

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุป

การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการของหน่วยธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ประกอบการวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ตลอดจนบทบาทของภาครัฐและเอกชนที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อแสดงถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าไปใช้ในการตัดสินใจ ด้านการวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

การกระจุกตัวของทั้งอุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณี และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตามกาลเวลา ซึ่งเป็นผลจากการมีจำนวนหน่วยผลิตเข้ามาทำการผลิตเพื่อแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น และเป็นเหตุให้มีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมน้อยลง สภาพการแข่งขันของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมทั้งด้านการผลิตและการค้ามีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษามีลักษณะเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ทั้งในส่วนของอุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณี และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับมีจำนวนผู้ผลิตมาก ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณีมีค่า CR_4 เท่ากับ 45.03 และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีมีค่า CR_4 เท่ากับ 20.40 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ สะท้อนถึงสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่ค่อนข้างสูง ทำให้ไม่มีผู้ประกอบการรายใดสามารถมีอำนาจผูกขาดเหนือผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมนี้ได้

การเข้าหรือออกจากอุตสาหกรรมของหน่วยธุรกิจมีอุปสรรคกีดขวางอยู่บ้าง โดยเฉพาะปัจจัยด้านเงินลงทุนซึ่งมีความเชื่อมโยงกับต้นทุนการผลิต เนื่องจากอัญมณีและ

เครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตสูง นอกจากนี้ การดำเนินกิจการยังต้องอาศัยประสบการณ์ และความชำนาญสูง

โครงสร้างตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของการผลิตทั้งหมดในอุตสาหกรรม ในระหว่างปี 2544-2548 ไทยส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดโลกเฉลี่ยปีละ 2,474.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับ 6 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.96 ของมูลค่าสินค้าออกรวมของไทยโดยเฉลี่ย แนวโน้มตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นการขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง ซึ่งบ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเริ่มมีบทบาทความสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศในทิศทางที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ

ตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง อิสราเอล เบลเยียม และญี่ปุ่น แต่ผู้ผลิตเพื่อการส่งออกก็แสวงหาตลาดส่งออกใหม่ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจผันผวนของประเทศผู้ส่งออกหลัก ตลาดส่งออกแห่งใหม่ที่มีแนวโน้มการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยเพิ่มขึ้น ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดเอเชีย โดยเฉพาะประเทศจีน

โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นสัดส่วนที่สูง ส่งผลให้การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยประสบภาวะขาดดุลการค้าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากราคาสินค้าวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศที่เป็นแหล่งนำเข้าเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ ของไทย ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮองกง สวิตเซอร์แลนด์ อิสราเอล และอินเดีย

การแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีระหว่างประเทศของไทยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ การแข่งขันด้านราคาซึ่งมีคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศจีนและอินเดีย และการแข่งขันด้านงานออกแบบและการตลาดซึ่งมีคู่แข่งที่สำคัญคือ ประเทศอิตาลี สหรัฐอเมริกา และฮองกง

ในปี 2548 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดโลกลดลงอยู่ที่อันดับ 15 ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2 สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก ได้แก่ เครื่องประดับที่ทำด้วยเงิน และพลอย และเครื่องประดับอัญมณีเทียม

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีอัตราการขยายตัวที่ชะลอตัวลง และมีส่วนแบ่งในตลาดโลกที่ลดลง ขณะเดียวกันยังต้องเผชิญกับคู่แข่ง โดยเฉพาะจีนและอินเดีย

ซึ่งมีการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศที่รวดเร็ว และมีความได้เปรียบไทยในเรื่องของค่าแรงที่ต่ำ และทรัพยากรการผลิตที่อุดมสมบูรณ์

หน่วยธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจึงพยายามปรับปรุงพฤติกรรมในตลาดของตนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การแข่งขันของหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่เกี่ยวกับราคามากขึ้น โดยเน้นกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านการตลาด โดยเฉพาะนโยบายการขยายตลาดและแสวงหาตลาดส่งออกใหม่ ขณะเดียวกันผู้ผลิตในอุตสาหกรรมต่างก็พยายามลดต้นทุนการผลิตและการบริหารจัดการในหน่วยธุรกิจของตนลงด้วย ซึ่งหน่วยธุรกิจที่จะมีความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิตได้ มักจะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่ เพราะมีความคุ้มค่าในการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ นอกจากนี้ ยังมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ เพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ขยายช่องทางการกระจายสินค้า หรือเพื่อสร้างอำนาจในการเรียกร้องนโยบายจากภาครัฐ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในปัจจุบัน ยังคงประสบกับปัญหานานัปการ ทั้งการขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศ ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นสัดส่วนที่สูง รวมทั้งปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือที่พร้อมทำการผลิต ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

รัฐบาลและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมจึงมีความพยายามในการเพิ่มศักยภาพทั้งทางด้านการผลิตและการบริหารงานของอุตสาหกรรมผ่านการวิจัยและพัฒนา แต่เนื่องจากโครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีหน่วยธุรกิจจำนวนมาก ประกอบกับลักษณะของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งเป็นสินค้าแฟชั่น ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการสินค้าตามยุคสมัยอย่างรวดเร็ว จึงไม่มีแรงกระตุ้นให้หน่วยธุรกิจลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ขึ้นมา เทคโนโลยีที่ใช้กันในปัจจุบันจึงเป็นเทคโนโลยีดั้งเดิมที่ใช้กันมานานและเทคโนโลยีที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากต่างประเทศ การวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังอยู่ในระดับต่ำ

6.2 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าโครงสร้าง พฤติกรรม และผลปฏิบัติการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด การเปลี่ยนแปลงที่เกิดกับองค์ประกอบหนึ่งๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ การศึกษาเพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จึงมีความสำคัญเสมือนเป็นเครื่องเตือนภัยทางเศรษฐกิจแก่นักธุรกิจและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมให้ต้องติดตามและตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถปรับตัวและรักษาสถานะทางการผลิตและการค้าของตนไว้ รวมทั้ง เป็นประโยชน์ต่อรัฐบาลในการวางนโยบายเศรษฐกิจมหภาครายอุตสาหกรรม

จากการที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก ภาครัฐและเอกชนควรผนึกกำลังและมีความร่วมมือกันระหว่างกันอย่างเป็นรูปธรรม ในการกำหนดนโยบายอุตสาหกรรมที่ชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งมากขึ้น เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้มีศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันในตลาดโลก โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไว้ดังนี้

1. การรักษาทั้งตลาดและสินค้าที่ไทยมีศักยภาพสูง เช่น การปรับปรุงคุณภาพพลอยสีและการเจียระไน การร่วมมือหาแหล่งวัตถุดิบ พัฒนาเพิ่มคุณภาพพลอยอย่างมีระบบและปกป้องความรู้ในการเพิ่มคุณภาพพลอยให้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญ
2. การประชาสัมพันธ์ระดับนานาชาติ โดยทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับโลกที่สำคัญ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย
3. การยกระดับสินค้าไทยในตลาดโลก สนับสนุนผู้ผลิตและผู้ค้าให้เห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนา และการสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพ เช่น การออกใบรับรองคุณภาพสินค้า การสลักเครื่องหมายรับประกันคุณภาพและค่าความบริสุทธิ์ของเครื่องประดับทองคำ เงิน และแพลทินัม เป็นต้น
4. การสร้างความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย รวมทั้งการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนเกี่ยวโยง เร่งพัฒนาคุณภาพ

บุคลากรในอุตสาหกรรมให้มีศักยภาพสูงขึ้น ทั้งนักออกแบบ ช่างเจียระไน นักอัญมณีศาสตร์ และนักการตลาด และสนับสนุนการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิต

5. การพัฒนาสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างโอกาสกับสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ สร้างโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมการเจียระไน และมีการสร้างพันธมิตรที่ดีกับแหล่งวัตถุดิบ

6. การอำนวยความสะดวกทางการค้า เช่น จัดตั้งศูนย์การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร โดยดำเนินการในลักษณะ One-Stop Shopping Center เช่นที่ ตลาดกลางค้าเพชรที่รามัท กาน ของอิสราเอล และแอนต์เวิร์ป ของเบลเยียม

ทั้งนี้ ภาครัฐควรปรับเปลี่ยนนโยบายที่มีต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยต้องพึ่งพาภาคการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก อีกทั้ง ควรให้ความสำคัญกับหน่วยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรม เพื่อการพัฒนาที่แข็งแกร่งอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ในขณะที่หน่วยธุรกิจภาคเอกชนก็ควรให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการให้ข้อมูลทางการค้าตามความเป็นจริง ซึ่งจะสามารถสะท้อนถึงสถานการณ์ที่แท้จริงของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้งเพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนในการผลักดันนโยบายสู่ภาครัฐต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยครั้งต่อไป ควรจะศึกษาเฉพาะเจาะจงในแต่ละส่วนของอุตสาหกรรม อาทิ ศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณีหรืออุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ ศึกษาเฉพาะตลาดภายในประเทศหรือตลาดต่างประเทศ ตลาดใดตลาดหนึ่ง หรือศึกษาเฉพาะรายผลิตภัณฑ์ใดรายผลิตภัณฑ์หนึ่ง เป็นต้น เพื่อให้เห็นภาพโครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น