควบคุมลงเนื่องจากการแข่งขันจากผู้ผลิตเพชรรายใหม่และมีการทำเหมืองแร่เพชรในแหล่งใหม่ที่บริษัท เดอ เบียร์ส ไม่ได้เข้าไปควบคุม เช่น ที่ออสเตรเลีย และรัสเซีย เป็นต้น

เพชรที่เจียรไนแล้วจะมีการซื้อขายในตลาดโลก ซึ่งในปัจจุบันส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 ของน้ำหนักเพชรที่ซื้อขายจะเป็นเพชรขนาดเล็ก (มีน้ำหนักต่ำกว่า 0.1 กะรัต) โดยศูนย์กลางการค้าและการเจียรไนเพชรทั้ง 4 แห่งจะมีความแตกต่างกันตามความชำนาญของช่างเจียรไนในแต่ละแห่ง คือ

อินเดีย เป็นศูนย์กลางการเจียรไนเพชรขนาดเล็ก โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณการค้าเพชรขนาดเล็กของโลกเนื่องจากค่าจ้างแรงงานต่ำ และมีความชำนาญด้านการเจียรไนเพชรขนาดเล็ก ที่มีน้ำหนักต่ำกว่า 0.1 กะรัต

เบลเยียม เป็นศูนย์กลางการค้าและการเจียรไนเพชรที่มีมูลค่าการส่งออกเพชรมากที่สุดในโลกและเป็นผู้นำด้านการเจียรไนเพชรหลากหลายชนิดรวมถึงเพชรที่มีความซับซ้อนในการออกแบบและเจียรไนยาก และเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย โดยประเทศไทยส่งเพชรที่เจียรไนแล้วไปขายที่เบลเยียมมากถึงร้อยละ 36 ของมูลค่าการส่งออกเพชรทั้งหมดของไทย

อิสราเอล เป็นศูนย์กลางการค้าเพชรที่มีการเจียรไนเพชรเม็ดใหญ่ และเพชรที่เจียรไนแบบ Brilliant Cuts และ Fancy Cuts อิสราเอลเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย โดยไทยส่งออกเพชรไปขายที่อิสราเอลรองจากเบลเยียม และในขณะเดียวกันอิสราเอลก็ยังเป็นแหล่งนำเข้าเพชรที่ยังไม่ได้เจียรไนที่สำคัญของไทยซึ่งมูลค่าการนำเข้าเพชรจากอิสราเอลสูงกว่ามูลค่าเพชรที่ไทยส่งออกไปยังอิสราเอลหลายเท่าตัว

สหรัฐอเมริกา เป็นศูนย์กลางการค้าและการเจียรไนเพชรที่มีขนาดใหญ่ โดยมีสัดส่วนการค้าเพชรถึงร้อยละ 33 ของการค้าเพชรของโลก สำหรับเพชรที่เจียรไนและที่ค้าในตลาดสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นเพชรที่มีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 0.20 – 2.00 กะรัต โดยนำเข้าเพชรจากต่างประเทศมาเจียรไนแหล่งนำเข้าเพชรที่สำคัญของสหรัฐฯ ได้แก่ อิสราเอล เบลเยียม และอินเดีย ตามลำดับ สำหรับผู้ซื้อเพชรรายใหญ่ของสหรัฐฯ ได้แก่ ฮองกง ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และไทย เป็นต้น

นอกจากประเทศทั้ง 4 แล้ว ในปัจจุบันประเทศไทยยังถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งที่เป็นศูนย์กลางการเจียรไนเพชรที่สำคัญของโลกรองจากประเทศทั้ง 4

พลอยและอัญมณีอื่นๆ (GEMS)

พลอย

พลอยมีหลายชนิดและหลากสี ทั้งที่ไร้สีไปจนกระทั่งสีดำ หรือหลายสีปนกันในกลุ่มเดียวกันโดยทั่วไปพลอยสีจะมีความใส มีน้ำหรือไฟงาม พลอยบางชนิดมีความแข็ง ทนทานต่อการขีดขีด และการสึกกร่อนสูง เป็นสิ่งที่หาได้ยาก และมีสีสวยงามขนาดพอเหมาะที่จะนำมาทำเครื่องประดับ ราคาของพลอยขึ้นอยู่กับชนิด ความนิยม และคุณภาพของพลอยเหล่านั้น พลอยธรรมชาติสามารถจำแนกออกเป็น พลอยเนื้อแข็ง (Precious Stone) ได้แก่ ทับทิม ไข่มุก เป็นต้น พลอยเนื้ออ่อน (Semi Precious Stone) ได้แก่ เพทาย โทเมน บุษราคัม เป็นต้น

เดิมแหล่งผลิตพลอยสีที่สำคัญของโลกมีอยู่ 5 แห่ง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อเมริกาใต้ พม่า ศรีลังกา และไทย แต่จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ทำให้มีการใช้วัตถุดิบพลอยที่ขุดได้ภายในประเทศไปเป็นจำนวนมากมีผลทำให้พลอยที่ขุดพบในประเทศไทยมีปริมาณน้อยลงมาก ดังนั้นในปัจจุบันแหล่งพลอยที่สำคัญของโลกและของไทย ได้แก่ อัฟริกา โดยเฉพาะสาธารณรัฐมาดากัสการ์

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากมีตลาดซื้อขายพลอยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก (จันทบุรี) มีภูมิประเทศอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบพลอยที่สำคัญของโลก (ได้แก่ พม่า และศรีลังกา) และมีความสามารถพิเศษในการหุงหรือเผาพลอยเพื่อเพิ่มคุณภาพของพลอยซึ่งเป็นที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในตลาดโลก นอกจากนี้ช่างฝีมือของไทยก็ยังเป็นที่ยอมรับในเรื่องของฝีมือในการเจียรไนพลอยที่ประณีตและสวยงาม จากความได้เปรียบในเรื่องของการเพิ่มคุณภาพของพลอยและการเจียรไนพลอย จึงทำให้พลอยดิบจากแหล่งต่างๆ ทั่วโลกไหลเข้ามาในประเทศไทย เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพและเจียรไนภายในประเทศแล้วจึงส่งออกหรือนำไปทำเครื่องประดับเพื่อส่งออกต่อไปสำหรับตลาดสำคัญที่มีการค้าพลอยมาก ได้แก่ ไทย เป็นศูนย์กลางการค้าพลอยที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากมีเทคนิคการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก และมีฝีมือในการเจียรไนพลอยที่เป็นที่ยอมรับของตลาดโลกด้วย นอกจากนี้ ยังมี อินเดีย เป็นศูนย์กลางการค้าพลอยที่ใหญ่แห่งหนึ่ง เนื่องจากมีค่าจ้างแรงงานต่ำและมีความชำนาญในการเจียรไนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป รวมทั้งเป็นแหล่งนำเข้าพลอยที่สำคัญของประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ในปัจจุบันอินเดียได้ให้ความสำคัญกับการค้าพลอยเพิ่มขึ้นมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา จึงทำให้อินเดียเริ่มเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการค้าพลอยในตลาดโลกเพิ่มขึ้น และ สหรัฐอเมริกา ซึ่งก็เป็นศูนย์กลางการค้าพลอยขนาดใหญ่อีกแห่งหนึ่งของโลก เนื่องจากมีเตาปฏิกรณ์ที่ใหญ่พอที่จะนำรังสีมาใช้ปรับปรุงคุณภาพพลอยให้ได้จำนวนมากและรวดเร็ว และเนื่องจากเตาปฏิกรณ์ที่ใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการเผาพลอยไม่นานซึ่งจะส่งผลให้พลอยใช้เวลาในการคายรังสีรวดเร็วด้วย ดังนั้นพลอยจากแหล่งต่างๆ จึงถูกส่งไปปรับปรุงคุณภาพที่สหรัฐฯ นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้บริโภคในสหรัฐฯ เริ่มหันมานิยมใช้พลอยสีต่างๆ มากขึ้น ทำให้การซื้อขายพลอยในตลาดสหรัฐฯ มีความคึกคักมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา

ไข่มุก

อุตสาหกรรมการเลี้ยงหอยมุกเริ่มต้นมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มุกที่ได้จากการเลี้ยงสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

Akoya Pearls เป็นไข่มุกที่มีการซื้อขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าซื้อขายไข่มุกทุกชนิดรวมกัน ไข่มุกชนิดนี้เป็นไข่มุกที่ได้จากการเลี้ยงชนิดแรกที่เกิดขึ้นในโลก ซึ่งมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 2 – 9 มม. ประเทศญี่ปุ่นเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าไข่มุกของโลก แต่อย่างไรก็ตามญี่ปุ่นเริ่มมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น จึงส่งผลให้ญี่ปุ่นไม่สามารถแข่งขันกับจีนได้ และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จีนได้ขยายการผลิตไข่มุก Akoya และไข่มุกน้ำจืด โดยมีการพัฒนาคุณภาพและขนาดของเม็ด จึงทำให้ฮ่องกงกลายเป็นศูนย์กลางการค้าไข่มุกของโลกอีกแห่งหนึ่ง (เพราะจีนส่งไข่มุกมาขายที่ฮ่องกง) เนื่องจากขายในราคาต่ำกว่า ทำให้จีนมีโอกาสขยายการผลิตและมีการปรับปรุงคุณภาพเพื่อเพิ่มราคาได้ในอนาคตตลาดหลักของไข่มุก Akoya ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญแต่มีอัตราการขยายตัวค่อนข้างคงที่

South Sea Pearls ไข่มุก South Sea เป็นไข่มุกที่มีราคาต่อหน่วยสูงสุด ไข่มุกชนิดนี้มีเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 9 – 22 มม. มีการผลิตเป็นอุตสาหกรรมครั้งแรกในประเทศออสเตรเลีย และปัจจุบันออสเตรเลียยังคงเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยผลิตได้ปีละ 1.3 ตัน แหล่งผลิตหลักอยู่แถบชายฝั่งทิศเหนือของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด คือ Pospaley Pearling Pty Ltd. สามารถผลิตไข่มุกได้ปีละ 0.75 ตัน การผลิตไข่มุกของออสเตรเลียถูกกำหนดโดยระบบโควตา (Quota) ซึ่งรัฐบาลจะกำหนดให้มีปริมาณการเลี้ยงและการผลิตไข่มุกจากหอยได้ปีละประมาณ 600,000 ตัว โดยแบ่งเป็นใบอนุญาต 17 ใบ โดยแต่ละใบจะใช้สำหรับจำนวนหอยมุก 20,000 ตัว ผู้ผลิตไข่มุก South Sea รายใหญ่อีกราย คือ อินโดนีเซีย ซึ่งผลิตไข่มุกได้ 0.38 ตัน/ปี และฟิลิปปินส์ ซึ่งผลิตมุกได้ 0.30 – 0.38 ตัน/ปี ในปี พ.ศ. 2538 ผู้ผลิตและผู้ค้าส่งไข่มุก South Sea ได้ร่วมกันก่อตั้ง The South Sea Pearl Consortium เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของไข่มุก South Sea ซึ่งเน้นที่ไข่มุก South Sea ของออสเตรเลีย โดยมีงบประมาณในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขาย 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจัดสรรทุนให้ The Gemological Institute of America ในสหรัฐฯ เพื่อพัฒนาการคัดคุณภาพมาตรฐานของไข่มุก South Sea และการฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

Freshwater Pearls เป็นไข่มุกที่พบในแหล่งหอยมุกในแม่น้ำ และทะเลสาบ ใน Mississippi Valley ในสหรัฐฯรวมทั้งแม่น้ำและทะเลสาบในมณฑลต่างๆ ของจีน เช่น เจียงซู (Jiangsu) เจ้อเจียง (Zhejiang) และบริเวณลุ่มแม่น้ำแยงซี (Yangtze River) ซึ่งได้แก่ มณฑลอันฮุย (Anhui) หูเป่ย์ (Hubei) และหูหนาน (Hunan) ทั้งนี้ ร้อยละ 80 ของผลผลิตไข่มุกน้ำจืดในจีนมาจากมณฑลเจียงซู และเจ้อเจียง จีนเป็นผู้ผลิตไข่มุกน้ำจืดรายใหญ่ของโลก ซึ่งมีการผลิตไข่มุกประเภทนี้มานานกว่า 700 ปี และความต้องการไข่มุกดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการพัฒนาการเลี้ยงและคุณภาพของไข่มุก โดยไข่มุกที่ผลิตได้กว่าร้อยละ 70 จะถูกส่ง ไปจำหน่ายในตลาดโลก

โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ อินเดีย และสหราชอาณาจักร เป็นต้น ปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตไข่มุกน้ำจืดของจีนกำลังประสบปัญหาหลายประการ แต่ที่สำคัญคือ ผู้ผลิตของจีนไม่สามารถควบคุมการผลิตได้ทำให้ราคาไข่มุกน้ำจืดมีแนวโน้มลดลง เพราะมีปริมาณการผลิตมากเกินไปเกินความต้องการ โดยที่ในปัจจุบันจีนผลิตไข่มุกน้ำจืดได้ปีละประมาณ 650 ตัน อย่างไรก็ตาม ไข่มุกน้ำจืดที่มีคุณภาพดีและมีขนาดใหญ่จะมีราคาสูงขึ้น ซึ่งขณะนี้การเลี้ยงหอยมุกน้ำจืดของจีน มีการพัฒนาให้มีรูปร่างกลมและมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางถึง 9 มิลลิเมตร ซึ่งทำให้จำหน่ายได้ในราคาสูงขึ้น

เครื่องประดับ (Jewelry)

แหล่งผลิตและศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับที่สำคัญส่วนใหญ่อยู่ในสหภาพยุโรป เนื่องจากมีเทคโนโลยีการผลิตสูง ทำให้สินค้ามีคุณภาพและรูปแบบเป็นที่ต้องการของตลาด ได้แก่

อิตาลี เป็นแหล่งผลิตเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อยแต่มีความชำนาญและใช้เทคโนโลยีในการผลิตขั้นสูง เช่น เทคนิคในการชุบโลหะ การผสมโลหะ การทำ เครื่องประดับ เช่น การทำให้โลหะกลวง ทำให้สินค้าใหญ่ขึ้น แต่ราคาลดลง รวมทั้งการออกแบบตามแฟชั่น เครื่องประดับอิตาลีจึงเป็นสินค้าในตลาดระดับสูง และเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในด้านคุณภาพและรูปแบบ เครื่องประดับของอิตาลีจึงสามารถส่งออกได้มากเป็นอันดับ 1 ของโลกติดต่อกันมาโดยตลอด

จีน เป็นแหล่งผลิตเครื่องประดับที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของโลกในปัจจุบัน โดยในปัจจุบันมีมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากอิตาลี เนื่องจากตลอดช่วง 20 ปีที่ผ่านมา จีนได้มีความพยายามในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด กอปรกับจีนสามารถผลิตสินค้าเครื่องประดับที่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง รายอื่นๆ เนื่องจากมีต้นทุนทางด้านค่าแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งรายอื่นๆ

สวิสเซอร์แลนด์ เป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกเครื่องประดับที่สำคัญของโลก โดยในปี พ.ศ. 2543 สามารถส่งออกเครื่องประดับได้มากเป็นอันดับ 4 ของโลก เนื่องจากสวิสเซอร์แลนด์เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก มีการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใหญ่ๆ เป็นประจำ ขณะเดียวกันประชากรของสวิสเซอร์แลนด์ก็มีกำลังซื้อสูง ดังนั้น

สวิสเซอร์แลนด์จึงมีการนำเข้าเพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ (Re-Export) เนื่องจากต้นทุนค่าแรงงานของสวิสเซอร์แลนด์สูง

ฮ่องกง อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งหมดเป็นการผลิตในฮ่องกง ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 30 ของการส่งออกทั้งหมด เป็น Re-Export ซึ่งร้อยละ 54 ของอัญมณีและเครื่องประดับที่ฮ่องกง Re-Export นั้นนำเข้าจากจีน สินค้าที่ฮ่องกงผลิตและส่งออกส่วนใหญ่จะมุ่งตลาดระดับกลางถึงระดับสูง โดยฮ่องกงมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในความสามารถด้านการออกแบบและการประกอบตัวเรือนไม่แพ้ผู้ผลิตในสหภาพยุโรป แต่ในปัจจุบันได้เริ่มมีการย้ายฐานการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพต่ำไปยังจีนบ้างแล้ว

ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าสวิสเซอร์แลนด์

สำหรับในปี พ.ศ. 2552 (ม.ค. - เม.ย.) ประเทศไทยกับประเทศสวิสเซอร์แลนด์ มีมูลค่าการค้าระหว่างกันรวม 2,222.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมูลค่าส่งออก 1,677.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่านำเข้า 544.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ามูลค่า 1,133.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ทองคำ ส่วนประกอบของอากาศยาน ส่วนประกอบของนาฬิกา และอัญมณีเครื่องประดับ เป็นต้น สวิสเซอร์แลนด์เป็นอีกประเทศหนึ่งในบรรดาประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศที่ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) กับประเทศไทย ด้านการใช้สิทธิพิเศษทางภาษี GSP ในปี พ.ศ. 2551 กรมการค้าต่างประเทศได้ออกหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form A) ไปสวิสเซอร์แลนด์ จำนวน 9,632 ฉบับ มีมูลค่า 315.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.95 ของมูลค่าการส่งออกรวม รายการสินค้าที่ไทยใช้สิทธิ GSP สูง ได้แก่ ปลาทุบ่นกระป๋อง ข้าวสาร หน้าปัดนาฬิกา และตัวเรือนนาฬิกา เป็นต้น สำหรับสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกแต่ไม่ได้ใช้สิทธิหรือใช้สิทธิน้อย ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้ฝังมุกหรือวัตถุอื่นๆ สายนาฬิกา/ส่วนประกอบของนาฬิกา กล่องพลาสติกหุ้มด้วยผ้าทอ และอัญมณีเครื่องประดับ เป็นต้น การใช้สิทธิ GSP สำหรับสินค้าเพชรพลอย/ส่วนประกอบทำด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ได้ เนื่องจากสินค้านี้ดังกล่าวได้รับการยกเว้นภาษ้นำเข้าภายใต้ GSP จากภาษ้นำเข้าปกติ (MFN) ซึ่งสูงถึง 3,999 Fr./100 kg. gross

ข้อมูลทั่วไปของสมาพันธรัฐสวิสหรือสวิสเซอร์แลนด์ตั้งอยู่กลางทวีปยุโรปล้อมรอบด้วยเทือกเขาแอลป์ เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกทะเล ทิศเหนือ ติดกับสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ทิศ

