

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทย เนื่องจากสามารถทำรายได้จากการส่งออกเข้าประเทศอยู่ในระดับสูง เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก และสร้างงานที่เกี่ยวข้องกัน ตั้งแต่การทำเหมือง การเจียระไน การออกแบบ การทำและประกอบตัวเรือน การผลิตเครื่องมือเครื่องจักรในการเจียระไนพลอย และการทำวัสดุหีบห่อ เป็นต้น

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ

1. อุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณี ซึ่งประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมเจียระไนเพชร พลอยและการผลิตอัญมณีเทียม
2. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำที่นำเอาเพชร พลอยและอัญมณีเทียมเข้ามาประกอบขึ้นเป็นตัวเรือน โดยอาศัยทั้งวัตถุดิบภายในประเทศ และต่างประเทศ

ในช่วงก่อนปี 2520 บทบาทของภาครัฐที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีอยู่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากในระยะแรกของอุตสาหกรรมนี้ยังคงเป็นการผลิตภายในครัวเรือน สภาพการแข่งขันในการผลิตน้อย ไม่มีลักษณะการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรม ต่อมาภายหลังปี 2520 ภาครัฐเริ่มมีบทบาทและให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545: 8) รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการลงทุนและการผลิต ด้านการค้าและภาษี ด้านการส่งเสริมการส่งออก ตลอดจนนโยบายทางด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ

กรมสรรพากรประกาศยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มแก่กลุ่มวัตถุดิบ ได้แก่ อัญมณีทองคำขาว เงิน และพลาเดียม ตั้งแต่เมษายน 2546 ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกสูงขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพิ่มสิทธิประโยชน์ให้กับหน่วยธุรกิจนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี โดยยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลให้กับหน่วยธุรกิจที่ตั้งอยู่ในนิคมฯเป็นเวลา 8 ปี เพื่อสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่ม (Cluster) ของอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับภายในนิคม ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับของไทยในตลาดโลก

ปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวเป็นแรงกระตุ้นให้มีการลงทุนเพื่อประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น ส่งผลให้การผลิตในอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับของไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ตามความต้องการสินค้าอัญธานีและเครื่องประดับที่เพิ่มขึ้นมาก ทั้งจากตลาดภายในและต่างประเทศ ทั้งนี้เป็นการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขายรวมมูลค่าการส่งออกอัญธานีและเครื่องประดับของไทยตั้งแต่ปี 2544-2548 มีอัตราการขยายตัวในอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ในระหว่างปี 2544-2547 มีมูลค่าส่งออกเท่ากับ 1,822.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, 2,155.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, 2,514.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, 2,645.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ส่วนปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 3,233.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.21 จากปี 2547 ดังแสดงตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

มูลค่าการส่งออกสินค้าสำคัญ 10 รายการแรกของไทย ปี 2544-2548

รายการ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)				
	2544	2545	2546	2547	2548
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	7,886.8	7,389.9	8,117.2	9,121.1	11,773.9
2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,636.7	2,900.2	3,932.9	5,459.7	7,701.1
3. แผงวงจรไฟฟ้า	3,472.2	3,286.2	4,573.7	4,857.4	5,917.9
4. ยางพารา	1,316.1	1,727.6	2,765.0	3,399.1	4,167.2
5. เม็ดพลาสติก	1,601.3	1,762.5	2,130.1	3,086.1	4,167.2
6. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,822.9	2,155.5	2,514.5	2,645.6	3,233.1
7. น้ำมันสำเร็จรูป	1,139.6	1,037.8	1,012.6	1,757.4	2,357.6
8. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และส่วนประกอบ	1,679.4	2,078.4	2,477.7	3,203.2	3,115.5
9. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	2,894.9	2,699.8	2,739.9	3,072.7	3,131.8
10. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,082.8	1,241.2	1,676.8	2,462.5	2,869.0
รวม 10 รายการ	25,532.7	26,279.1	31,940.3	39,064.9	48,434.4
อื่นๆ	39,138.1	41,429.8	47,470.1	56,747.7	61,738.6
มูลค่ารวม	64,670.8	67,708.9	79,410.4	95,811.9	110,173.0