ตะวันออก ติดกับออสเตรเลีย และลิคเตนสไตน์ ทิศใต้ ติดกับอิตาลี ทิศตะวันตก ติดกับฝรั่งเศส พื้นที่ 41,285 ตารางกิโลเมตร เมืองหลวง คือ กรุงเบิร์น มีประชากร 7.5 ล้านคน (ในปีพ.ศ. 2549) เป็นชาวสวิสเยอรมันร้อยละ 65 สวิสฝรั่งเศสร้อยละ 18 สวิสอิตาเลียนร้อยละ 10 โรมานซ์ร้อยละ 1 อื่น ๆ ร้อยละ 6 ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงไปตามระดับความสูงของพื้นที่ ตั้งแต่ภูมิอากาศแบบแอลป์จนถึงแบบเมดิเตอร์เรเนียน ฤดูหนาว อากาศหนาว มีฝน และหิมะ ฤดูร้อน อบอุ่น เย็นชื้น มีฝนบางครั้ง ทางตอนใต้จะมีฝนชุก ภาษาราชการมี 4 ภาษา คือ เยอรมัน ร้อยละ 64 ฝรั่งเศส ร้อยละ 19 อิตาเลียน ร้อยละ 8 โรมานซ์ ร้อยละ 1 อื่น ๆ ร้อยละ 8 ศาสนา ประชาชนร้อยละ 48 นับถือนิกายโรมันคาทอลิก ร้อยละ 44 นับถือนิกายโปรเตสแตนต์ ร้อยละ 8 นับถือศาสนาอื่น ๆ หรือมิได้ นับถือศาสนา หน่วยเงินตรา 1 ฟรังก์สวิส เท่ากับ 26.98 บาท (20 มีนาคม พ.ศ. 2550) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ประมาณ 350 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ (ในปี พ.ศ. 2552) รูปแบบการปกครอง – ประชาธิปไตยแบบสมาพันธรัฐ ภาวะเศรษฐกิจจิตสวิสเซอร์แลนด์เป็นประเทศเล็กที่ไม่มีทางออกทะเล แต่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่งคั่ง

ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งชั้นสอง

ประเทศคู่แข่งชั้นของไทย คือ ฮองกง เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นเขตปกครองของสาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ โดยอยู่ติดกับมณฑลกวางตุ้ง (กวางตุ้ง) และห่างจากมาเก๊าราว 61 กิโลเมตรทางฝั่งตะวันตก ฮองกงมีจำนวนประชากรกว่า 6.99 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2549 ความหนาแน่นของประชากร 6,300 คนต่อตารางกิโลเมตร ประชากรส่วนมากเป็นชาวจีน มีร้อยละ 3 เป็นชาวต่างชาติ อาทิ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และอเมริกัน ฯลฯ ภาษากวางตุ้งซึ่งเป็นภาษาถิ่นที่มีการพูดตั้งแต่มณฑลกวางตุ้งของจีนเรื่อยมาจนถึงฮองกงได้กลายมาเป็นภาษาราชการของฮองกง ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นของภาษาของเจ้าอาณานิคมยังคงเป็นภาษาราชการร่วมซึ่งถูกใช้พูดมากกว่า ร้อยละ 38 ของประชากรเป็นภาษาที่ใช้แพร่หลาย ส่วนภาษาจีนท้องถิ่นอื่นเช่นแต้จิ๋ว หรือจีนแคะ ฯลฯ และตั้งแต่ฮองกงกลับสู่ใต้การปกครองของจีนแผ่นดินใหญ่ การใช้ภาษาจีนกลางในการติดต่อก็เริ่มเพิ่มมากขึ้นอันเนื่องมาจากการเข้ามาของชาวจีนแผ่นดินใหญ่และการติดต่อค้าขายระหว่างกัน ถึงแม้ว่าการใช้อักษรจีนนั้นยังนิยมใช้อักษรจีนตัวเต็มอยู่ก็ตาม นอกจากนั้นทางรัฐบาลฮองกงได้มีโครงการ "สองแบบอักษร สามภาษา" เพื่อสนับสนุนให้ชาวฮองกงใช้ภาษาทั้ง 3 ภาษาร่วมกัน คือ ภาษากวางตุ้ง จีนกลาง และอังกฤษ

นโยบายการค้า ฮองกงดำเนินนโยบายการค้าเสรีและเป็นเมืองท่าเสรี การดำเนินการค้าแบบเสรีมาตั้งแต่เดิมจนถึงปัจจุบันติดต่อกันมาเป็นเวลานาน ทำให้ฮองกงมีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ

มากเป็นอันดับที่ 9 ของโลก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการพาณิชย์และการเงินที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ฮองกงดำเนินนโยบายเปิดตลาดมาตลอด ทั้งตลาดการค้า การลงทุน โดยจีนได้ใช้การปกครองแบบ 1 ประเทศ 2 ระบบ (One Country Two Systems) สำหรับการปกครองฮองกง โดยให้ฮองกงมีเอกภาพ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การค้า การเงินการธนาคาร หลังปี พ.ศ. 2540 เมื่อฮองกงถูกส่งคืนให้จีนปกครอง ซึ่งรวมถึงระบบเศรษฐกิจการค้าแบบทุนนิยม การเคลื่อนย้ายทุนและสินค้าโดยอิสระ การเป็นเมืองท่าปลอดภาษี และมีระบบศุลกากรและการตรวจคนเข้าเมืองของฮองกงเฉพาะแยกจากจีน พิกัดอัตราภาษีต่างๆ ที่กำหนดโดยฮองกง ก็มีผลเฉพาะในเขตปกครองพิเศษฮองกงเท่านั้น Basic Law ยังกำหนดให้ฮองกงสามารถมีส่วนร่วมปฏิสัมพันธ์ในองค์การนานาชาติ และข้อตกลงทางการค้าต่างๆ ภายใต้อำนาจอธิปไตยของ Hong Kong, China

ฮองกงมีการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก ฮองกงถือเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์ทองคำ และเป็นผู้นำสินค้าหยก การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของฮองกงในปี พ.ศ. 2551 ฮองกงมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 มีมูลค่า 37,073 ล้านดอลลาร์ฮองกง ฮองกงส่งออกไปสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี และสวิสเซอร์แลนด์ ตามลำดับ ตลาดนำเข้าสำคัญ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน สหรัฐอเมริกา อินเดีย สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี สหรัฐ-อาหรับเอมิเรตส์ ฝรั่งเศส มาเก๊า ญี่ปุ่น ตามลำดับ ในส่วนของตลาดส่งออก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี ญี่ปุ่น เยอรมัน จีน ไต้หวัน ฯลฯ

ฮองกงถือว่าเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในรายการเพชรพลอยและรูปพรรณ และส่วนประกอบทำด้วยโลหะมีค่า (HS 7113) ฮองกงเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกของผลิตภัณฑ์สินค้าอัญมณีและฝีมือการออกแบบ ซึ่งฮองกงมีความได้เปรียบอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (ตารางที่ 9)

จากการสำรวจระบุว่าความต้องการด้านการตลาดสำหรับผู้มีรายได้สูงและการส่งออกที่มีความต้องการสินค้าอัญมณีจากจีนแผ่นดินใหญ่ จากสถิติของหน่วยงาน TDC แสดงจำนวนตัวเลขการส่งออกสินค้าอัญมณีเพิ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1991 –1998 HK\$22.5 billion - HK\$71.4 billion และแผนการณ์ปี 2553 จะมียอดขายถึง HK\$140.7 billion คิดเป็น 10% ของตัวเลขโดยรวมจากทั่วโลก

ระเบียบการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าทุกชนิด ต้องยื่นเอกสาร Import / Export Declarations ภายใต้อำนาจ The Import and Export (Registration) Regulations, Chapter 60 ผู้ที่นำเข้าหรือส่งออกสินค้าสิ่งของ จะต้องยื่นหนังสือแสดงสินค้า The Commissioner of Customs and Excise ภายใน 14 วัน หลังจากสินค้ามาถึงฮองกง สำหรับการนำเข้าอัญมณีเจียรไนและเครื่องประดับนำเข้าได้เสรี ไม่มี

การเสียภาษีและ NTB ยกเว้นต้องเสียค่าธรรมเนียม Import Declaration Charge และการนำเข้าเพชร (Diamond Rough) ต้องขอใบอนุญาตนำเข้า (Import Licence) ก่อนนำเข้า

ตารางที่ 9 แสดงอันดับความน่าเชื่อถือของอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงในด้านต่าง ๆ

| รายการ | ความน่าเชื่อถือ (หน่วย : ร้อยละ) |
|-----------|--|
| การออกแบบ | ได้รับการยอมรับ 94 % ที่มีความประทับใจด้านการออกแบบอัญมณีที่มีแบบทันสมัยใหม่ |
| คุณภาพ | ได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพดีที่สุด 86% |
| ยอดขาย | สินค้าประเภทแหวน โดยเฉพาะประเภทแหวนเพชรที่มียอดขายเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา 95% สินค้าประเภท platinum jewelry และ 74% สินค้าประเภทแหวนแต่งงานสวมสำหรับชายที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และ ปริมาณ 48% |
| แฟชั่น | ได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถือในตลาดถึง 76% |

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ (2552)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทที่ 4 จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) เพื่อทราบถึงปัจจัยและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยและฮ่องกง ต่อประเทศสวิตเซอร์แลนด์ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ การผลิต การตลาดได้อย่างเหมาะสม สำหรับนักลงทุนที่ต้องการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ตลอดจนหลีกเลี่ยงการเกิดข้อเสียเปรียบทางการค้า โดยการศึกษาแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ที่จะพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลายาว 2 ช่วง คือ ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ยช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550) และหลังเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ (ช่วงปี พ.ศ. 2551)

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ของอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 18 หมวดตามพิกัดศุลกากร แสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศนั้นๆ ซึ่งหากค่า RCA ของสินค้าของประเทศนั้นๆ มีค่ามากกว่า 1 แสดงถึงความได้เปรียบในสินค้าของประเทศนั้นในตลาดของประเทศคู่ค้า การวิเคราะห์ค่า RCA ในการศึกษาจะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฮ่องกง ในแต่ละตลาดที่สำคัญ ซึ่งในการศึกษาได้เลือกศึกษาเฉพาะตลาดที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ ตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ดังนั้นในการคำนวณเพื่อหาค่า RCA ในครั้งนี้จะมีการปรับปรุงสูตรการคำนวณเพื่อให้สามารถนำมาอธิบายถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาด และสามารถที่จะเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของไทยกับฮ่องกงได้

ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิตินำเข้าและส่งออก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 แบ่งอัญมณีและเครื่องประดับตามพิกัดศุลกากรที่ 71 ออกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากร (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 แสดงชนิดของอัญมณีและเครื่องประดับ ตามพิกัดศุลกากร

| พิกัด ศุลกากร | รายการ | รายละเอียด |
|------------------|---|--|
| HS 7101 | ไข่มุก หมวดอัญมณี | ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยงจะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือนรวมทั้งไข่มุกเลี้ยงที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง |
| HS 7102 | เพชร หมวดอัญมณี | เพชรจะตกแต่งหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ประกอบกับตัวเรือน |
| HS 7103 | รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) หมวดอัญมณี | รัตนชาติ (พลอย) และกึ่งรัตนชาติ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่ได้ร้อยเข้าด้วยกันหรือประกอบกับตัวเรือนรวมทั้งรัตนชาติและกึ่งรัตนชาติที่ไม่ได้คัด ซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง |
| HS 7104 | อัญมณีสังเคราะห์ หมวดอัญมณีสังเคราะห์ | รัตนชาติหรือกึ่งๆ ที่ได้จากการสังเคราะห์ หรือทำขึ้นใหม่ที่ไม่ได้คัดซึ่งร้อยเข้าด้วยกันชั่วคราวเพื่อสะดวกแก่การขนส่ง |
| HS 7105 | ฝุ่นผงของรัตนชาติจากธรรมชาติหรือการสังเคราะห์ | ฝุ่นของรัตนชาติ (พลอย) และกึ่งรัตนชาติ จะตกแต่งหรือคัดแล้วหรือไม่ก็ตาม |
| HS 7106 | หมวดโลหะมีค่า เงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป | |
| HS 7107 | โลหะที่หุ้มด้วยเงิน หมวดโลหะมีค่า | |
| HS 7108 | ทองคำ หมวดทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป | |
| HS 7109 | โลหะเงินที่หุ้มด้วยทองคำ หมวดโลหะมีค่า | |

ตารางที่ 10 (ต่อ)

| พิกัด ศุลกากร | รายการ | รายละเอียด |
|------------------|---|--|
| HS 7110 | แพลทินัม หมวดโลหะมีค่า | |
| HS 7111 | โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม หมวดโลหะมีค่า | |
| HS 7112 | เศษที่ใช้ไม่ได้ ทำด้วยโลหะมีค่า หรือโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า | |
| HS 7113 | เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ หมวดเครื่องประดับแท้ | เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและส่วนประกอบทำด้วย โลหะมีค่าจะชุบหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า |
| HS 7114 | เครื่องทองหรือเครื่องเงิน และส่วนประกอบ | |
| HS 7115 | ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือ หุ้มด้วยโลหะมีค่า | |
| HS 7116 | ของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุก รัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ หมวดโลหะมีค่า | |
| HS 7117 | เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่ เป็นของเทียม หมวดเครื่อง ประดับอัญมณีเทียม | เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณที่เป็นของเทียม |
| HS 7118 | เหรียญกษาปณ์ หมวดโลหะมีค่า | |

ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (2552)

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของอัญมณีและเครื่องประดับ (พิกัดศุลกากรที่ 71) จำแนกออกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากรของประเทศไทย ไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ พบว่าค่า RCA ที่คำนวณได้ ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 11)

พิกัดศุลกากรที่ 71 อัญมณีและเครื่องประดับ

ค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทย หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7101 ไข่มุก

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7101 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกไข่มุกของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าไข่มุกของประเทศไทยต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทย หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7102 เพชร

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7102 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2547 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเพชรของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าเพชรของประเทศไทยต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทย หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพชรไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2545 ปี พ.ศ. 2548 ปี พ.ศ. 2549 ปี พ.ศ. 2550 และปี พ.ศ. 2551 มีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเพชรของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเพชรของ

ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพชรไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย)

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7103 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้ารัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7104 อัญมณีสังเคราะห์

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7104 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2551 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2545 และ ปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2550 มีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากร 7105 ฝุ่นผงของรัตนชาติ

ประเทศไทยไม่มีการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากร 7106 เงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7106 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2546 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ส่วนในอื่นๆ พบว่าไม่มีการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7107 โลหะที่หุ้มด้วยเงิน

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7107 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 และปี พ.ศ. 2545 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2546 - พ.ศ. 2551 ไม่มีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7108 ทองคำ

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7108 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกทองคำของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าทองคำของประเศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทองคำไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7109 โลหะที่หุ้มด้วยทองคำ

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7109 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2551 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดย

เปรียบเทียบในการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 พบว่าไม่มีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7110 แพลทินัม / พิกัดศุลกากรที่ 7111 โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม / พิกัดศุลกากรที่ 7112 เศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะ

ประเทศไทยไม่มีการส่งออกแพลทินัม / โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม / เศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะ ไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7113 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7114 เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบ

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7114 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2547 พ.ศ. 2548 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบ ของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ในส่วนปี พ.ศ. 2545 พ.ศ. 2546 พ.ศ. 2549 พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2551 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย มีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทย

ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7115 ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะ

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7115 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2547 พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2551 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทยหรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ในส่วนปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2546 พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2550 ไม่มีการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7116 ของอื่นๆ ที่ทำด้วยไข่มุก

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7116 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2547 พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2551 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกของอื่นๆ ที่ทำด้วยไข่มุกของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าของอื่นๆ ที่ทำด้วยไข่มุกของประเทศไทยต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทยหรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอื่นๆ ที่ทำด้วยไข่มุกไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ในส่วนปี พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2550 ไม่มีการส่งออกของอื่นๆ ที่ทำด้วยไข่มุกไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7117 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม

ค่า RCA ของประเทศไทยพิกัดศุลกากรที่ 7117 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา ยกเว้นปี พ.ศ. 2550 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทยหรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมไปยังตลาด

สวิสเซอร์แลนด์ ยกเว้นในปี พ.ศ. 2550 ค่า RCA น้อยกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทย สวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทย สวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7118 เหริยัญญาปณี

ประเทศไทยไม่มีการส่งออกเหริยัญญาปณีไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

ตารางที่ 11 แสดงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกของอัญมณีและเครื่องประดับ (พิกัดศุลกากรที่ 71) และจำแนกออกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากรของประเทศไทยไปยังประเทศสวิสเซอร์แลนด์

| RCA- TH | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------------|-------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 71 | 1.41 | 5.54 | 7.29 | 2.23 | 2.84 | 2.87 | 6.73 | 9.05 |
| 7101 | 0.10 | 0.57 | 0.33 | 0.76 | 0.23 | 0.10 | 0.04 | 0.24 |
| 7102 | 0.07 | 1.04 | 0.29 | 0.26 | 7.10 | 5.08 | 3.46 | 3.05 |
| 7103 | 14.60 | 8.57 | 4.55 | 5.50 | 6.29 | 5.55 | 6.34 | 7.73 |
| 7104 | 3.19 | 1.11 | 0.84 | 1.03 | 1.06 | 81.52 | 64.59 | 0.39 |
| 7105 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7106 | 0.00 | 0.00 | 17.09 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7107 | 2.78 | 24.49 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7108 | 17.15 | 474.64 | 637.50 | 76.41 | 20.68 | 137.51 | 448.23 | 623.99 |
| 7109 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.27 |
| 7110 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7111 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

ตารางที่ 11 (ต่อ)

| RCA- TH | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|
| 7112 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7113 | 3.84 | 2.35 | 1.84 | 1.61 | 2.27 | 1.10 | 1.11 | 2.39 |
| 7114 | 1.26 | 0.05 | 0.01 | 1.26 | 1.74 | 0.79 | 0.99 | 0.71 |
| 7115 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.02 |
| 7116 | 0.00 | 0.04 | 0.09 | 0.35 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 |
| 7117 | 47.43 | 57.90 | 53.21 | 48.24 | 1.95 | 1.71 | 0.74 | 8.35 |
| 7118 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของฮ่องกง

ผลการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของอัญมณีและเครื่องประดับ (พิกัดศุลกากรที่ 71) และจำแนกออกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากรของฮ่องกงไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ พบว่าค่า RCA ที่คำนวณได้ ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 12)

พิกัดศุลกากรที่ 71 อัญมณีและเครื่องประดับ

ค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7101 ไข่มุก

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7101 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกไข่มุกของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่า

สัดส่วนการนำเข้าไข่มุกของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไข่มุกไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7102 เพชร

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7102 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเพชรของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่า สัดส่วนการนำเข้าเพชรของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเพชรไป ยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย)

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7103 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของฮ่องกงต่อการส่งออก ทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้ารัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ไปยังตลาด สวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7104 อัญมณีสังเคราะห์

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7104 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของ ฮ่องกงมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้า ทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ในการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2551 มีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของ ฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้า

ทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7105 ฝุ่นผงของรัตนชาติ

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7105 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2548 พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2551 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าฝุ่นผงของรัตนชาติของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2547 และ พ.ศ. 2549 พบว่าไม่มีการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7106 เงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7106 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2549 – พ.ศ. 2551 มีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7107 โลหะที่หุ้มด้วยเงิน

ไม่มีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7108 ทองคำ

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7108 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกทองคำของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่า สัดส่วนการนำเข้าทองคำของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทองคำ ไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7109 โลหะที่หุ้มด้วยทองคำ

ค่า RCA ของประเทศฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7109 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2546 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของ ฮ่องกงมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้า ทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าประเทศฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ และในปี พ.ศ. 2551 มีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของฮ่องกงต่อการ ส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ส่วนในปี พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2545 พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2550 พบว่าไม่มีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำ ไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7110 แพลทินัม

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7110 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกแพลทินัมของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าต่ำกว่า สัดส่วนการนำเข้าแพลทินัมของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออก แพลทินัมไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7111 โลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัม

ฮ่องกงไม่มีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยพลาสติกนัมไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7112 เศษที่ไม่ได้ใช้ ทำด้วยโลหะ

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7112 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ ทำด้วยโลหะของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของ ฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเศษที่ไม่ได้ใช้ ทำด้วยโลหะของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการ นำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบในการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ ทำด้วยโลหะไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7113 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ของฮ่องกงต่อ การส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและ รูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7114 เครื่องทองหรือเครื่องเงิน และส่วนประกอบ

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัดศุลกากรที่ 7114 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกช่วงปี หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงิน และส่วนประกอบของฮ่องกงต่อการ ส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องทองหรือเครื่องเงิน และส่วนประกอบ ของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่า ฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงิน และ ส่วนประกอบไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7115 ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะ

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัตศุลกากรที่ 7115 พบว่ามีค่า RCA น้อยกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา ยกเว้นปี พ.ศ. 2549 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีต่ำกว่าสัดส่วนการนำเข้าของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ใน ส่วนปี พ.ศ. 2549 มีค่า RCA มากกว่า 1 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะ ของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของ ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่า ฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะไปยังตลาด สวิสเซอร์แลนด์

พิกัตศุลกากรที่ 7116 ของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุก

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัตศุลกากรที่ 7116 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2551 หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของฮ่องกงต่อ การส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ใน ส่วนปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2549 – พ.ศ. 2550 มีค่า RCA น้อยกว่า 1 หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของฮ่องกงต่อการส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีต่ำกว่า สัดส่วนการนำเข้าของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของ ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการ ส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัตศุลกากรที่ 7117 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม

ค่า RCA ของฮ่องกงพิกัตศุลกากรที่ 7117 พบว่ามีค่า RCA มากกว่า 1 ในทุกๆ ช่วงเวลา หมายความว่าสัดส่วนการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของฮ่องกงต่อ การส่งออกทั้งหมดของฮ่องกงมีค่าสูงกว่าสัดส่วนการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ต่อการนำเข้าทั้งหมดของประเทศสวิสเซอร์แลนด์

หรืออาจกล่าวได้ว่าฮ่องกงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและ
รูปพรรณ เครื่องประดับเทียมไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์

พิกัดศุลกากรที่ 7118 เหรียญกษาปณ์

ฮ่องกงไม่มีการส่งออกเหรียญกษาปณ์ไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์

ตารางที่ 12 แสดงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกอัญมณีและ
เครื่องประดับ(พิกัดศุลกากรที่ 71) และแยกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากรของ
ฮ่องกงไปยังประเทศสวิสเซอร์แลนด์

| RCA-HK | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|--------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| 71 | 4.44 | 5.58 | 10.15 | 8.25 | 6.77 | 7.12 | 9.38 | 7.42 |
| 7101 | 17.10 | 7.90 | 8.07 | 15.85 | 20.35 | 11.75 | 11.85 | 8.85 |
| 7102 | 1.33 | 3.35 | 2.61 | 1.72 | 2.97 | 3.22 | 3.01 | 3.00 |
| 7103 | 4.71 | 2.45 | 1.68 | 1.91 | 1.45 | 1.89 | 3.62 | 2.63 |
| 7104 | 0.43 | 0.50 | 0.15 | 0.63 | 0.71 | 0.71 | 0.76 | 1.91 |
| 7105 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.41 |
| 7106 | 14.17 | 0.14 | 0.06 | 0.00 | 0.01 | 150.57 | 18.87 | 303.61 |
| 7107 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7108 | 65.49 | 175.56 | 268.87 | 115.97 | 70.80 | 131.15 | 380.69 | 167.77 |
| 7109 | 0.00 | 0.00 | 0.24 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.36 |
| 7110 | 0.01 | 0.17 | 0.27 | 0.00 | 0.00 | 0.19 | 0.20 | 0.75 |
| 7111 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 7112 | 75.42 | 38.62 | 89.07 | 76.21 | 35.71 | 27.28 | 28.17 | 33.80 |
| 7113 | 5.63 | 2.81 | 2.37 | 2.92 | 3.12 | 3.34 | 3.46 | 4.06 |
| 7114 | 0.03 | 0.37 | 0.01 | 0.07 | 0.57 | 0.81 | 0.05 | 0.03 |
| 7115 | 0.75 | 0.43 | 0.38 | 0.15 | 0.13 | 1.22 | 0.07 | 0.43 |
| 7116 | 0.90 | 0.86 | 0.75 | 1.21 | 1.35 | 0.85 | 0.93 | 2.86 |
| 7117 | 6.99 | 5.88 | 5.75 | 9.98 | 14.33 | 9.85 | 8.98 | 8.23 |
| 7118 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในตลาดโลกโดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share model: CMS) ซึ่งจะใช้ข้อมูลที่เป็นมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551 มาทำการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยในแต่ละช่วงเวลาทำการพิจารณา คือช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 (ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจโลก) ในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในตลาดที่สำคัญ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

พิกัดศุลกากรที่ 71 อัญมณีและเครื่องประดับ

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 3,101,766 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 8,237,671 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 5,133,905 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 2,843,504.99 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.9161 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 13 และตารางที่ 14)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเท่ากับ -360,621.95 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลกต่ำ โดยมีอัตราการขยายตัวเท่ากับ 0.6402 0.4022 1.9152 และ 0.8886 ตามลำดับ จึงเป็นสาเหตุทำให้ผลการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 13 และ ตารางที่ 14)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 1,305,222.76 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลการแข่งขันการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในตลาดสวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ เป็นบวกเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับถึงมาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพและการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทั้งเครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียมที่เป็นเอกลักษณ์ทันสมัย โดยเฉพาะฝีมือทางด้านงานเจียรไนเพชร พลอย อีกทั้งยังมีความได้เปรียบประเทศอื่นๆ ในการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ในตลาดสวิตเซอร์แลนด์เป็นต้นมา ทำให้มูลค่าการส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 13)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 1,345,799.86 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา หรือออสเตรเลีย ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 13)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5,133,905.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ผลจากการส่งออกถูกทาง ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับ Hs.71 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550
เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 |
|---|--------------------------------------|
| Hs.71 | เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 2,843,504.99 |
| ผลจากการกระจายตลาด | - 360,621.95 |
| ผลจากการแข่งขัน | 1,305,222.76 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 1,345,799.63 |
| มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่เปลี่ยนแปลง | 5,133,905.43 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 14 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ Hs.71 ของโลกและอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการ ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550
เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 |
|--|--------------------------------------|
| Hs.71 | เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกอัญมณีรวมของโลก | 0.9161 |
| การส่งออกอัญมณีรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.6402 |
| การส่งออกอัญมณีรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.4022 |
| การส่งออกอัญมณีและรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 1.9152 |
| การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับรวมของโลกไปยังอื่นๆ | 0.8886 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7101 ไข่มุก

มูลค่าการส่งออกไข่มุกเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 11,484 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 17,336 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกไข่มุกของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกไข่มุกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 5,852 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกไข่มุกของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 3,014.44 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของ การส่งออกไข่มุกของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.2625 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกไข่มุกเท่ากับ 527.35 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกไข่มุกไปยังตลาดหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.1414 1.7802 และ 0.2616 ตามลำดับ ส่วนในตลาดสหรัฐอเมริกา มีการขยายตัวของไข่มุกลดลงเล็กน้อย -0.0082 จึงเป็นสาเหตุทำให้ผลการกระจายตลาดมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 15 และตารางที่ 16)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 760.50 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ พบว่าประเทศไทยได้รับผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกไข่มุก ไปยังตลาด สวิตเซอร์แลนด์ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 15)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 1,549.72 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกไข่มุกหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาด สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา หรือออสเตรเลีย ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของ การส่งออกที่ถูกทิศทาง (ตารางที่ 15)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกไข่มุกของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5,852 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการส่งออกถูกทาง ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกไข่มุกของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7101 | |
| ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก | 3,014.44 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 527.35 |
| ผลจากการแข่งขัน | 760.50 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 1,549.72 |
| มูลค่าการส่งออกไข่มุกที่เปลี่ยนแปลง | 5,852.00 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 16 แสดงอัตราการขยายตัวของ การส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของ การส่งออกไข่มุกของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกไข่มุกในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7101 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกไข่มุกรวมของโลก | 0.2625 |
| การส่งออกไข่มุกรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.1414 |
| การส่งออกไข่มุกรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | -0.0082 |
| การส่งออกไข่มุกรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 1.7802 |
| การส่งออกไข่มุกรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.2616 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7102 เพชร

มูลค่าการส่งออกเพชรเนื้อของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 737,813 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 1,091,336 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเพชรของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่ามูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 353,523 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพชรของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 358,498.96 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของ การส่งออกเพชรของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.4859 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 17 และตารางที่ 18)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับลดลงเท่ากับ -26,493.33 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกเพชรไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.6442 0.3441 0.5997 และ 0.4457 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 17 และตารางที่ 18)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 12,670.51 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเพชรของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านการเจาะระไนเพชรแต่มีผลการแข่งขันไม่สูงมากนัก เนื่องจากอุตสาหกรรมเจาะระไนเพชรเป็นอุตสาหกรรมซึ่งต้องลงทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาก ซึ่งกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น จึงทำให้มีความได้เปรียบจากการแข่งขันเล็กน้อย (ตารางที่ 17)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 8,855.57 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกเพชรหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาด

สวีตเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 17)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเพชรของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 353,523 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทาง และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเพชรของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 (มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7102 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 358,489.96 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -26,493.33 |
| ผลจากการแข่งขัน | 12,670.51 |
| ผลจากการส่งออกถูกทางหรือผิดทาง | 8,855.57 |
| มูลค่าการส่งออกเพชรที่เปลี่ยนแปลง | 353,522.71 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 18 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกเพชรของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกเพชรในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเพชรรวมของโลก | 0.4859 |
| การส่งออกเพชรรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.6442 |
| การส่งออกเพชรรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.3441 |
| การส่งออกเพชรรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 0.5997 |
| การส่งออกเพชรรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.4457 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย)

มูลค่าการส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) เฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 241,443 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 513,308 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 271,865 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 170,858.68 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.7077 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 19 และตารางที่ 20)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออก รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) เท่ากับ -41,898.72 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกรัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติไปยังตลาดหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัว เป็นบวกเท่ากับ 0.7988 0.3714 0.4840 และ 0.5876 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 19 และตารางที่ 20)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 90,573.60 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกรัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก เนื่องจาก ประเทศไทยมีการนำเข้ารัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ที่มีราคาต่ำกว่าราคาที่ส่งออก อีกทั้งยังมีคุณภาพพลอยที่มีชื่อเสียงจนเป็นที่ยอมรับในด้านการเจาะระโนที่ติดอันดับโลก (ตารางที่ 19)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 52,331.15 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) หลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้น การพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 19)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 271,865 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้านผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทาง และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก
 รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550
 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7103 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 170,858.68 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -41,898.72 |
| ผลจากการแข่งขัน | 90,573.60 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 52,331.15 |
| มูลค่าการส่งออกรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ที่เปลี่ยนแปลง | 271,864.71 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 20 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
 รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออก
 รัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550
 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7103 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติรวมของโลก | 0.7077 |
| การส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติรวมของโลกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ | 0.7988 |
| การส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.3714 |
| การส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 0.4840 |
| การส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.5876 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7104

มูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์เฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 31,586 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 70,108 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 38,552 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 9,762.75 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของ การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.3091 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 21 และตารางที่ 22)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ลดลงเท่ากับ -1,708.37 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.0113 และ 0.3775 ในส่วนของตลาดสวิสเซอร์แลนด์ และตลาดสหรัฐอเมริกา มีอัตราการขยายตัวเป็นลบเท่ากับ -0.1238 และ -0.0754 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 21 และตารางที่ 22)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 20,200.48 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกเนื่องจาก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเทคนิคความชำนาญในด้านการผลิต แต่การสังเคราะห์อัญมณีองค์ประกอบสำคัญอยู่ที่การออกแบบ ซึ่งประเทศไทยยังต้องพึ่งพิงจากต่างประเทศอยู่จึงทำให้ผลการจากแข่งขันไม่สูงมากนัก (ตารางที่ 21)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 10,267.29 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกอัญมณีสังเคราะห์หลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่า

จะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 21)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น เท่ากับ 38,522 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการส่งออกถูกทาง ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับ ช่วงปี พ.ศ. 2551

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | (มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ) | |
|---|--------------------------------------|--------------------------------|
| | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 | เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
| 7104 | | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 9,762.75 | |
| ผลจากการกระจายตลาด | -1,708.37 | |
| ผลจากการแข่งขัน | 20,200.48 | |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 10,267.29 | |
| มูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ที่เปลี่ยนแปลง | 38,522.14 | |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 22 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
อัญมณีสังเคราะห์ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกอัญมณี
สังเคราะห์ในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี
พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7104 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์รวมของโลก | 0.3091 |
| การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์รวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | - 0.1238 |
| การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์รวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.0113 |
| การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์รวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | - 0.0754 |
| การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์รวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.3775 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7105

มูลค่าการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 327 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 1,540 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 1,213 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 7.22 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.0221 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 23 และตารางที่ 24)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออก
 ฝู่นองของรัตนชาติลดลงเท่ากับ -64.68 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการ
 ส่งออกฝู่นองของรัตนชาติไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย และ
 ตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการหดตัวเท่ากับ -0.7711 -
 0.4076 และ -0.1788 ตามลำดับ มีเพียงตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีการขยายตัวเพียง 0.0649 ซึ่งเป็น
 อัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทย
 จึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 23 และตารางที่ 24)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ $1,575.90$ พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการ
 แข่งขันการส่งออกฝู่นองของรัตนชาติของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกเนื่องจากประเทศไทย
 นำเข้าฝู่นองของรัตนชาติในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ส่งออกจึงทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน
 (ตารางที่ 23)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ -305.02 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่ง
 เป็นค่าลบ แสดงถึงตลาดส่งออกฝู่นองของรัตนชาติหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการหดตัวไม่
 จะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ซึ่งเป็นการ
 ขยายการส่งออกผิดทิศทาง จึงทำให้ผลจากการปรับการส่งออกมีค่าเป็นลบเล็กน้อย (ตารางที่ 23)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกฝู่นองของรัตนชาติของประเทศไทย
 ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น
 เท่ากับ $1,213$ พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของ
 ปัจจัยทางด้าน ผลจากการแข่งขัน มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของการส่งออก
 ทั้งหมดของโลก ผลจากการกระจายตลาด และผลจากการส่งออกถูกทางตามลำดับ (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกผู้ส่งออก
ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7105 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 7.22 |
| ผลจากการกระจายตลาด | - 64.68 |
| ผลจากการแข่งขัน | 1,575.90 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | - 305.02 |
| มูลค่าการส่งออกผู้ส่งออกประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลง | 1,213.43 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 24 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
ผู้ส่งออกประเทศไทยของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกผู้ส่งออก
ประเทศไทยในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี
พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7105 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกผู้ส่งออกประเทศไทยรวมของโลก | 0.0221 |
| การส่งออกผู้ส่งออกประเทศไทยรวมของโลกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ | -0.7711 |
| การส่งออกผู้ส่งออกประเทศไทยรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.0649 |
| การส่งออกผู้ส่งออกประเทศไทยรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | -0.4076 |
| การส่งออกผู้ส่งออกประเทศไทยรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | -0.1788 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7106

มูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 22,729 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 31,001 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 8,272 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 32,403.89 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 1.4256 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 25 และตารางที่ 26)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเท่ากับ 58.62 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.8234 1.4677 3.2569 และ 1.3908 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าไม่สูงมากนัก (ตารางที่ 25 และตารางที่ 26)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ -9,763.06 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นลบ เนื่องจากประเทศไทยขาดแคลนทรัพยากรที่นำมาผลิต ต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นจำนวนมาก อีกทั้งประเทศไทยมีอำนาจในการต่อรองทางด้านราคาค่อนข้างต่ำ จึงทำให้มีต้นทุนค่อนข้างสูง ส่งผลให้เสียเปรียบคู่แข่ง (ตารางที่ 25)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ -14,427.74 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าลบ แสดงถึงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการหดตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ผิดทาง (ตารางที่ 25)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 8,271.71 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลกมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และ ผลจากการส่งออกถูกทาง ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7106 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 32,403.89 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 58.62 |
| ผลจากการแข่งขัน | -9,763.06 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | -14,427.74 |
| มูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปที่เปลี่ยนแปลง | 8,271.71 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 26 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว 7106 | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปรวมของโลก | 1.4256 |
| การส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปรวมของโลกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ | 0.8234 |
| การส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 1.4677 |
| การส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 3.2569 |
| การส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 1.3908 |

ที่มา : จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7107

มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินเคลือบของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 20 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 16 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกลดลงทั้งสิ้น 4 พันดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 5.08 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.2542 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 27 และตารางที่ 28)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินเท่ากับ -1.51 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.1252 0.8521 0.8521 และ 8.5404 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และเนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 27 และตารางที่ 28)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ -11.09 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นลบ แสดงว่าประเทศไทยเสียเปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่น ฮองกง (ตารางที่ 27)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 3.52 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 27)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกลดลงเท่ากับ 4 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้านผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการส่งออกถูกทาง ผลจากการกระจายตลาด และ ผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก โลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับ ช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7107 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 5.08 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -1.51 |
| ผลจากการแข่งขัน | -11.09 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 3.52 |
| มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินที่เปลี่ยนแปลง | -4.00 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 28 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก โลหะที่หุ้มด้วยเงินของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับ ช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7107 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินรวมของโลก | 0.2542 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.1252 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.8521 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 8.5404 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.7965 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7108

มูลค่าการส่งออกทองคำเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 438,258 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 3,399,027 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกทองคำของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 2,960,769 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกทองคำของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 683,100.03 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกทองคำของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 1.5587 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 29 และตารางที่ 30)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกทองคำเท่ากับ -42,593.51 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกทองคำไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 1.0020 0.6246 2.2562 และ 1.2269 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก และตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 29 และตารางที่ 30)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 957,050.23 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกทองคำของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกเนื่องจากในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยถูกตัดสิทธิ GSP จากสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ เช่น สเปน ทำให้ประเทศเร่งหาตลาดใหม่เพื่อชดเชยการส่งออกที่ลดลง จึงทำให้ประเทศไทยมีคู่ทางการค้าใหม่ที่ได้สิทธิ GSP ทำให้มีความได้เปรียบคู่แข่ง จึงทำให้ผลจากการการแข่งขันที่ค่าเป็นบวก (ตารางที่ 29)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 1,363,211.96 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกทองคำหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็น

ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 29)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกทองคำของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2,960,768.71 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้านผลจากการส่งออกถูกทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกทองคำของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7108 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 683,100.03 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -42,593.51 |
| ผลจากการแข่งขัน | 957,050.23 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 1,363,211.96 |
| มูลค่าการส่งออกทองคำที่เปลี่ยนแปลง | 2,960,768.71 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 30 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกทองคำของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกทองคำในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว 7108 | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกทองคำรวมของโลก | 1.5587 |
| การส่งออกทองคำรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 1.0020 |
| การส่งออกทองคำรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.6246 |
| การส่งออกทองคำรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 2.2562 |
| การส่งออกทองคำรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 1.2269 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7109

มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 30 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 30 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้ว จะพบว่า มูลค่าการส่งออกไม่เปลี่ยนแปลง

พิกัดศุลกากรที่ 7110

มูลค่าการส่งออกแพลทินัมเจือของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 1,594 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 8,201 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกแพลทินัมของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 6,607 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกแพลทินัมของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 1,859.42 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกผลิตภัณฑ์นมของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 1.1667 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 31 และตารางที่ 32)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์นมเท่ากับ 468.02 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.4718 0.5745 0.1184 และ 1.5530 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก (ตารางที่ 31 และตารางที่ 32)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 2,100.60 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกผลิตภัณฑ์นมของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่น ฮังการี (ตารางที่ 31)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 2,179.24 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์นมหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 31)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์นมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 6,607.29 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการส่งออกถูกทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก
 แพลทินัมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับ
 ช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7110 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 1,859.42 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 468.02 |
| ผลจากการแข่งขัน | 2,100.60 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 2,179.24 |
| มูลค่าการส่งออกแพลทินัมที่เปลี่ยนแปลง | 6,607.29 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 32 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
 แพลทินัมของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกแพลทินัมในตลาด
 ต่างๆในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7110 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกแพลทินัมรวมของโลก | 1.1667 |
| การส่งออกแพลทินัมรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.4718 |
| การส่งออกแพลทินัมรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.5745 |
| การส่งออกแพลทินัมรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 0.1184 |
| การส่งออกแพลทินัมรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 1.5530 |

ที่มา : จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7111

มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 76 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 450 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกแพลทินัมของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 374 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกแพลทินัมของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการหดตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ -12.77 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการหดตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมของโลกมีการหดตัวเท่ากับ -0.1680 เป็นผลทำให้ผลจากการหดตัวของการส่งออกของโลก (ตารางที่ 33 และตารางที่ 34)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมเท่ากับ 108.33 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.0078 4.0833 2.5572 ตามลำดับ แต่ตลาดสหรัฐอเมริกา มีอัตราการหดตัวเท่ากับ -0.0230 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก จึงทำให้การส่งออกไปมีการกระจายตลาดเป็นบวกเล็กน้อย (ตารางที่ 33 และตารางที่ 34)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 50.51 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกแสดงว่าประเทศไทยมีความสามารถได้เปรียบคู่แข่ง (ตารางที่ 33)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 227.93 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 33)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 374 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการส่งออกถูกทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7111 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | -12.77 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 108.33 |
| ผลจากการแข่งขัน | 50.51 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 227.93 |
| มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมที่เปลี่ยนแปลง | 374.00 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 34 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7111 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมรวมของโลก | -0.1680 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยแพลทินัมรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.0078 |

ตารางที่ 34 (ต่อ)

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 |
|---|--------------------------------------|
| 7111 | เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยพลาสติกนํ้ารวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | -0.0230 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยพลาสติกนํ้ารวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 4.0833 |
| การส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยพลาสติกนํ้ารวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 2.5572 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7112

มูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะมีค่ารวมเฉลี่ยของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 37,927 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 55,199 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 17,272 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 62,894.96 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 1.6583 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 35 และ ตารางที่ 36)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะเท่ากับ 6,553.00 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาด

สหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัว เป็นบวกเท่ากับ 0.2229 1.8178 และ 1.8314 ตามลำดับ ยกเว้นตลาดออสเตรเลียที่มีอัตราการหดตัว เท่ากับ -0.8801 ซึ่งเป็นอัตราการหดตัวที่ไม่สูงมากนัก จึงทำให้ประเทศไทยมีผลจากการกระจาย ตัวเป็นบวก (ตารางที่ 35 และตารางที่ 36)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ -18,408.78 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการ แข่งขันการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นลบ แสดงว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะมีค่าไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาด สหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ลดลง และเสียเปรียบในการแข่งขันกับประเทศ คู่แข่งอย่างเช่น ฮองกง ผลการแข่งขันจึงเป็นลบ (ตารางที่ 35)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ -33,767.47 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่ง เป็นค่าลบ แสดงถึงตลาดส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการ ขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายาม ส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ผิดทิศทาง จึงทำให้ผล จากการส่งออกมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 35)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะของ ประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออก เพิ่มขึ้นเท่ากับ 17,271.71 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจาก อิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลกมากที่สุด รองลงมา ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการแข่งขัน และผลจากการส่งออกถูกทางตามลำดับ (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7112 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 62,894.96 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 6,553.00 |
| ผลจากการแข่งขัน | -18,408.78 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | -33,767.47 |
| มูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะที่เปลี่ยนแปลง | 17,271.71 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 36 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7112 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะรวมของโลก | 1.6583 |
| การส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.2229 |
| การส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 1.8178 |
| การส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | -0.8801 |
| การส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 1.8314 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากร 7113

มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้เจดีย์ของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 1,409,289 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 2,823,174 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 1,413,885 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 1,056,018.15 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.7493 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 37 และตารางที่ 38)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้เท่ากับ -439,310.91 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.9710 1.0993 0.8098 ตามลำดับ ยกเว้นตลาดสหรัฐอเมริกา ที่มีอัตราการหดตัวเท่ากับ -0.0570 จึงทำให้มีผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 37 และตารางที่ 38)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 550,475.82 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกเนื่องจากประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) จึงทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง อย่างเช่น ฮองกง ทำให้มูลค่าการส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีผลจากการแข่งขันเป็นบวก (ตารางที่ 37)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 246,702.36 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้หลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้จึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 37)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,413,885.43 พันดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทาง และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7113 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 1,056,018.15 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -439,310.91 |
| ผลจากการแข่งขัน | 550,475.82 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 246,702.36 |
| มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ที่เปลี่ยนแปลง | 1,413,885.43 |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 38 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
 ภูมิและเครื่องประดับของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออก
 ภูมิและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบ
 กับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7113 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับแท้รวมของโลก | 0.7493 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับแท้ของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.9716 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับแท้ของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | -0.0570 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับแท้ของโลกไปยังออสเตรเลีย | 1.0993 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับแท้รวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.8098 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากร 7114

มูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบแท้ของประเทศไทยระหว่าง
 ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 9,309 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ
 12,201 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ
 ส่วนประกอบของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น
 2,892 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่ง
 การตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ
 ส่วนประกอบของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 11,567.58 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 1.2426 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 39 และตารางที่ 40)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบเท่ากับ 11,567.58 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 1.9123 0.3532 และ 0.2536 ตามลำดับ ยกเว้นตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีอัตราการหดตัวเท่ากับ -0.0889 (ตารางที่ 39 และตารางที่ 40)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 814.85 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น และได้เปรียบเทียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างอ้อมก่ง ทำให้ผลจากการแข่งขันมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 39)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 503.85 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 39)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2,892.14 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มาก

ที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทางและผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7114 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 11,567.58 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -9,994.13 |
| ผลจากการแข่งขัน | 814.85 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 503.85 |
| มูลค่าการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงิน และส่วนประกอบที่เปลี่ยนแปลง | 2,892.14 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 40 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7114 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ ส่วนประกอบรวมของโลก | 1.2426 |

ตารางที่ 40 (ต่อ)

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 |
|---|--------------------------------------|
| 7114 | เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ ส่วนประกอบรวมของโลก | 1.2426 |
| การส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ ส่วนประกอบของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 1.9123 |
| การส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ ส่วนประกอบรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | -0.0889 |
| การส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ ส่วนประกอบรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 0.3532 |
| การส่งออกเครื่องทองหรือเครื่องเงินและ ส่วนประกอบรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.2536 |

ที่มา : จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากร 7115

มูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะเจือของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 890 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 4,442 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 3,552 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 986.01 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมี

การขยายตัวเท่ากับ 1.1084 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 41 และตารางที่ 42)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะเท่ากับ 1,603.82 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.5148 6.1186 1.0120 และ 1.3529 ตามลำดับ สำหรับในตลาดสหรัฐอเมริกาอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสูงมาก และล้วนเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 41 และตารางที่ 42)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 958.54 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น และได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่น ฮองกง ผลการแข่งขันจึงมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 41)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ -22.95 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ผิดทิศทาง (ตารางที่ 41)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 3,552.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการกระจายตลาด มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก ผลจากการแข่งขัน และ ผลจากการส่งออกถูกทางตามลำดับ (ตารางที่ 41)

ตารางที่ 41 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกของ
อื่นๆ ทำด้วยโลหะของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับ
ช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7115 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 986.01 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 1,603.82 |
| ผลจากการแข่งขัน | 985.54 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | -22.95 |
| มูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะที่เปลี่ยนแปลง | 3,552.43 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 42 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกของ
อื่นๆ ทำด้วยโลหะของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกของอื่นๆ
ทำด้วยโลหะ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7115 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะรวมของโลก | 1.1084 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.5248 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 6.1186 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 1.0120 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยโลหะรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 1.3529 |

ที่มา : จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากร 7116

มูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกเกลี้ยงของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 1,815 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 12,991 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 11,176 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 352 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.1939 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวก แต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 43 และตารางที่ 44)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกเท่ากับ 293 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 1.000 0.5208 0.1345 และ 0.1787 ตามลำดับ เนื่องจากตลาดเหล่านี้เป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 43 และตารางที่ 44)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 8,695.71 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุก ไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น และได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่นฮ่องกง ผลการแข่งขันจึงเป็นบวก (ตารางที่ 43)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 1,835.23 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกหลายๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว

ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้น การพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกต้องทาง (ตารางที่ 43)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกรวมของ ประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออก เพิ่มขึ้นเท่ากับ 11,176 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจาก อิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการส่งออกถูกทางมากที่สุด รองลงมา ผลจากการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก และผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 43)

ตารางที่ 43 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกของ อื่นๆ ทำด้วยไข่มุกรวมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับ ช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง 7116 | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 352.00 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 293.06 |
| ผลจากการแข่งขัน | 8,695.71 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 1,835.23 |
| มูลค่าการส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไข่มุกรวมที่เปลี่ยนแปลง | 11,176.00 |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 44 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออกของ
อื่นๆ ทำด้วยไม้หมัก ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกของอื่นๆ
ทำด้วยไม้หมัก ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7116 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไม้หมักรวมของโลก | 0.1939 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไม้หมักรวมของโลกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ | 1.0000 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไม้หมักรวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.5208 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไม้หมักรวมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 0.1345 |
| การส่งออกของอื่นๆ ทำด้วยไม้หมักรวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.1787 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากร 7117

มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมเฉลี่ยของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 158,808 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 196,280 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้วจะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 37,472 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดคงที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 81,760.91 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมรวมของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.5148 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 45 และตารางที่ 46)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออก เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมเท่ากับ 11,581.58 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม ไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 0.7887 0.3802 0.4653 และ 0.7699 ตามลำดับ ซึ่งล้วนเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 45 และตารางที่ 46)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ -28,128.66 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม ของประเทศไทยในตลาดโลก เป็นลบ แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม ไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ลดลง และเสียเปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่น ฮองกง ผลการแข่งขันจึงมีค่าลบ (ตารางที่ 45)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ -27,741.97 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าลบ แสดงถึงตลาดส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม หลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัวค่อนข้างต่ำ ไม่ว่าจะเป็ตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ผิดทาง (ตารางที่ 45)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 37,471.86 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากปัจจัยด้านผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลกมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการกระจายตลาด ผลจากการส่งออกถูกทาง และผลจากการแข่งขัน ตามลำดับ (ตารางที่ 45)

ตารางที่ 45 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก
เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของประเทศไทยใน
ช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|--|--|
| 7117 | |
| ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก | 81,760.91 |
| ผลจากการกระจายตลาด | 11,581.58 |
| ผลจากการแข่งขัน | -28,128.66 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | -27,741.97 |
| มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมที่เปลี่ยนแปลง | 37,471.86 |

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 46 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของโลก และอัตราการขยายตัวรวม
ของโลกในการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมในตลาด
ต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7117 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมรวมของโลก | 0.5148 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.7887 |

ตารางที่ 46 (ต่อ)

| อัตราการขายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 |
|---|--------------------------------------|
| 7117 | เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับเทียมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | 0.7887 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับเทียมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 0.3802 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับเทียมของโลกไปยังออสเตรเลีย | 0.4653 |
| การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ | |
| เครื่องประดับเทียมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.7699 |

ที่มา: จากการคำนวณ

พิกัดศุลกากรที่ 7118

มูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์เงินแห่งประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 368 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 1,031 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์เงินแห่งประเทศไทยทั้ง 2 ช่วงเวลาดังกล่าวแล้ว จะพบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 663 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเมื่อได้ทำการวิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดที่ แล้วพบว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์เงินแห่งประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มีมูลค่าเท่ากับ 338.95 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกเหรียญกษาปณ์เงินของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.9211 เป็นผลทำให้ผลจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกมีค่าเป็นบวกแต่มีค่าไม่สูงมากนัก เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างต่ำ (ตารางที่ 47 และตารางที่ 48)

ผลจากการกระจายตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์เท่ากับ -98.11 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เนื่องจากประเทศไทยมีการส่งออกเหรียญกษาปณ์ไปยังตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ หากพิจารณาแล้วพบว่าตลาดทั้งหมดที่ได้กล่าวมามีอัตราการขยายตัวเป็นบวกเท่ากับ 1.4649 และ 0.6572 ตามลำดับ ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ไม่สูงมากนัก ยกเว้นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ และตลาดออสเตรเลีย มีอัตราการหดตัวเป็นลบเท่ากับ -1.0000 และ -0.7625 เนื่องจากเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยจึงเป็นสาเหตุทำให้ผลจากการกระจายตลาดมีค่าเป็นลบ (ตารางที่ 47 และตารางที่ 48)

ผลจากการแข่งขัน มีมูลค่าเท่ากับ 333.53 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ การที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเหรียญกษาปณ์ของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวก แสดงว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์ ไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น และได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างเช่น ฮองกง ผลการแข่งขันจึงมีค่าเป็นบวก (ตารางที่ 47)

ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง มีมูลค่าเท่ากับ 83.63 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นค่าบวก แสดงถึงตลาดส่งออกเหรียญกษาปณ์หลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทาง (ตารางที่ 47)

จากผลการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์ของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 633.00 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสาเหตุที่สำคัญของการเพิ่มขึ้นนี้มาจากอิทธิพลของปัจจัยทางด้าน ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกทางและผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ (ตารางที่ 47)

ตารางที่ 47 แสดงการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์ของโลก ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7118 | |
| ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก | 338.95 |
| ผลจากการกระจายตลาด | -98.11 |
| ผลจากการแข่งขัน | 333.53 |
| ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง | 88.63 |
| มูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์ที่เปลี่ยนแปลง | 663.00 |

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 48 แสดงอัตราการขยายตัวของ การส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของ การส่งออกเหรียญกษาปณ์ของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

| อัตราการขยายตัว | มูลค่าในช่วงปี พ.ศ. 2544 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 |
|---|--|
| 7118 | |
| การส่งออกรวมของโลก | 0.7089 |
| การส่งออกเหรียญกษาปณ์รวมของโลก | 0.9211 |
| การส่งออกเหรียญกษาปณ์รวมของโลกไปยังสวิสเซอร์แลนด์ | -1.0000 |
| การส่งออกเหรียญกษาปณ์รวมของโลกไปยังสหรัฐอเมริกา | 1.4649 |
| การส่งออกเหรียญกษาปณ์ของโลกไปยังออสเตรเลีย | -0.7625 |
| การส่งออกเหรียญกษาปณ์รวมของโลกไปยังตลาดอื่นๆ | 0.6572 |

ที่มา: จากการคำนวณ

**ผลการวิเคราะห์ค่าการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลง
มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550
เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551**

จากการวิเคราะห์ค่าการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 (พิกัดศุลกากรที่ 71) และแยกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากร ของประเทศไทย (ตารางที่ 49 และ ตารางที่ 50) พบว่า

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ตามพิกัดศุลกากรที่ 71 ช่วงเวลาดังแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 พบว่ามีอัตราการเติบโตสูงมากจึงมีอิทธิพลต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยเช่นเดียวกัน โดยในปี พ.ศ. 2551 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่เปลี่ยนแปลงมีค่าเท่ากับ 5,133,905.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนของตลาดที่มีการขยายตัวมากที่สุด คือ ตลาดออสเตรเลีย อัตราการขยายตัว เท่ากับร้อยละ 1.92 (ภาพที่ 5 และภาพที่ 7) เมื่อพิจารณาตามพิกัดศุลกากรทั้ง 18 หมวดย่อย พบว่ามีอัญมณีและเครื่องประดับ 2 รายการที่มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงสูงสุด (ภาพที่ 6) ประกอบด้วย ทองคำ (HS.7108) มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 2,960,768.71 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนของตลาดที่มีการขยายตัวมากที่สุด คือ ตลาดออสเตรเลีย อัตราการขยายตัว เท่ากับร้อยละ 2.26 (ภาพที่ 8) และเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ (HS.7113) มีมูลค่าการส่งออกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1,413,885.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนของตลาดที่มีการขยายตัวมากที่สุด คือ ตลาดออสเตรเลีย อัตราการขยายตัว เท่ากับร้อยละ 1.10 (ภาพที่ 9)

ตารางที่ 49 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก
อัญมณีและเครื่องประดับ ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบ
กับช่วงปี พ.ศ. 2551

(หน่วย : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| พิกัด ศุลกากร | ผลจากการ | | | ผลจากการ ส่งออกถูกหรือ ผิดทาง | มูลค่าการ ส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับ ที่เปลี่ยนแปลง |
|------------------|--|------------------------|---------------------|-------------------------------------|---|
| | ขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมด ของโลก | ผลจากการ กระจายตลาด | ผลจากการ แข่งขัน | | |
| HS.71 | 2,843,504.99 | -360,621.95 | 1,305,222.76 | 1,345,799.63 | 5,133,905.43 |
| HS.7101 | 3,014.44 | 527.35 | 760.50 | 1,549.72 | 5,852.00 |
| HS.7102 | 358,489.96 | -26,493.33 | 12,670.51 | 8,855.57 | 353,522.71 |
| HS.7103 | 170,858.68 | -41,898.72 | 90,573.60 | 52,331.15 | 271,864.71 |
| HS.7104 | 9,762.75 | -1,708.37 | 20,200.48 | 10,267.29 | 38,522.14 |
| HS.7105 | 7.22 | -64.68 | 1,575.90 | -305.02 | 1,213.43 |
| HS.7106 | 32,403.89 | 58.62 | -9,763.06 | -14,427.71 | 8,271.71 |
| HS.7107 | 5.08 | -1.51 | -11.09 | 3.52 | -4.00 |
| HS.7108 | 683,100.03 | -42,593.51 | 957,050.23 | 1,363,211.96 | 2,960,768.71 |
| HS.7109 | 9.64 | -8.72 | 2.66 | -3.44 | 0.14 |
| HS.7110 | 1,859.42 | 468.02 | 2,100.60 | 2,179.24 | 6,607.29 |
| HS.7111 | -12.77 | 108.33 | 50.51 | 227.93 | 374.00 |
| HS.7112 | 62,894.96 | 6,553.00 | -18,408.78 | -33,767.47 | 17,271.71 |
| HS.7113 | 1,056,018.15 | -439,310.91 | 550,475.82 | 246,702.36 | 1,413,885.43 |
| HS.7114 | 11,567.58 | -9,994.13 | 814.85 | 503.85 | 2,892.14 |
| HS.7115 | 986.01 | 1,603.82 | 985.54 | -22.95 | 3,552.43 |
| HS.7116 | 352.00 | 293.06 | 8,695.71 | 1,835.23 | 11,176.00 |
| HS.7117 | 81,760.91 | 11,581.58 | -28,128.66 | -27,741.97 | 37,471.86 |
| HS.7118 | 338.95 | -98.11 | 333.53 | 88.63 | 663.00 |