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

อย่างไรก็ตาม แม้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจะนำรายได้เข้าประเทศปีละจำนวนมากและมีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอย่างต่อเนื่อง โดยระหว่างปี 2544-2548 ไทยมีสัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของเฉลี่ยประมาณร้อยละ 2.97 ของการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย แต่กลับมีแนวโน้มสัดส่วนการส่งออกที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับ การส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทย ดังแสดงตามตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2

สัดส่วนการส่งออกสินค้าสำคัญ 10 รายการแรกของไทย ปี 2544-2548

รายการ	สัดส่วนการส่งออก (ร้อยละ)				
	2544	2545	2546	2547	2548
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	12.19	10.91	10.22	9.52	10.69
2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	4.07	4.28	4.95	5.70	6.99
3. แผงวงจรไฟฟ้า	5.36	4.85	5.76	5.07	5.37
4. ยางพารา	2.03	2.55	3.48	3.55	3.78
5. เม็ดพลาสติก	2.47	2.60	2.68	3.22	3.78
6. อัญมณีและเครื่องประดับ	2.81	3.18	3.17	2.76	2.93
7. น้ำมันสำเร็จรูป	1.76	1.53	1.28	1.83	2.14
8. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ และส่วนประกอบ	2.00	3.07	3.12	3.34	2.83
9. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	4.47	3.99	3.45	3.21	2.84
10. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1.67	1.83	2.11	2.57	2.60
รวม 10 รายการ	38.83	38.81	40.22	40.77	43.96
อื่นๆ	61.17	61.19	61.19	59.23	56.04
มูลค่ารวม	100	100	100	100	100

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยประสบปัญหาจากการต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศและการวางแผนอย่างเป็นระบบด้านการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ การขาดแคลนนักออกแบบที่มีความสามารถสูง และการมีตราสินค้า (Brand Name) เป็นของตนเองน้อยมาก นอกจากนี้ไทยยังขาดแคลนการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การเจียระไน และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ตลอดจนปัญหาด้านแรงงานที่นับวันอุตสาหกรรมอัญมณีและ

เครื่องประดับไทยจะขาดแคลนช่างฝีมือที่มีความชำนาญเฉพาะด้านมากขึ้น อีกทั้งค่าจ้างแรงงานก็มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น (อานนท์ เศรษฐกรียงไกร, สัมภาษณ์)

ขณะเดียวกัน สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยเฉพาะการเผชิญกับคู่แข่งจากประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก โดยเฉพาะ จีนและอินเดีย ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

เห็นได้ว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งในส่วนของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ เช่น ข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร การขยายตัวของประชากร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงกติกากาทางการค้า และศักยภาพที่เพิ่มขึ้นของประเทศคู่แข่งทางการค้าใหม่ทั้งประเทศที่มีต้นทุนแรงงานถูก และประเทศที่มีระดับเทคโนโลยีที่เหนือกว่าซึ่งเพิ่มแรงกดดันต่อสถานภาพการแข่งขันของไทย ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย อันเป็นแรงกระตุ้นให้หน่วยธุรกิจในการอุตสาหกรรมต้องมีการปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาสถานภาพของตนไว้ ซึ่งผลของพฤติกรรมปรับตัวดังกล่าวย่อมจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของผลปฏิบัติการของหน่วยธุรกิจ และของอุตสาหกรรมโดยรวมในที่สุด

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จึงเป็นอุตสาหกรรมที่ควรทำการศึกษาถึงโครงสร้างอุตสาหกรรม โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ของการจัดองค์กรทางอุตสาหกรรม (Industrial Organization) เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างพฤติกรรม และผลปฏิบัติการของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการอธิบายภาพรวมของอุตสาหกรรมในปัจจุบัน พฤติกรรมการแข่งขันของหน่วยธุรกิจด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ทั้งแบบที่ใช้ราคาและไม่ใช้ราคา ตลอดจนผลปฏิบัติการด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้น อันจะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ทั้งที่เป็นหน่วยธุรกิจในปัจจุบันและหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในอนาคต แรงงานรวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการผลิตและการตลาด ตลอดจนการกำหนดนโยบายที่มีต่ออุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ประกอบการวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ตลอดจนบทบาทของภาครัฐและเอกชนที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อแสดงถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าไปใช้ในการตัดสินใจ ด้านการวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณี และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ

2. งานวิจัยนี้จะวิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จำแนกรายการตามโครงสร้างสินค้าออกตอนที่ 71 อัญมณีและเครื่องประดับ โดยจะครอบคลุมทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดระหว่างประเทศ

3. เนื่องจากข้อมูลทางด้านการผลิตและการจำหน่ายของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีจำกัด การผลิตของแต่ละบริษัทมีหน่วยของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน และการไม่สามารถหาข้อมูลจำนวนแรงงานได้อย่างแน่นอน การศึกษาจึงจะพิจารณาจากมูลค่าทรัพย์สินโดยใช้ข้อมูลเงินทุนจดทะเบียนจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมในการคำนวณอัตราการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

4. ข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ทำการศึกษาคovers ระยะเวลาในช่วงปี 2544-2548 รวมทั้งช่วงเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2549

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ, สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ และภาควิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป สาขาวัสดุศาสตร์ (อัญมณีและเครื่องประดับ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้ง ข้อมูลด้านนโยบายที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาซึ่งสามารถเก็บรวบรวมได้จากหน่วยงานราชการและเอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งประเทศไทย สถาบันวิจัยพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก งานวิจัยทางวิชาการ วารสารและหนังสือจากห้องสมุดของสถาบันการศึกษาต่างๆ ข่าวสารและข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ต่างๆและจากInternet รวมทั้ง Global Trade Atlas และ World Trade Atlas เป็นต้น

1.5 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาเป็นการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ภายใต้การจัดองค์กรอุตสาหกรรม (Industrial Organization) ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม โดยอาศัยรูปแบบการวิเคราะห์การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม (Industrial Concentration) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการของตลาดมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างของตลาดจะพิจารณาถึงการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม อุปสรรคของหน่วยธุรกิจรายใหม่ และลักษณะหลากหลายและแตกต่างของสินค้าที่ผลิต

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความจำกัดของข้อมูล เครื่องมือที่ใช้การคำนวณค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมในงานวิจัยนี้ จึงเป็น อัตราส่วนการกระจุกตัว (CR) เท่านั้น

2. ลักษณะโครงสร้างของตลาดจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรม พฤติกรรมดังกล่าว ได้แก่ พฤติกรรมทางด้านราคา พฤติกรรมที่ไม่เกี่ยวกับราคา และนโยบายด้านผลิตภัณฑ์

3. ผลปฏิบัติการของอุตสาหกรรมย่อมเป็นผลสะท้อนจากพฤติกรรมของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมอีกทอดหนึ่ง ผลปฏิบัติการของอุตสาหกรรมจะพิจารณาจากผลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ผลต่อระบบเศรษฐกิจไทย ประสิทธิภาพทางด้านการตลาด ด้านการจ้างงาน และด้านการวิจัยและพัฒนา

รวมทั้ง นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการ และองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเก็บรวบรวมได้จากแหล่งต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์และเรียบเรียงนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

2. สามารถนำลักษณะโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนและวางแผนด้านกลยุทธ์การตลาด สำหรับหน่วยธุรกิจในปัจจุบันและหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขันในอนาคต

3. ทราบถึงนโยบายและมาตรการต่างๆ ของรัฐบาลที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย อันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยธุรกิจและแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

4. เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกได้

1.7 เค้าโครงงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ของการจัดองค์กรทางอุตสาหกรรม (Industrial Organization) โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการของหน่วยธุรกิจ ในอุตสาหกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด ประกอบกับการวิเคราะห์ ปัจจัยทางด้านนโยบายรัฐบาล และบทบาทของภาคเอกชน ตลอดจนสถานะการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อตอบคำถามต่างๆเกี่ยวกับโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย อาทิ

ปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลกระทบต่อโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการของหน่วยธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในลักษณะใด

การสร้างรูปลักษณ์ที่หลากหลายและแตกต่างของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทำให้ผู้ซื้อเห็นความแตกต่างของสินค้านั้นๆ ทั้งที่คุณภาพและวิธีการผลิตเหมือนกัน ได้อย่างไร ซึ่งการทำให้สินค้าแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งจะทำให้ผู้ซื้อยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้านั้นในราคาที่แตกต่างโดยไม่มีเหตุผล (Sherman, 1974: 227) โดยเน้นความแตกต่างของสินค้าที่มองทางด้านผู้ผลิตแต่ละราย ซึ่งเป็นผลจากการโฆษณา การเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้า ตลอดจนการวิจัยและพัฒนา

บทบาทและนโยบายของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรม รวมทั้งบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรม อาจส่งผลดีต่อหน่วยธุรกิจบางราย แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นเงื่อนไขซึ่งก่อให้เกิดอุปสรรคทางด้านนโยบายสำหรับหน่วยธุรกิจรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรม หรือผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรเอกชนนั้นๆ หรือไม่

การพึ่งพาตลาดต่างประเทศเป็นสัดส่วนที่สูงของอุตสาหกรรม อาจเป็นปัจจัยเสี่ยงของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย แนวโน้มของการค้าอาจต้องให้ความสำคัญกับตลาดภายใน หรือตลาดส่งออกใหม่ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการลดความผันผวนจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก

ในสถานการณ์ปัจจุบัน ที่แหล่งวัตถุดิบในประเทศไทยเริ่มมีการขาดแคลน และจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้น ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านกฎเกณฑ์ต่างๆทางการค้า นโยบายรัฐบาลทั้งของไทยและประเทศคู่ค้า ราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น

ตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จะส่งผลต่อพฤติกรรมของหน่วยธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์และเครื่องประดับอย่างไร

การที่หน่วยธุรกิจมีพฤติกรรมด้านการแข่งขันระหว่างกัน โดยใช้กลยุทธ์การลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด จนเกิดความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดหลักทรัพย์จากสงครามราคา ในสินค้าระดับล่างถึงปานกลางมากขึ้น พฤติกรรมดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อการทำกำไรของบริษัทอื่นในตลาดหลักทรัพย์ และเป็นผลร้ายต่อตลาดหลักทรัพย์และเครื่องประดับของไทยในภาพรวมมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

เค้าโครงงานวิจัยเรื่องโครงสร้างตลาดหลักทรัพย์และเครื่องประดับของไทย
ประกอบด้วย
บทที่ 1 บทนำ

ความสำคัญของปัญหา
วัตถุประสงค์ของการศึกษา
ขอบเขตของการศึกษา
การเก็บรวบรวมข้อมูล
วิธีการศึกษา
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
เค้าโครงงานวิจัย

บทที่ 2 แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์

ทฤษฎีโครงสร้างตลาด
พฤติกรรมในตลาด
ผลปฏิบัติการของตลาด
วรรณกรรมปริทัศน์

บทที่ 3 ภาพรวมของตลาดหลักทรัพย์และเครื่องประดับ

ประวัติความเป็นมาของตลาดหลักทรัพย์
โครงสร้างการผลิต
โครงสร้างการตลาด
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของตลาดหลักทรัพย์

บทที่ 4 บทบาทของภาครัฐและเอกชนที่มีต่อตลาดหลักทรัพย์และเครื่องประดับ

บทบาทและนโยบายของรัฐบาลที่มีต่อตลาดหลักทรัพย์

บทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรม

กระบวนการกำหนดนโยบายอุตสาหกรรม

บทที่ 5 ผลของการวิเคราะห์

โครงสร้างของตลาด

การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

อุปสรรคของหน่วยธุรกิจรายใหม่

ลักษณะหลากหลายและแตกต่างของสินค้าที่ผลิต

พฤติกรรมในตลาด

พฤติกรรมทางด้านราคา

พฤติกรรมที่ไม่เกี่ยวกับราคา

ผลปฏิบัติการของตลาด

ผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย

ประสิทธิภาพทางการตลาด

ด้านการจ้างงาน

ด้านการวิจัยและพัฒนา

บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

ข้อเสนอแนะ

บรรณานุกรม

ภาคผนวก