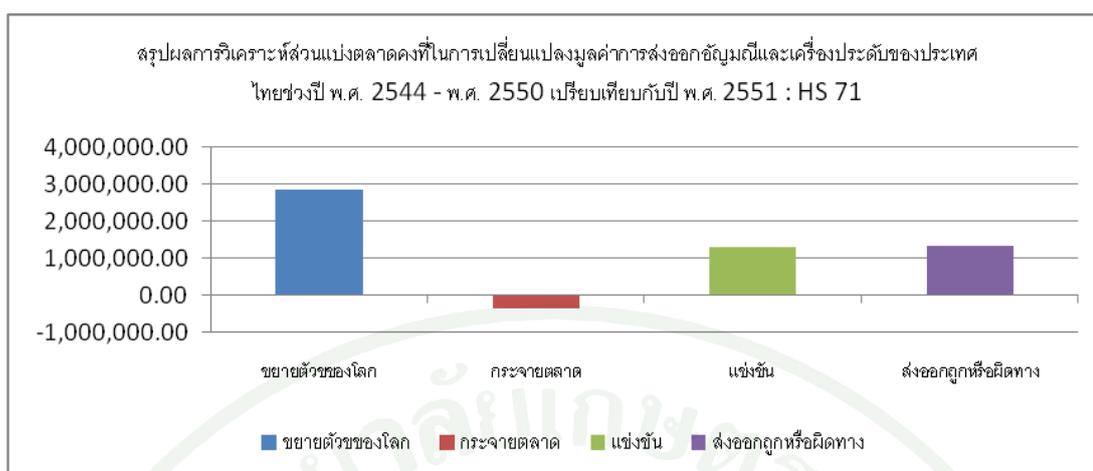
ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 50 แสดงอัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลก อัตราการขยายตัวของการส่งออก
 อัญมณีและเครื่องประดับของโลก และอัตราการขยายตัวรวมของโลกในการส่งออก
 อัญมณีและเครื่องประดับในตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบ
 กับช่วงปี พ.ศ. 2551

(หน่วย : ร้อยละ)

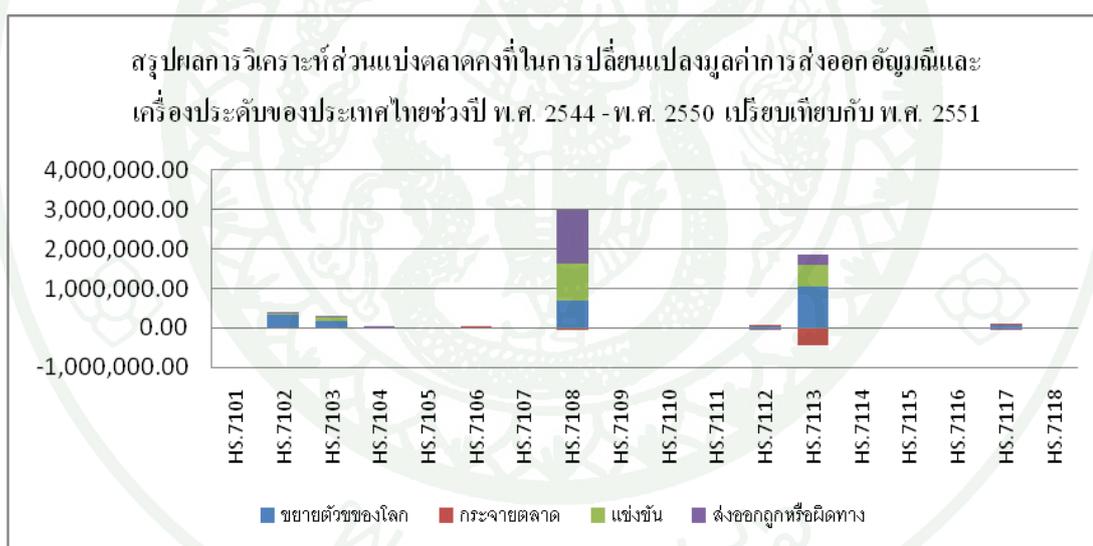
| พิกัด ศุลกากร | การ ส่งออก รวม ของโลก | การส่งออก อัญมณีและ เครื่องประดับ รวมของโลก | การส่งออก | | การส่งออก | |
|------------------|--------------------------------|--|---|---|---|---|
| | | | อัญมณีและ เครื่องประดับ รวมของโลก | อัญมณีและ เครื่องประดับ รวมของโลก | อัญมณีและ เครื่องประดับ รวมของโลก | อัญมณีและ เครื่องประดับ รวมของโลก |
| | | | ไปยัง สวิสเซอร์แลนด์ | ไปยัง สหรัฐอเมริกา | ไปยัง ออสเตรเลีย | ไปยัง ตลาดอื่นๆ |
| HS.71 | 0.71 | 0.92 | 0.64 | 0.40 | 1.92 | 0.89 |
| HS.7101 | 0.71 | 0.26 | 0.14 | -0.01 | 1.78 | 0.26 |
| HS.7102 | 0.71 | 0.49 | 0.64 | 0.34 | 0.60 | 0.45 |
| HS.7103 | 0.71 | 0.71 | 0.80 | 0.37 | 0.48 | 0.59 |
| HS.7104 | 0.71 | 0.31 | -0.12 | 0.01 | -0.08 | 0.38 |
| HS.7105 | 0.71 | 0.02 | -0.77 | 0.06 | -0.41 | -0.18 |
| HS.7106 | 0.71 | 1.43 | 0.82 | 1.47 | 3.26 | 1.39 |
| HS.7107 | 0.71 | 0.25 | 0.13 | 0.85 | 8.54 | 0.80 |
| HS.7108 | 0.71 | 1.56 | 1.00 | 0.62 | 2.26 | 1.23 |
| HS.7109 | 0.71 | 0.32 | -0.80 | -0.10 | 1.37 | 0.04 |
| HS.7111 | 0.71 | -0.17 | 0.01 | -0.02 | 4.08 | 2.56 |
| HS.7112 | 0.71 | 1.66 | 0.22 | 1.82 | -0.88 | 1.83 |
| HS.7113 | 0.71 | 0.75 | 0.97 | -0.06 | 1.10 | 0.81 |
| HS.7114 | 0.71 | 1.24 | 1.91 | -0.09 | 0.35 | 0.25 |
| HS.7115 | 0.71 | 1.11 | 0.52 | 6.12 | 1.01 | 1.35 |
| HS.7116 | 0.71 | 0.19 | 1.00 | 0.52 | 0.13 | 0.18 |
| HS.7117 | 0.71 | 0.51 | 0.79 | 0.38 | 0.47 | 0.77 |
| HS.7118 | 0.71 | 0.92 | -1.00 | 1.46 | -0.76 | 0.66 |

ที่มา: จากการคำนวณ



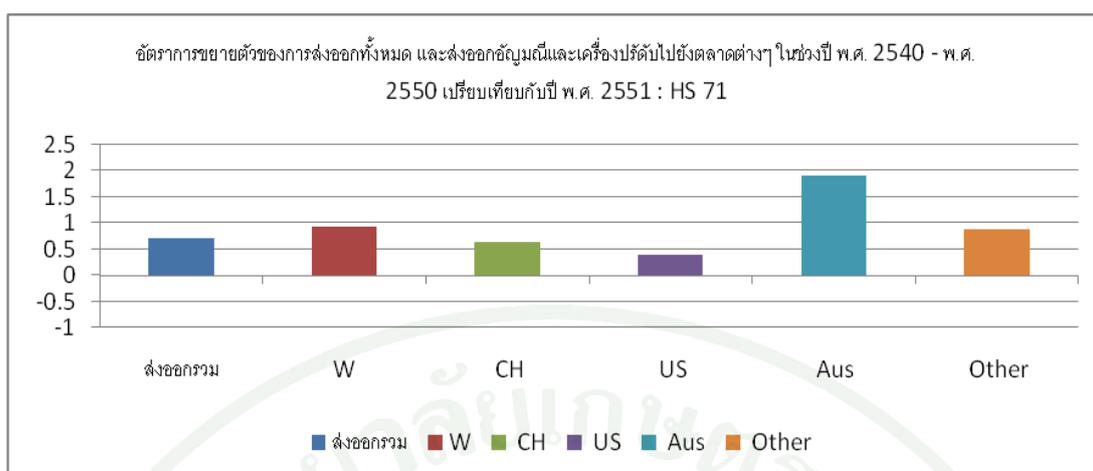
ภาพที่ 5 แสดงการสรุป ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2551 (HS.71)

ที่มา: จากการคำนวณ

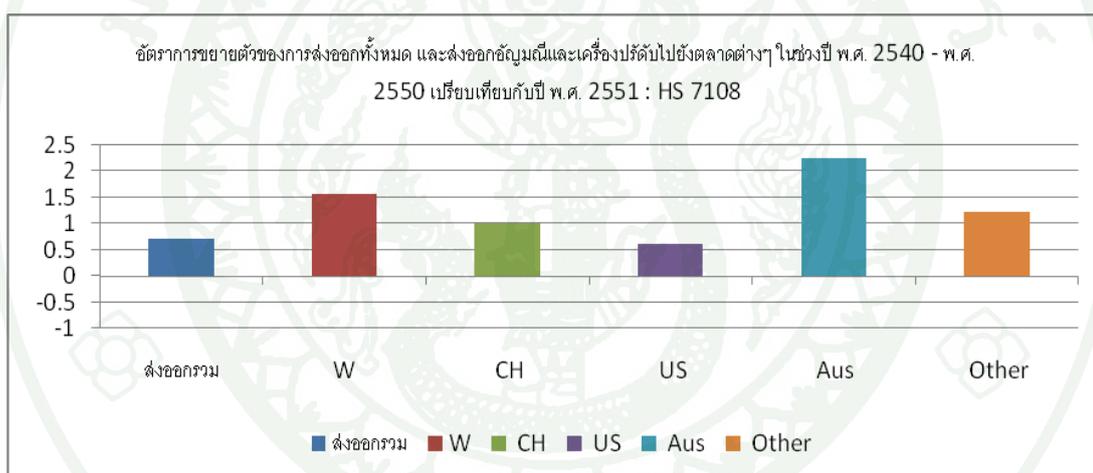


ภาพที่ 6 แสดงการสรุป ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2551 (HS.7101 – HS.7118)

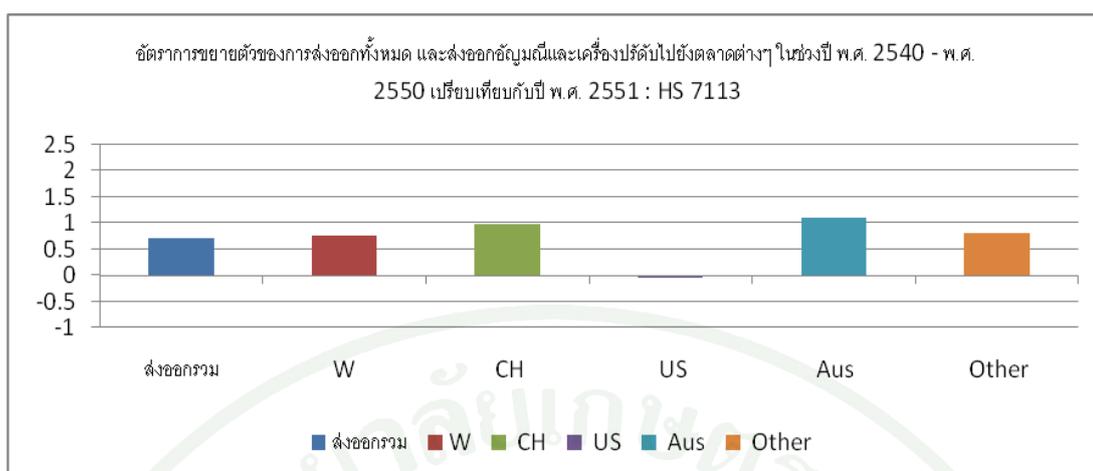
ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 7 แสดงอัตราการขายตัวของการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (Hs.71) ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 8 แสดงอัตราการขายตัวของการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกทองคำไปยังตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (Hs.7108) ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 9 แสดงอัตราการขายตัวของการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกทองคำไปยังตลาดต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 (Hs.7113)

ที่มา: จากการคำนวณ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นอุตสาหกรรมการส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยสามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งเดิมตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ซึ่งในปี พ.ศ. 2551 ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจทำให้มีการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยลดลง อีกทั้งในสินค้าบางรายการยังถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ทำให้ประเทศไทยมีต้นทุนในการส่งออกสินค้าสูงขึ้น ในฐานะที่ประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ส่งออกสินค้าประเภทอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงหาวิธีป้องกันและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการส่งออกโดยการหาช่องทางส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งได้พิจารณากลุ่มประเทศในแถบยุโรป เป็นกลุ่มประเทศเป้าหมายที่มีอำนาจการซื้อสูงเนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ประเทศเป้าหมายจึงมีค่อนข้างจำกัด ในที่นี้ได้ทำการพิจารณาประเทศสวีเดนและประเทศออสเตรเลีย และประเทศออสเตรเลีย

ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับตามพิกัตศุลกากรที่ 71 ไปยังประเทศสวีเดนและประเทศออสเตรเลีย ในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 1,284,412 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 1,038,028 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 421 ส่วนตลาดสหรัฐอเมริกามีปริมาณการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 1,150,412 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 338,219 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 42 และในส่วนของตลาดออสเตรเลียมีปริมาณการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ในปี พ.ศ. 2551 เท่ากับ 1,432,647 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เท่ากับ 1,256,144 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 712 เมื่อพิจารณาปริมาณการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับตามพิกัตศุลกากรที่ 71 แยกเป็น 18 หมวดย่อยตามพิกัตศุลกากรของประเทศไทยไปยังประเทศสวีเดนและประเทศออสเตรเลีย พบว่ามี 2 รายการที่มีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2551 เพิ่มขึ้นสูงสุดจากค่าเฉลี่ยปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2550 คือ พิกัตศุลกากรที่ 7108 ทองคำ มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 863,759.86 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ พิกัตศุลกากรที่ 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเท่ากับ 88,540.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ

ตามลำดับ ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีปริมาณการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเป็นจำนวนมาก แต่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยก็ยังประสบปัญหาที่เป็นอุปสรรคทั้งในด้านการผลิต เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การขาดแคลนแรงงานที่มีความสามารถในการออกแบบ ปัญหาทางด้านเทคโนโลยี เช่น การนำเข้าเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเจียรไนอัญมณีที่มีต้นทุนสูง ปัญหาทางการตลาดที่เป็นอุปสรรค เช่น การตัดสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ในตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดอื่นๆ เช่น สเปน ในปี พ.ศ. 2550

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ ฮังการี พบว่าผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ (ตามพิกัดศุลกากรที่ 71) ของประเทศไทยและฮังการี พบว่าทั้งประเทศไทยและฮังการีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเมื่อพิจารณาแนวโน้มพบว่าประเทศไทยตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และในส่วนของฮังการีมีค่าใกล้เคียงกันไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก และพิจารณา 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากร พบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา ตามพิกัดศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ (พลอย) / 7108 ทองคำ และ 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ในส่วนของฮังการีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของฮังการีไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา ตามพิกัดศุลกากรที่ 7101 ไข่มุก / 7102 เพชร / 7103 รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) / 7108 ทองคำ / 7112 เศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะ / 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ และ 7117 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม พบว่าประเทศไทยและฮังการีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเหมือนกันในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ได้แก่ พิกัดศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ (พลอย) / 7108 ทองคำ / 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้

การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) โดยศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ตามพิกัดศุลกากรที่ 71 ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่เพิ่มขึ้น 5,133,905.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ผล

จากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก โดยมีค่าเท่ากับ 2,843,504.99 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ ผลจากการส่งออกถูกทศทาง ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 1,345,799.63 1,305,222.76 และ -360,621.95 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลกเนื่องมาจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.9161 อีกทั้งผลจากการส่งออกที่ถูกทศทางของประเทศไทยที่มีการส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีการขยายตัว และผลจากการแข่งขัน เนื่องจากประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับถึงมาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพและการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทั้งเครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียมที่เป็นเอกลักษณ์ทันสมัยโดยเฉพาะฝีมือทางด้านงานแกะสลักเพชร พลอย อีกทั้งยังมีความได้เปรียบประเทศอื่นๆ ในการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ในตลาดสวิสเซอร์แลนด์เป็นต้นมา ทำให้มูลค่าการส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

พิจารณาแยกตามพิกัดศุลกากรทั้ง 18 หมวดย่อย รายการที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของประเทศไทย 2 รายการ ดังนี้ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกทองคำ (ตามพิกัดศุลกากรที่ 7108) ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 มูลค่าการทองคำที่เพิ่มขึ้น 2,960,768.71 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ผลจากการส่งออกถูกทศทาง โดยมีค่าเท่ากับ 1,363,211.96 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก ผลจากการแข่งขัน และผลจากการกระจายตลาด ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 957,050.23 683,100.03 และ -42,593.51 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ผลจากการส่งออกถูกหรือผิดทาง แสดงถึงตลาดส่งออกทองคำหลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัวไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียหรือตลาดอื่นๆ ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ของประเทศไทยจึงเป็นการขยายตัวของการส่งออกที่ถูกทศทาง โดยตลาดที่มีอัตราการขยายตัวมากที่สุดคือ ตลาดออสเตรเลีย ผลจากการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลก เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวรวมของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของการส่งออกทองคำของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 1.5587 ผลจากการแข่งขันเนื่องมาจากการที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกทองคำของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกเนื่องจากในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยถูกตัดสิทธิ GSP จากสหรัฐอเมริกาและตลาดอื่นๆ เช่น สเปน ทำให้ประเทศเร่งหาตลาดใหม่เพื่อชดเชยการส่งออกที่ลดลง จึงทำให้ประเทศไทยมีคู่แข่งทางการค้าใหม่ที่ได้สิทธิ GSP ทำให้มีความได้เปรียบคู่แข่ง

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ (ตามพิกัดศุลกากรที่ 7113) ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ ที่เพิ่มขึ้น 1,413,885.43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก โดยมีค่าเท่ากับ 1,056,018.15 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ ผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งออกถูกกีดกันทาง และผลจากการกระจายตลาด ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 550,475.82 246,702.36 และ -439,310.91 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก เนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยอัตราการขยายตัวของโลกเท่ากับ 0.7089 และอัตราการขยายตัวของ การส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของโลกมีการขยายตัวเท่ากับ 0.7493 ผลจากการแข่งขัน จากการที่ผลจากการแข่งขันการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศไทยในตลาดโลกเป็นบวกเนื่องจากประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทาง ภาษี (GSP) จึงทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง อย่างเช่น ฮองกง ทำให้มูลค่าการส่งออกขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีผลจากการแข่งขันเป็นบวก และผลจากการส่งออกถูกหรือ กีดกันทาง แสดงถึงตลาดส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้หลักๆ ของประเทศไทยนั้นมีการขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดออสเตรเลีย หรือตลาดอื่นๆ โดยตลาดที่มีอัตราการขยายตัวมากที่สุด คือ ตลาดออสเตรเลีย ดังนั้นการพยายามส่งออกในตลาดเหล่านี้ ของประเทศไทยจัดเป็นการขยายตัวของ การส่งออกที่ถูกกีดกัน

จากการวิเคราะห์ค่าความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และวิเคราะห์แบบจำลองส่วน แบ่งตลาดคงที่พบว่า ประเทศไทยมีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับตามพิกัดศุลกากรที่ 7108 ทองคำ และพิกัดศุลกากรที่ 7113 เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ไปยังประเทศ สวิสเซอร์แลนด์เป็นการส่งออกไปตลาดที่มีการขยายตัว และจากการศึกษาพบว่าตลาดที่น่าสนใจ เหมาะแก่การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ คือตลาดออสเตรเลีย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีอัตรา การขยายตัวค่อนข้างสูง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกสินค้าอัญ มณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศสวิสเซอร์แลนด์ พบว่าตลอดช่วงเวลาที่

ทำการศึกษาประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในตลาด สวิสเซอร์แลนด์ และพิจารณาทั้ง 18 หมวดย่อยตามพิกัดศุลกากร พบว่าประเทศไทยมีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอัญมณีและเครื่องประดับ 3 รายการตามพิกัดศุลกากร คือ พิกัด ศุลกากรที่ 7103 รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) / พิกัดศุลกากรที่ 7108 (ทองคำ) / พิกัดศุลกากรที่ 7113 (เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้) โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบอัญมณีและ เครื่องประดับทั้ง 3 รายการกับประเทศคู่แข่ง คือ ฮองกง พบว่าค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ต่างจากฮองกงที่มีอัตราการขยายตัวของ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบค่อนข้างคงที่ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรมีการพัฒนาความสามารถ และส่งเสริมการส่งออกเพื่อก้าวมาเป็นความเป็นผู้นำในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโลกได้ จึงเล็งเห็นว่าทางด้านกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าระหว่างประเทศ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่รู้จักของตลาดโลก

การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) โดยศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการ ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ด้วยการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ในช่วงระยะเวลาที่ ทำการศึกษา พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551 มูลค่าการ ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยเพิ่มขึ้น 5,133,905,43 พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกมากที่สุดของช่วงเวลาที่เปรียบเทียบ คือ ผลจาก การขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของโลกเนื่องจากการส่งออกสินค้าทุกชนิดของโลกมีการ ขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้นเล็งเห็นว่าประเทศไทยควรมีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าในอุตสาหกรรมอัญ มณีและเครื่องประดับให้มากขึ้น เพื่อให้เป็นที่สนใจของประเทศคู่ค้าต่างๆ มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นทั้ง ทางด้านการผลิต เช่น เน้นพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีคุณภาพดี ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็น ที่พอใจของลูกค้า ตลอดจนการลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้อัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีราคาต่ำ กว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จัดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่ออำนวยความสะดวกและประสานงานในการบริการให้แก่ผู้สนใจอุตสาหกรรมส่งออก อาทิเช่น การให้ความรู้ในเรื่องของกฎ ระเบียบและมาตรการข้อบังคับของประเทศนำเข้า ให้แก่ผู้ส่งออก

เพื่อให้กระบวนการการผลิตเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักและระเบียบของประเทศผู้นำเข้าที่ได้กำหนดขึ้น

2. ประชาสัมพันธ์ให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นที่รู้จักของนักธุรกิจ เพื่อเป็นการชี้ชวนให้เกิดการลงทุน หากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีขนาดใหญ่จะเป็นผลดีในการมีอำนาจในการต่อรองการนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง โดยมีตลาดสำคัญ คือ สวิสเซอร์แลนด์ ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาประเทศคู่แข่งอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม ซึ่งเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรค่อนข้างมาก มีค่าแรงงานต่ำ และควรรศึกษาประเทศคู่แข่งอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ประเทศที่มีที่มีอำนาจในการซื้อสูง และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยในตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาในกรณีหากประเทศไทยมีส่วนแบ่งไม่คงที่ อาจมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยการวิเคราะห์ความอ่อนไหว เป็นต้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมศุลกากร. 2552. เอกสารเผยแพร่กรมศุลกากร (Online). www.customs.go.th, 18 มิถุนายน 2552.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. 2552. มูลค่าและปริมาณการนำเข้า-ส่งออกของไทย และประเทศคู่ค้า . www.moc.go.th, 25 กรกฎาคม 2552.

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. 2552. เอกสารเผยแพร่กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (Online). www.moc.go.th, 18 มิถุนายน 2552.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2538. กรรณวิธีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ. กรุงเทพมหานคร.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2552. สถิติการส่งออกของประเทศไทย (Online). www.depthai.go.th, 9 พฤษภาคม 2552.

กิตติพงษ์ ดวงศรีมณีรัตน์. 2539. การศึกษาแบบแผนทางการค้าระหว่างประเทศของสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับของไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

เกสร จันทร์ภูติรัตน์. 2528. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร. สำนักงาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชนากานต์ ป็องกัน. 2540. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยการผลิตและส่งออก เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนของไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ฐะปะนี มะลิซ้อน. 2540. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.

ธีระพงษ์ เขมฤกษ์อำพล. 2541. การค้า และการเงินระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

นัฐริยา ก้อนเทียน. 2538. การศึกษาถึงความสามารถในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปสหภาพยุโรป. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2541. “ภาวะธุรกิจอุตสาหกรรมปี 2540 และแนวโน้มในอนาคต”. รายงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร.

พาสีรี พุฒิโกภิน. 2544. การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมปลาทุ่นำกระป๋องของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิรัช ธเนศวร. 2522. การค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. 2552. สถิติการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Online). www.gemandjewelrydb.git.or.th, 18 มิถุนายน 2552.

สุพินดา วัฒนรัตน์. 2538. ศึกษาศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุถักษณา เลาจเวชกุล. 2542. โครงสร้างทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2552. เอกสารเผยแพร่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (Online). www.nesdb.go.th, 25 กรกฎาคม 2552.

สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2552. สถิติการค้าของประเทศไทย (Online).
www.price.moc.go.th, 18 มิถุนายน 2552.

อิทธิพล คั่นสร. 2534. การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไปสหรัฐอเมริกา.
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ
ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง

ตารางผนวกที่ 1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังสวิสเซอร์แลนด์
(พิภคศุลกากรที่ 71 จำแนกเป็น 18 หมวดย่อย) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs. | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------|--------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|-----------|
| 71 | 81,621 | 234,753 | 397,711 | 97,720 | 120,174 | 210,627 | 582,081 | 1,284,412 |
| 7101 | 37 | 270 | 157 | 219 | 52 | 33 | 22 | 163 |
| 7102 | 1,029 | 7,761 | 3,009 | 2,392 | 69,544 | 57,169 | 64,517 | 87,569 |
| 7103 | 17,071 | 14,071 | 9,878 | 12,492 | 13,098 | 17,029 | 24,482 | 49,671 |
| 7104 | 1,051 | 289 | 338 | 299 | 281 | 22,115 | 22,750 | 162 |
| 7105 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7106 | 0 | 0 | 1,440 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7107 | 27 | 102 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7108 | 10,719 | 158,554 | 318,108 | 33,536 | 6,029 | 92,434 | 436,025 | 1,014,532 |
| 7109 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 7110 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 5 | 0 |
| 7111 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7112 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13 | 0 |
| 7113 | 31,125 | 32,196 | 33,174 | 22,171 | 29,980 | 20,422 | 33,222 | 117,439 |
| 7114 | 129 | 4 | 1 | 86 | 113 | 78 | 119 | 274 |
| 7115 | 0 | 0 | 0 | 18 | 6 | 0 | 0 | 24 |
| 7116 | 0 | 10 | 34 | 108 | 1 | 3 | 0 | 2 |
| 7117 | 20,433 | 21,496 | 31,572 | 26,394 | 1,070 | 1,344 | 926 | 14,575 |
| 7118 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 2 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยไปยังประเทศสวีเดน
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปี พ.ศ. | สินค้าทั้งหมด |
|---------|---------------|
| 2544 | 670,595 |
| 2545 | 576,395 |
| 2546 | 909,766 |
| 2547 | 723,802 |
| 2548 | 674,338 |
| 2549 | 925,851 |
| 2550 | 1,420,275 |
| 2551 | 1,998,103 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 3 มูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศสวิตเซอร์แลนด์
(พิกัดศุลกากรที่ 71 จำแนกเป็น 18 หมวดย่อย) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs. | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|------------|
| 71 | 7,245,456 | 6,417,512 | 6,014,402 | 7,010,601 | 7,932,550 | 11,222,263 | 9,812,958 | 13,041,089 |
| 7101 | 46,218 | 71,610 | 51,737 | 46,142 | 43,010 | 50,823 | 65,452 | 61,144 |
| 7102 | 1,814,030 | 1,129,753 | 1,135,010 | 1,459,929 | 1,838,681 | 1,720,120 | 2,116,763 | 2,634,070 |
| 7103 | 146,592 | 248,834 | 239,484 | 363,809 | 390,996 | 468,293 | 438,107 | 590,022 |
| 7104 | 41,332 | 39,573 | 44,425 | 46,468 | 49,590 | 41,431 | 39,974 | 37,899 |
| 7105 | 86,173 | 80,373 | 76,544 | 70,830 | 73,962 | 58,940 | 14,738 | 15,095 |
| 7106 | 11,022 | 9,217 | 9,296 | 14,790 | 19,476 | 21,924 | 26,913 | 29,340 |
| 7107 | 1,217 | 631 | 958 | 1,383 | 1,379 | 1,930 | 2,051 | 1,535 |
| 7108 | 78,382 | 50,610 | 55,041 | 70,321 | 54,729 | 102,664 | 110,394 | 149,329 |
| 7109 | 6,075 | 2,668 | 597 | 676 | 854 | 677 | 462 | 346 |
| 7110 | 3,616,618 | 2,153,792 | 1,841,160 | 2,010,967 | 1,808,316 | 4,024,441 | 2,304,910 | 3,734,271 |
| 7111 | 1,635 | 1,322 | 424 | 1,098 | 839 | 1,580 | 2,666 | 1,377 |
| 7112 | 222,062 | 398,076 | 413,277 | 502,707 | 940,067 | 1,634,036 | 963,962 | 886,477 |
| 7113 | 1,017,240 | 2,076,994 | 1,985,949 | 2,211,649 | 2,480,081 | 2,827,914 | 3,400,620 | 4,506,701 |
| 7114 | 12,861 | 11,627 | 8,488 | 10,910 | 12,190 | 15,055 | 13,610 | 35,256 |
| 7115 | 39,841 | 43,041 | 44,091 | 61,360 | 65,255 | 71,016 | 98,213 | 92,100 |
| 7116 | 50,124 | 43,141 | 42,469 | 49,906 | 50,316 | 61,718 | 72,798 | 105,851 |
| 7117 | 54,034 | 56,250 | 65,452 | 87,656 | 102,809 | 119,701 | 141,325 | 160,276 |
| 7118 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 4 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสวิตเซอร์แลนด์

ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปี พ.ศ. | สินค้าทั้งหมด |
|---------|---------------|
| 2544 | 84,101,752 |
| 2545 | 87,326,864 |
| 2546 | 100,351,752 |
| 2547 | 115,969,056 |
| 2548 | 126,573,680 |
| 2549 | 141,399,520 |
| 2550 | 161,180,192 |
| 2551 | 183,515,520 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 5 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงไปยังสวิสเซอร์แลนด์
(พิภักศุลกากรที่ 71 จำแนกเป็น 18 หมวดย่อย) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs. | 2544 | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 |
|------|---------|---------|-----------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|
| 71 | 492,232 | 536,557 | 1,279,903 | 966,132 | 789,854 | 1,477,104 | 1,737,519 | 1,852,859 |
| 7101 | 12,099 | 8,465 | 8,752 | 12,216 | 12,878 | 11,040 | 14,650 | 10,362 |
| 7102 | 37,001 | 56,687 | 62,068 | 41,839 | 80,426 | 102,439 | 120,496 | 151,410 |
| 7103 | 10,561 | 9,111 | 8,453 | 11,605 | 8,353 | 16,323 | 29,926 | 29,726 |
| 7104 | 272 | 296 | 144 | 486 | 516 | 547 | 577 | 1,384 |
| 7105 | 30 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 5 | 118 |
| 7106 | 2,390 | 19 | 12 | 0 | 4 | 61,002 | 9,589 | 170,598 |
| 7107 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7108 | 78,573 | 133,015 | 310,337 | 136,240 | 56,998 | 248,806 | 793,530 | 479,814 |
| 7109 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 |
| 7110 | 343 | 5,629 | 10,501 | 0 | 19 | 14,019 | 8,566 | 53,289 |
| 7111 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7112 | 256,343 | 230,181 | 771,940 | 639,977 | 493,892 | 823,626 | 512,795 | 573,765 |
| 7113 | 87,682 | 87,266 | 98,727 | 107,974 | 113,875 | 174,729 | 221,993 | 350,558 |
| 7114 | 6 | 65 | 2 | 12 | 102 | 224 | 13 | 20 |
| 7115 | 456 | 278 | 352 | 156 | 121 | 1,599 | 130 | 757 |
| 7116 | 691 | 554 | 666 | 1,010 | 997 | 964 | 1,285 | 5,800 |
| 7117 | 5,785 | 4,951 | 7,897 | 14,617 | 21,672 | 21,786 | 23,964 | 25,249 |
| 7118 | 0 | 40 | 49 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 6 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของฮ่องกงไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปี พ.ศ. | สินค้าส่งออกทั้งหมด |
|---------|---------------------|
| 2544 | 1,287,286 |
| 2545 | 1,307,329 |
| 2546 | 2,104,419 |
| 2547 | 1,937,350 |
| 2548 | 1,861,995 |
| 2549 | 2,612,971 |
| 2550 | 3,043,392 |
| 2551 | 3,514,607 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

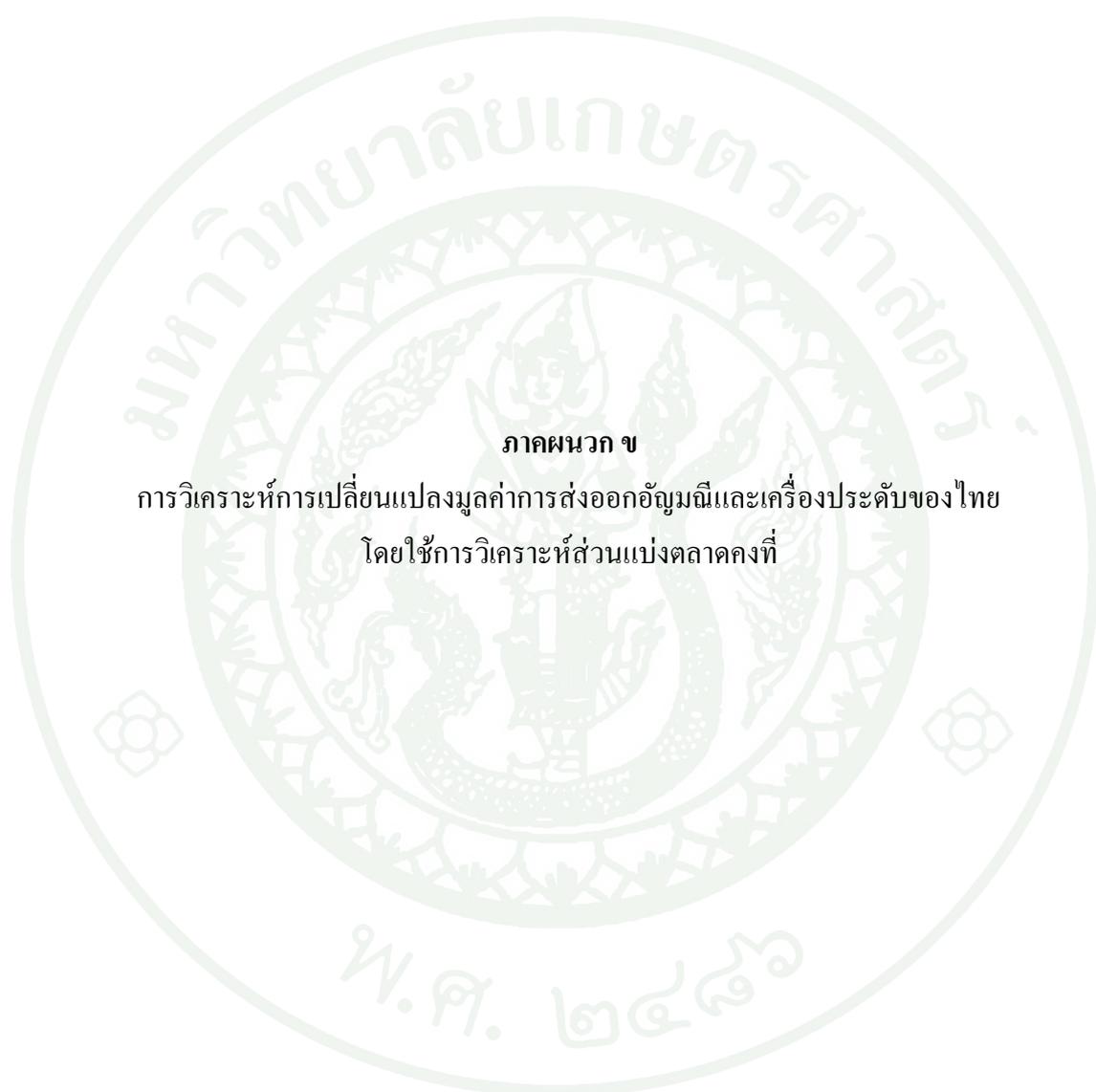
การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ในการคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย และประเทศคู่แข่ง (ฮ่องกง) ในตลาดสวิสเซอร์แลนด์ โดยใช้ข้อมูลในตารางผนวกที่ 1 - 6 โดยแสดงการคำนวณได้ดังนี้

ตัวอย่าง การคำนวณค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังตลาดสวิสเซอร์แลนด์ ในช่วงปี พ.ศ. 2551

พิกัดศุลกากรที่ 71 อัญมณีและเครื่องประดับ ปี พ.ศ. 2551

$$\begin{aligned}
 RCA_{ik} &= \left(\frac{X_{ik}/X_i}{(X_{wk}/X_w)} \right) \\
 &= \frac{(1,284,412/1,998,103)}{(13,041,089 / 183,515,520)} \\
 &= 9.05
 \end{aligned}$$



ภาคผนวก ข
การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย
โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่

ตารางผนวกที่ 7 มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| ปี พ.ศ. | สินค้าส่งของทั้งหมดของโลก |
|---------------------------|---------------------------|
| 2544 | 6,066,920,448 |
| 2545 | 6,384,121,856 |
| 2546 | 7,453,649,408 |
| 2547 | 9,121,777,664 |
| 2548 | 10,383,599,616 |
| 2549 | 12,071,700,480 |
| 2550 | 13,827,733,504 |
| เฉลี่ย 2544 - 2550 | 9,329,928,997 |
| 2551 | 15,944,248,320 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 8 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 71) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.71 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 2544 | 81,621 | 614,593 | 21,802 | 1,211,639 | 1,929,655 |
| 2545 | 234,753 | 592,412 | 83,166 | 1,357,536 | 2,267,867 |
| 2546 | 397,711 | 661,026 | 83,770 | 1,481,817 | 2,624,324 |
| 2547 | 97,720 | 768,915 | 94,552 | 1,678,322 | 2,639,509 |
| 2548 | 120,174 | 984,118 | 55,016 | 2,050,861 | 3,210,169 |
| 2549 | 210,627 | 976,167 | 293,685 | 2,194,496 | 3,674,975 |
| 2550 | 582,081 | 1,088,120 | 603,527 | 3,106,132 | 5,379,860 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 246,384 | 812,193 | 176,503 | 1,868,686 | 3,103,766 |
| 2551 | 1,284,412 | 1,150,412 | 1,432,647 | 4,370,200 | 8,237,671 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 9 มูลค่าการส่งออกไข่มุกของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7101)
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7101 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------|--------------|---------------|---------------|
| 2544 | 37 | 66 | 63 | 2,747 | 2,913 |
| 2545 | 270 | 59 | 53 | 3,178 | 3,560 |
| 2546 | 157 | 315 | 58 | 11,540 | 12,070 |
| 2547 | 219 | 771 | 47 | 9,757 | 10,794 |
| 2548 | 52 | 341 | 21 | 20,975 | 21,389 |
| 2549 | 33 | 507 | 66 | 15,195 | 15,801 |
| 2550 | 22 | 1,186 | 2,808 | 9,845 | 13,861 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 113 | 464 | 445 | 10,462 | 11,484 |
| 2551 | 163 | 881 | 3,927 | 12,365 | 17,336 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 10 มูลค่าการส่งออกเพชรของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7102)
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7102 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|------------------|
| 2544 | 1,029 | 15,079 | 634 | 483,085 | 499,827 |
| 2545 | 7,761 | 10,410 | 1,264 | 570,793 | 590,228 |
| 2546 | 3,009 | 25,331 | 1,071 | 610,996 | 640,407 |
| 2547 | 2,392 | 29,585 | 1,273 | 727,991 | 761,241 |
| 2548 | 69,544 | 34,979 | 945 | 750,397 | 855,865 |
| 2549 | 57,169 | 36,590 | 1,060 | 771,712 | 866,531 |
| 2550 | 64,517 | 44,826 | 980 | 840,271 | 950,594 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 29,346 | 28,114 | 1,032 | 679,321 | 737,813 |
| 2551 | 87,569 | 57,227 | 939 | 945,601 | 1,091,336 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 11 มูลค่าการส่งออกรัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ของประเทศไทยไปยังตลาด
ต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7103) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7103 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|----------------|
| 2544 | 17,071 | 60,585 | 1,432 | 120,302 | 199,390 |
| 2545 | 14,071 | 67,279 | 1,061 | 126,611 | 209,022 |
| 2546 | 9,878 | 63,972 | 1,454 | 114,257 | 189,561 |
| 2547 | 12,492 | 77,100 | 1,415 | 132,541 | 223,548 |
| 2548 | 13,098 | 65,034 | 1,894 | 148,931 | 228,957 |
| 2549 | 17,029 | 83,319 | 1,812 | 166,172 | 268,332 |
| 2550 | 24,482 | 100,660 | 2,643 | 243,508 | 371,293 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 15,446 | 73,993 | 1,673 | 150,332 | 241,443 |
| 2551 | 49,671 | 123,406 | 2,489 | 337,742 | 513,308 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 12 มูลค่าการส่งออกอัญมณีสังเคราะห์ของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7104) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7104 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|------------|---------------|---------------|
| 2544 | 1,051 | 1,248 | 185 | 10,945 | 13,429 |
| 2545 | 289 | 1,545 | 121 | 11,946 | 13,901 |
| 2546 | 338 | 1,048 | 103 | 10,552 | 12,041 |
| 2547 | 299 | 1,370 | 114 | 16,344 | 18,127 |
| 2548 | 281 | 997 | 101 | 15,725 | 17,104 |
| 2549 | 22,115 | 629 | 76 | 19,111 | 41,931 |
| 2550 | 22,750 | 1,682 | 61 | 80,075 | 104,568 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 6,732 | 1,217 | 109 | 23,528 | 31,586 |
| 2551 | 162 | 3,050 | 65 | 66,831 | 70,108 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 13 มูลค่าการส่งออกฝุ่นผงของรัตนชาติของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7105) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7105 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------|------------|--------------|--------------|
| 2544 | 0 | 8 | 0 | 273 | 281 |
| 2545 | 0 | 11 | 0 | 304 | 315 |
| 2546 | 0 | 5 | 0 | 257 | 262 |
| 2547 | 0 | 0 | 0 | 227 | 227 |
| 2548 | 0 | 3 | 0 | 295 | 298 |
| 2549 | 0 | 3 | 5 | 283 | 291 |
| 2550 | 0 | 2 | 1 | 609 | 612 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 0 | 5 | 1 | 321 | 327 |
| 2551 | 0 | 0 | 58 | 1,482 | 1,540 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 14 มูลค่าการส่งออกเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7106) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7106 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|------------|---------------|---------------|
| 2544 | 0 | 8 | 0 | 584 | 592 |
| 2545 | 0 | 7 | 1 | 8,962 | 8,970 |
| 2546 | 1,440 | 8,690 | 1,480 | 20,348 | 31,958 |
| 2547 | 0 | 22,360 | 750 | 18,822 | 41,932 |
| 2548 | 0 | 2,706 | 1 | 16,751 | 19,458 |
| 2549 | 0 | 50 | 2 | 28,704 | 28,756 |
| 2550 | 0 | 7 | 0 | 27,432 | 27,439 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 206 | 4,833 | 319 | 17,372 | 22,729 |
| 2551 | 0 | 22 | 1 | 30,978 | 31,001 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 15 มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยเงินของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7107) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7107 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------|------------|-----------|-----------|
| 2544 | 27 | 0 | 0 | 4 | 31 |
| 2545 | 102 | 0 | 0 | 0 | 102 |
| 2546 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2547 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| 2548 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 2549 | 0 | 2 | 0 | 1 | 3 |
| 2550 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 18 | 0 | 0 | 1 | 20 |
| 2551 | 0 | 0 | 0 | 16 | 16 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 16 มูลค่าการส่งออกทองคำของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7108) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7108 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|------------------|--------------|------------------|------------------|------------------|
| 2544 | 10,719 | 33 | 2,840 | 6,431 | 20,023 |
| 2545 | 158,554 | 0 | 58,804 | 19,451 | 236,809 |
| 2546 | 318,108 | 142 | 57,974 | 32,440 | 408,664 |
| 2547 | 33,536 | 605 | 59,091 | 51,594 | 144,826 |
| 2548 | 6,029 | 2,520 | 12,073 | 203,957 | 224,579 |
| 2549 | 92,434 | 7,464 | 237,580 | 182,449 | 519,927 |
| 2550 | 436,025 | 1,250 | 508,474 | 567,231 | 1,512,980 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 150,772 | 1,716 | 133,834 | 151,936 | 438,258 |
| 2551 | 1,014,532 | 4,565 | 1,289,103 | 1,090,827 | 3,399,027 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 17 มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยทองคำของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7109) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7109 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------|------------|-----------|-----------|
| 2544 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2545 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2546 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| 2547 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 2548 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2549 | 0 | 0 | 0 | 15 | 15 |
| 2550 | 0 | 10 | 0 | 181 | 191 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 0 | 1 | 0 | 28 | 30 |
| 2551 | 1 | 1 | 1 | 27 | 30 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 18 มูลค่าการส่งออกพลทินัมของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7110) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7110 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|------------|--------------|--------------|
| 2544 | 0 | 0 | 2 | 319 | 321 |
| 2545 | 0 | 0 | 0 | 198 | 198 |
| 2546 | 0 | 0 | 0 | 1,175 | 1,175 |
| 2547 | 5 | 0 | 0 | 664 | 669 |
| 2548 | 0 | 230 | 0 | 332 | 562 |
| 2549 | 0 | 163 | 0 | 223 | 386 |
| 2550 | 5 | 532 | 80 | 7,228 | 7,845 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 1 | 132 | 12 | 1,448 | 1,594 |
| 2551 | 0 | 1,840 | 68 | 6,293 | 8,201 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 19 มูลค่าการส่งออกโลหะที่หุ้มด้วยพลาสติกนัมของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7111) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7111 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|-----------|------------|------------|------------|
| 2544 | 0 | 56 | 0 | 5 | 61 |
| 2545 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2546 | 0 | 0 | 0 | 182 | 182 |
| 2547 | 0 | 3 | 0 | 13 | 16 |
| 2548 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2549 | 0 | 0 | 0 | 5 | 5 |
| 2550 | 0 | 209 | 0 | 59 | 268 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 0 | 38 | 0 | 38 | 76 |
| 2551 | 0 | 0 | 0 | 450 | 450 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 20 มูลค่าการส่งออกเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะมีค่าของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7112) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7112 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|---------------|------------|---------------|---------------|
| 2544 | 0 | 17 | 0 | 30,452 | 30,469 |
| 2545 | 0 | 5 | 0 | 32,891 | 32,896 |
| 2546 | 0 | 0 | 0 | 24,866 | 24,866 |
| 2547 | 0 | 577 | 0 | 36,997 | 37,574 |
| 2548 | 0 | 2,774 | 0 | 29,700 | 32,474 |
| 2549 | 0 | 271 | 0 | 34,735 | 35,006 |
| 2550 | 13 | 622 | 0 | 71,571 | 72,206 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 2 | 609 | 0 | 37,316 | 37,927 |
| 2551 | 0 | 13,510 | 0 | 41,689 | 55,199 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 21 มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ของประเทศ
ไทยไปยังตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7113) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7113 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| 2544 | 31,125 | 473,942 | 15,876 | 465,096 | 986,039 |
| 2545 | 32,196 | 443,950 | 21,128 | 489,193 | 986,467 |
| 2546 | 33,174 | 495,667 | 20,327 | 557,118 | 1,106,286 |
| 2547 | 22,171 | 556,916 | 30,546 | 663,270 | 1,272,903 |
| 2548 | 29,980 | 806,614 | 38,517 | 804,408 | 1,679,519 |
| 2549 | 20,422 | 759,899 | 51,142 | 895,211 | 1,726,674 |
| 2550 | 33,222 | 825,261 | 85,961 | 1,162,688 | 2,107,132 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 28,899 | 623,178 | 37,642 | 719,569 | 1,409,289 |
| 2551 | 117,439 | 817,930 | 133,941 | 1,753,864 | 2,823,174 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 22 มูลค่าการส่งออกเครื่องเงินหรือ และส่วนประกอบของประเทศไทย ไปยังตลาด
ต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7114) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7114 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|------------|--------------|---------------|
| 2544 | 129 | 2,201 | 11 | 3,540 | 5,881 |
| 2545 | 4 | 1,611 | 44 | 6,348 | 8,007 |
| 2546 | 1 | 882 | 40 | 5,119 | 6,042 |
| 2547 | 86 | 1,343 | 97 | 3,738 | 5,264 |
| 2548 | 113 | 1,728 | 168 | 4,942 | 6,951 |
| 2549 | 78 | 2,198 | 268 | 4,118 | 6,662 |
| 2550 | 119 | 9,052 | 606 | 16,578 | 26,355 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 76 | 2,716 | 176 | 6,340 | 9,309 |
| 2551 | 274 | 1,811 | 472 | 9,644 | 12,201 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือ
จากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 23 มูลค่าการส่งออกของอื่นๆทำด้วยโลหะมีค่าของประเทศไทย ไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7115) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7115 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------|------------|--------------|--------------|
| 2544 | 0 | 4 | 0 | 480 | 484 |
| 2545 | 0 | 72 | 0 | 106 | 178 |
| 2546 | 0 | 255 | 0 | 107 | 362 |
| 2547 | 18 | 481 | 2 | 156 | 657 |
| 2548 | 6 | 512 | 0 | 492 | 1,010 |
| 2549 | 0 | 419 | 4 | 1,500 | 1,923 |
| 2550 | 0 | 300 | 29 | 1,284 | 1,613 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 3 | 292 | 5 | 589 | 890 |
| 2551 | 24 | 71 | 26 | 4,321 | 4,442 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 24 มูลค่าการส่งออกของอื่นๆทำด้วยไข่มุกของประเทศไทย ไปยังตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7116) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7116 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|------------|---------------|---------------|
| 2544 | 0 | 761 | 0 | 648 | 1,409 |
| 2545 | 10 | 184 | 0 | 80 | 274 |
| 2546 | 34 | 747 | 0 | 254 | 1,035 |
| 2547 | 108 | 704 | 0 | 1,309 | 2,121 |
| 2548 | 1 | 646 | 4 | 2,215 | 2,866 |
| 2549 | 3 | 1,334 | 6 | 587 | 1,930 |
| 2550 | 0 | 1,861 | 366 | 843 | 3,070 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 22 | 891 | 54 | 848 | 1,815 |
| 2551 | 2 | 2,674 | 5 | 10,310 | 12,991 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 25 มูลค่าการส่งออกเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียมของ

ประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7117) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7117 | สวีเดน | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|
| 2544 | 20,433 | 60,585 | 759 | 86,727 | 168,504 |
| 2545 | 21,496 | 67,279 | 690 | 87,463 | 176,928 |
| 2546 | 31,572 | 63,972 | 1,263 | 91,093 | 187,900 |
| 2547 | 26,394 | 77,100 | 1,217 | 14,364 | 119,075 |
| 2548 | 1,070 | 65,034 | 1,292 | 51,726 | 119,122 |
| 2549 | 1,344 | 83,319 | 1,664 | 74,475 | 160,802 |
| 2550 | 926 | 100,660 | 1,513 | 76,227 | 179,326 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 14,748 | 73,993 | 1,200 | 68,868 | 158,808 |
| 2551 | 14,575 | 123,406 | 1,529 | 56,770 | 196,280 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 26 มูลค่าการส่งออกเหรียญกษาปณ์ของประเทศไทยไปยังตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 7118) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7118 | สวีเดน | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------|-----------|------------|------------|--------------|
| 2544 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 2545 | 0 | 0 | 0 | 12 | 12 |
| 2546 | 0 | 0 | 0 | 1,511 | 1,511 |
| 2547 | 0 | 0 | 0 | 532 | 532 |
| 2548 | 0 | 0 | 0 | 14 | 14 |
| 2549 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2550 | 0 | 0 | 5 | 501 | 506 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 0 | 0 | 1 | 367 | 368 |
| 2551 | 0 | 18 | 23 | 990 | 1,031 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 27 มูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมดในตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 71) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.71 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|-------------------|-------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| 2544 | 7,245,456 | 26,177,047 | 1,504,135 | 82,230,642 | 117,157,280 |
| 2545 | 6,417,512 | 26,558,606 | 1,856,594 | 92,792,212 | 127,624,924 |
| 2546 | 6,014,402 | 28,162,171 | 2,545,248 | 104,473,879 | 141,195,700 |
| 2547 | 7,010,601 | 33,348,928 | 2,777,837 | 133,212,476 | 176,349,842 |
| 2548 | 7,932,550 | 37,204,144 | 3,145,752 | 154,702,786 | 202,985,232 |
| 2549 | 11,222,263 | 43,955,833 | 5,497,856 | 170,211,240 | 230,887,192 |
| 2550 | 9,812,958 | 47,582,537 | 6,546,863 | 207,032,587 | 270,974,945 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 7,950,820 | 34,712,752 | 3,410,612 | 134,950,832 | 181,025,016 |
| 2551 | 13,041,089 | 48,673,087 | 9,942,469 | 254,865,342 | 326,521,987 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 28 มูลค่าการนำเข้าไข่มุกทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7101)

ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7101 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| 2544 | 46,218 | 322,944 | 18,849 | 771,491 | 1,159,502 |
| 2545 | 71,610 | 301,892 | 36,881 | 730,476 | 1,140,859 |
| 2546 | 51,737 | 261,652 | 15,981 | 786,895 | 1,116,265 |
| 2547 | 46,142 | 322,221 | 112,417 | 879,827 | 1,360,607 |
| 2548 | 43,010 | 292,185 | 107,045 | 988,310 | 1,430,550 |
| 2549 | 50,823 | 307,761 | 130,586 | 1,017,650 | 1,506,820 |
| 2550 | 65,452 | 309,209 | 121,522 | 1,166,327 | 1,662,510 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 53,570 | 302,552 | 77,612 | 905,854 | 1,339,588 |
| 2551 | 61,144 | 300,057 | 215,773 | 1,142,847 | 1,719,821 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 29 มูลค่าการนำเข้าเพชรทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7102)

ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7102 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|------------------|-------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 2544 | 1,814,030 | 10,669,496 | 117,706 | 31,493,544 | 44,094,776 |
| 2545 | 1,129,753 | 12,150,154 | 139,376 | 43,100,741 | 56,520,024 |
| 2546 | 1,135,010 | 12,981,410 | 181,781 | 45,576,883 | 59,875,084 |
| 2547 | 1,459,929 | 14,706,691 | 238,087 | 55,788,749 | 72,193,456 |
| 2548 | 1,838,681 | 16,323,303 | 283,682 | 66,971,278 | 85,416,944 |
| 2549 | 1,720,120 | 17,333,068 | 293,800 | 60,897,900 | 80,244,888 |
| 2550 | 2,116,763 | 19,043,828 | 356,769 | 68,916,800 | 90,434,160 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 1,602,041 | 14,743,993 | 230,172 | 53,249,414 | 69,825,619 |
| 2551 | 2,634,070 | 19,817,760 | 368,200 | 76,984,634 | 99,804,664 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 30 มูลค่าการนำเข้ารัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ (พลอย) ทั้งหมดในตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 7103) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7103 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------------|---------------|------------------|------------------|
| 2544 | 146,592 | 575,669 | 11,125 | 1,145,128 | 1,878,514 |
| 2545 | 248,834 | 634,333 | 10,747 | 1,156,699 | 2,050,613 |
| 2546 | 239,484 | 622,357 | 13,208 | 1,176,799 | 2,051,848 |
| 2547 | 363,809 | 670,239 | 41,167 | 1,568,368 | 2,643,583 |
| 2548 | 390,996 | 765,925 | 35,268 | 1,662,425 | 2,854,614 |
| 2549 | 468,293 | 833,866 | 33,946 | 1,753,355 | 3,089,460 |
| 2550 | 438,107 | 915,881 | 40,578 | 2,033,971 | 3,428,537 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 328,016 | 716,896 | 26,577 | 1,499,535 | 2,571,024 |
| 2551 | 590,022 | 983,139 | 39,439 | 2,380,644 | 3,993,244 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 31 มูลค่าการนำเข้าอัญมณีสังเคราะห์ทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7104)
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7104 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|---------------|------------|----------------|----------------|
| 2544 | 41,332 | 59,367 | 361 | 343,133 | 444,193 |
| 2545 | 39,573 | 46,188 | 483 | 336,092 | 422,336 |
| 2546 | 44,425 | 46,078 | 706 | 326,481 | 417,690 |
| 2547 | 46,468 | 53,892 | 790 | 406,778 | 507,928 |
| 2548 | 49,590 | 55,561 | 731 | 370,753 | 476,635 |
| 2549 | 41,431 | 59,685 | 575 | 384,900 | 486,591 |
| 2550 | 39,974 | 59,624 | 1,010 | 479,481 | 580,089 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 43,256 | 54,342 | 665 | 378,231 | 476,495 |
| 2551 | 37,899 | 54,957 | 615 | 521,023 | 614,494 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 32 มูลค่าการนำเข้าฝุ่นผงของรัตนชาติทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7105)
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7105 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| 2544 | 86,173 | 87,978 | 2,869 | 448,085 | 625,105 |
| 2545 | 80,373 | 63,979 | 2,779 | 431,853 | 578,984 |
| 2546 | 76,544 | 66,534 | 2,191 | 430,283 | 575,552 |
| 2547 | 70,830 | 63,276 | 1,964 | 415,007 | 551,077 |
| 2548 | 73,962 | 80,950 | 1,957 | 432,507 | 589,376 |
| 2549 | 58,940 | 85,467 | 1,987 | 485,551 | 631,945 |
| 2550 | 14,738 | 80,701 | 1,389 | 476,669 | 573,497 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 65,937 | 75,555 | 2,162 | 445,708 | 589,362 |
| 2551 | 15,095 | 80,460 | 1,281 | 366,036 | 462,872 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 33 มูลค่าการนำเข้าเงินที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7106)
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7106 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 2544 | 11,022 | 531,953 | 5,379 | 3,089,184 | 3,637,538 |
| 2545 | 9,217 | 688,225 | 21,189 | 3,171,910 | 3,890,541 |
| 2546 | 9,296 | 802,906 | 23,045 | 3,185,337 | 4,020,584 |
| 2547 | 14,790 | 1,013,705 | 55,910 | 4,155,540 | 5,239,945 |
| 2548 | 19,476 | 1,178,718 | 11,935 | 4,984,116 | 6,194,245 |
| 2549 | 21,924 | 1,901,515 | 56,808 | 8,774,225 | 10,754,472 |
| 2550 | 26,913 | 2,377,714 | 59,733 | 10,449,472 | 12,913,832 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 16,091 | 1,213,534 | 33,428 | 5,401,398 | 6,664,451 |
| 2551 | 29,340 | 2,994,602 | 142,303 | 12,913,755 | 16,080,000 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 34 มูลค่าการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยเงินทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7107)
ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7107 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| 2544 | 1,217 | 146 | 78 | 31,085 | 32,526 |
| 2545 | 631 | 345 | 138 | 31,326 | 32,440 |
| 2546 | 958 | 363 | 99 | 35,922 | 37,342 |
| 2547 | 1,383 | 1,052 | 99 | 50,807 | 53,341 |
| 2548 | 1,379 | 1,499 | 5 | 64,268 | 67,151 |
| 2549 | 1,930 | 781 | 120 | 94,660 | 97,491 |
| 2550 | 2,051 | 1,763 | 723 | 119,595 | 124,132 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 1,364 | 850 | 180 | 61,095 | 63,489 |
| 2551 | 1,535 | 1,574 | 1,720 | 109,755 | 114,584 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 35 มูลค่าการนำเข้าทองคำทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7108)

ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7108 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 2544 | 78,382 | 2,023,681 | 1,110,584 | 21,326,971 | 24,539,618 |
| 2545 | 50,610 | 2,353,430 | 1,358,596 | 21,258,780 | 25,021,416 |
| 2546 | 55,041 | 2,797,911 | 1,898,578 | 26,495,154 | 31,246,684 |
| 2547 | 70,321 | 3,828,308 | 1,801,030 | 36,427,053 | 42,126,712 |
| 2548 | 54,729 | 4,204,603 | 2,131,222 | 39,239,738 | 45,630,292 |
| 2549 | 102,664 | 5,172,874 | 4,362,584 | 46,145,422 | 55,783,544 |
| 2550 | 110,394 | 4,136,575 | 5,077,505 | 57,549,074 | 66,873,548 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 74,592 | 3,502,483 | 2,534,300 | 35,491,742 | 41,603,116 |
| 2551 | 149,329 | 5,689,979 | 8,252,095 | 79,038,061 | 93,129,464 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 36 มูลค่าการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยทองคำทั้งหมดในตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 7109) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7109 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------|------------|---------------|---------------|
| 2544 | 6,075 | 365 | 127 | 12,702 | 19,269 |
| 2545 | 2,668 | 173 | 23 | 6,790 | 9,654 |
| 2546 | 597 | 153 | 27 | 19,924 | 20,701 |
| 2547 | 676 | 147 | 21 | 17,081 | 17,925 |
| 2548 | 854 | 179 | 3 | 22,325 | 23,361 |
| 2549 | 677 | 471 | 18 | 27,369 | 28,535 |
| 2550 | 462 | 122 | 38 | 25,910 | 26,532 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 1,716 | 230 | 37 | 18,872 | 20,854 |
| 2551 | 346 | 207 | 87 | 19,576 | 20,216 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 37 มูลค่าการนำเข้าแพลตฟอร์มทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7110)

ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7110 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|------------------|------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| 2544 | 3,616,618 | 5,230,135 | 12,517 | 7,467,676 | 16,326,946 |
| 2545 | 2,153,792 | 2,826,575 | 33,364 | 5,792,036 | 10,805,767 |
| 2546 | 1,841,160 | 2,625,396 | 55,601 | 6,498,529 | 11,020,686 |
| 2547 | 2,010,967 | 3,508,746 | 33,817 | 8,417,392 | 13,970,922 |
| 2548 | 1,808,316 | 3,888,781 | 59,078 | 10,916,367 | 16,672,542 |
| 2549 | 4,024,441 | 5,842,361 | 76,129 | 15,555,973 | 25,498,904 |
| 2550 | 2,304,910 | 7,749,042 | 144,538 | 21,568,372 | 31,766,862 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 2,537,172 | 4,524,434 | 59,292 | 10,888,049 | 18,008,947 |
| 2551 | 3,734,271 | 7,123,848 | 66,311 | 27,797,538 | 38,721,968 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 38 มูลค่าการนำเข้าโลหะที่หุ้มด้วยแพลตฟอร์มทั้งหมดในตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 7111) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7111 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|--------------|------------|----------------|----------------|
| 2544 | 1,635 | 2,946 | 35 | 52,222 | 56,838 |
| 2545 | 1,322 | 2,375 | 0 | 24,952 | 28,649 |
| 2546 | 424 | 1,762 | 7 | 28,312 | 30,505 |
| 2547 | 1,098 | 1,122 | 6 | 32,752 | 34,978 |
| 2548 | 839 | 940 | 24 | 53,880 | 55,683 |
| 2549 | 1,580 | 1,348 | 1 | 110,258 | 113,187 |
| 2550 | 2,666 | 1,443 | 11 | 159,018 | 163,138 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 1,366 | 1,705 | 12 | 65,913 | 68,997 |
| 2551 | 1,377 | 1,666 | 61 | 234,465 | 237,569 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 39 มูลค่าการนำเข้าเศษที่ไม่ได้ใช้ทำด้วยโลหะทั้งหมดในตลาดต่างๆ

(พิกัดศุลกากรที่ 7112) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7112 | สวิเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------------|--------------|-------------------|-------------------|
| 2544 | 222,062 | 306,564 | 19,719 | 3,151,973 | 3,700,318 |
| 2545 | 398,076 | 257,766 | 9,887 | 2,672,865 | 3,338,594 |
| 2546 | 413,277 | 332,953 | 4,938 | 3,081,635 | 3,832,803 |
| 2547 | 502,707 | 468,041 | 8,221 | 4,177,568 | 5,156,537 |
| 2548 | 940,067 | 527,404 | 3,614 | 5,136,016 | 6,607,101 |
| 2549 | 1,634,036 | 1,020,083 | 1,556 | 7,826,686 | 10,482,361 |
| 2550 | 963,962 | 1,485,015 | 2,519 | 10,549,916 | 13,001,412 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 724,884 | 628,261 | 7,208 | 5,228,094 | 6,588,447 |
| 2551 | 886,477 | 1,770,289 | 864 | 14,802,718 | 17,460,348 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 40 มูลค่าการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับแท้ทั้งหมด

ในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7113) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7113 | สวิเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|------------------|------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 2544 | 1,017,240 | 5,373,082 | 151,234 | 10,019,543 | 16,561,099 |
| 2545 | 2,076,994 | 6,131,506 | 184,344 | 11,044,400 | 19,437,244 |
| 2546 | 1,985,949 | 6,389,064 | 269,746 | 13,057,205 | 21,701,964 |
| 2547 | 2,211,649 | 7,237,171 | 341,716 | 16,188,280 | 25,978,816 |
| 2548 | 2,480,081 | 8,049,005 | 340,479 | 18,308,297 | 29,177,862 |
| 2549 | 2,827,914 | 9,132,501 | 365,977 | 20,671,114 | 32,997,506 |
| 2550 | 3,400,620 | 9,089,194 | 542,220 | 25,784,734 | 38,816,768 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 2,285,778 | 7,343,075 | 313,674 | 16,439,082 | 26,381,608 |
| 2551 | 4,506,701 | 6,924,828 | 658,503 | 29,752,256 | 41,842,288 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 41 มูลค่าการนำเข้าเครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของดังกล่าวทั้งหมด
ในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7114) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7114 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| 2544 | 12,861 | 47,781 | 4,667 | 232,417 | 297,726 |
| 2545 | 11,627 | 45,523 | 3,853 | 228,146 | 289,149 |
| 2546 | 8,488 | 51,151 | 4,567 | 515,161 | 579,367 |
| 2547 | 10,910 | 62,742 | 5,693 | 502,787 | 582,132 |
| 2548 | 12,190 | 58,104 | 7,892 | 474,822 | 553,008 |
| 2549 | 15,055 | 56,082 | 7,242 | 485,208 | 563,587 |
| 2550 | 13,610 | 54,652 | 6,144 | 689,305 | 763,711 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 12,106 | 53,719 | 5,723 | 446,835 | 518,383 |
| 2551 | 35,256 | 48,946 | 7,744 | 560,140 | 652,086 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 42 มูลค่าการนำเข้าของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือหุ้มด้วยโลหะมีค่าทั้งหมด
ในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7115) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7115 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------------|---------------|------------------|------------------|
| 2544 | 39,841 | 38,489 | 11,316 | 736,125 | 825,771 |
| 2545 | 43,041 | 32,205 | 12,116 | 697,007 | 784,369 |
| 2546 | 44,091 | 42,654 | 15,701 | 771,326 | 873,772 |
| 2547 | 61,360 | 45,574 | 31,301 | 997,358 | 1,135,593 |
| 2548 | 65,255 | 57,976 | 35,119 | 1,050,176 | 1,208,526 |
| 2549 | 71,016 | 335,946 | 49,366 | 1,409,012 | 1,865,340 |
| 2550 | 98,213 | 270,555 | 77,912 | 1,784,248 | 2,230,928 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 60,402 | 117,628 | 33,262 | 1,063,607 | 1,274,900 |
| 2551 | 92,100 | 837,346 | 66,922 | 2,502,537 | 3,498,905 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 43 มูลค่าการนำเข้าของทำด้วยไม้ ไม้กระดานหรือกิ่งไม้ทั้งหมดในตลาดต่างๆ
(พิกัดศุลกากรที่ 7116) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7116 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|------------------|
| 2544 | 50,124 | 191,883 | 5,841 | 299,886 | 547,734 |
| 2545 | 43,141 | 201,894 | 5,784 | 316,445 | 567,264 |
| 2546 | 42,469 | 253,230 | 7,822 | 307,793 | 611,314 |
| 2547 | 49,906 | 314,193 | 10,453 | 345,070 | 719,622 |
| 2548 | 50,316 | 372,765 | 10,900 | 328,913 | 762,894 |
| 2549 | 61,718 | 428,071 | 11,226 | 431,373 | 932,388 |
| 2550 | 72,798 | 460,303 | 14,205 | 454,169 | 1,001,475 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 52,925 | 317,477 | 9,462 | 354,807 | 734,670 |
| 2551 | 105,851 | 482,816 | 10,734 | 418,207 | 1,017,608 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 44 มูลค่าการนำเข้าเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องประดับเทียม ทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7117) ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7117 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
| 2544 | 54,034 | 707,462 | 31,457 | 1,515,738 | 2,308,691 |
| 2545 | 56,250 | 809,649 | 36,631 | 1,712,436 | 2,614,966 |
| 2546 | 65,452 | 878,431 | 50,714 | 2,067,276 | 3,061,873 |
| 2547 | 87,656 | 1,017,771 | 81,905 | 2,775,388 | 3,962,720 |
| 2548 | 102,809 | 1,320,297 | 116,211 | 3,610,448 | 5,149,765 |
| 2549 | 119,701 | 1,420,356 | 105,578 | 4,060,492 | 5,706,127 |
| 2550 | 141,325 | 1,527,181 | 99,525 | 4,673,299 | 6,441,330 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 89,604 | 1,097,307 | 74,574 | 2,916,440 | 4,177,925 |
| 2551 | 160,276 | 1,514,490 | 109,277 | 5,161,797 | 6,945,840 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

ตารางผนวกที่ 45 มูลค่าการนำเข้าเหรียญกษาปณ์ทั้งหมดในตลาดต่างๆ (พิกัดศุลกากรที่ 7118)

ปี พ.ศ.2544 – พ.ศ. 2551

(มูลค่า : พันเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ)

| Hs.7118 | สวิสเซอร์แลนด์ | สหรัฐฯ | ออสเตรเลีย | อื่นๆ | รวม |
|-------------------------|----------------|---------------|--------------|----------------|----------------|
| 2544 | 0 | 7,106 | 271 | 93,739 | 101,116 |
| 2545 | 0 | 12,394 | 403 | 79,258 | 92,055 |
| 2546 | 0 | 8,166 | 536 | 112,964 | 121,666 |
| 2547 | 0 | 34,037 | 13,240 | 66,671 | 113,948 |
| 2548 | 0 | 25,949 | 587 | 88,147 | 114,683 |
| 2549 | 0 | 23,597 | 357 | 80,092 | 104,046 |
| 2550 | 0 | 19,735 | 522 | 152,227 | 172,484 |
| เฉลี่ย 2544-2550 | 0 | 18,712 | 2,274 | 96,157 | 117,143 |
| 2551 | 0 | 46,123 | 540 | 159,353 | 206,016 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2552)

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่

ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ โดยใช้ข้อมูลในตารางผนวกที่ 7 – 9 ซึ่งมีวิธีการวิเคราะห์ ดังนี้

ตัวอย่าง การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดออสเตรเลีย และตลาดอื่นๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2550 เปรียบเทียบกับช่วงปี พ.ศ. 2551

พิกัดศุลกากรที่ 71

$$\begin{aligned} \sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j X_{ijk}^0 &= (G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0) + [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] \\ &+ (\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0) \\ &+ [(\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)) - (\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0)] \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{อัตราการขยายตัวของโลก (g)} &= G - 1 \\ &= (15,944,248,320 / 9,329,928,997) - 1 \\ &= 1.7089 - 1 \\ &= 0.7089 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{อัตราการขยายตัวของโลกในอัญมณีและเครื่องประดับ (g_k)} &= G_k - 1 \\ &= (347,612,960 / 181,412,486) - 1 \\ &= 1.9161 - 1 \\ &= 0.9161 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{อัตราการขยายตัวของโลกในอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสวิตเซอร์แลนด์ (g_k)} &= G_k - 1 \\ &= (13,041,089 / 7,950,820) - 1 \\ &= 1.6402 - 1 \\ &= 0.6402 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราการขยายตัวของโลกในอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา} (g_k) &= G_k - 1 \\
 &= (48,673,087 / 34,712,752) - 1 \\
 &= 1.4021 - 1 \\
 &= 0.4021
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราการขยายตัวของโลกในอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดออสเตรเลีย} (g_k) &= G_k - 1 \\
 &= (9,942,469 / 3,410,612) - 1 \\
 &= 2.9151 - 1 \\
 &= 1.9151
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราการขยายตัวของโลกในอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดอื่นๆ} (g_k) &= G_k - 1 \\
 &= (254,865,342 / 134,950,831) - 1 \\
 &= 1.8886 - 1 \\
 &= 0.8886
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 G_{jk}^* \text{ ของตลาดสวิสเซอร์แลนด์} &= 1 / G_{jk} \\
 &= 1 / 1.6402 \\
 &= 0.6097
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 G_{jk}^* \text{ ของตลาดสหรัฐอเมริกา} &= 1 / G_{jk} \\
 &= 1 / 1.4021 \\
 &= 0.7132
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 G_{jk}^* \text{ ของตลาดออสเตรเลีย} &= 1 / G_{jk} \\
 &= 1 / 2.9151 \\
 &= 0.3430
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 G_{jk}^* \text{ ของตลาดอื่นๆ} &= 1 / G_{jk} \\
 &= 1 / 1.8886 \\
 &= 0.5295
 \end{aligned}$$

ผลจากการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของโลก

$$\begin{aligned} (G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j X_{ijk}^0) &= 1.9161 (3,103,766) - 3,103,766 \\ &= 5,947,126 - 3,103,766 \\ &= 2,843,505 \end{aligned}$$

ผลจากการกระจายตลาด

$$\begin{aligned} [\sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0) - G_k (\sum_j X_{ijk}^0)] &= ((1.6402 \times 246,384) + (1.4021 \times 812,193) + \\ & (2.9152 \times 176,503) + (1.8886 \times 1,868,686) - \\ & 1.9161 \times (3,103,766)) \\ &= -360,621.95 \end{aligned}$$

ผลจากการแข่งขัน

$$\begin{aligned} (\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0) &= ((0.6097 \times 1,284,412) + (0.7132 \times 1,150,412) + \\ & (0.3430 \times 1,432,647) + (0.5295 \times 4,370,200) - \\ & 3,103,766) \\ &= 1,305,222.76 \end{aligned}$$

ผลจากการส่งออก

$$\begin{aligned} [(\sum_j X_{ijk}^1 - \sum_j (G_{jk} X_{ijk}^0)) - (\sum_j (G_{jk}^* X_{ijk}^1) - \sum_j X_{ijk}^0)] &= (1,284,412 - (1.6402 \times 246,384) + (1.4021 \times 812,193) + \\ & (2.9152 \times 176,503) + (1.8886 \times 1,868,686)) - ((0.6097 \\ & \times 1,284,412) + (0.7132 \times 1,150,412) + (0.3430 \times \\ & 1,432,647) + (0.5295 \times 4,370,200) - 3,103,766) \\ &= 1,345,799.63 \end{aligned}$$

การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

$$5,133,905.43 = 2,843,505 - 360,621.95 + 1,305,222.76 + 1,345,799.63$$

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล นางสาวสุชาดา พัชรวิภาวงศ์

วัน เดือน ปี ที่เกิด วันที่

22 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2528

สถานที่เกิด จังหวัดเพชรบูรณ์

ประวัติการศึกษา บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน เจ้าหน้าที่การเงิน

สถานที่ทำงานปัจจุบัน บริษัท เอ็ม.ไอ.บี. โฮลดิ้ง จำกัด (ภายในเครือ

Double A)