

ภาคผนวก จ

ลักษณะทั่วไปของภาคอุตสาหกรรมอัญมณี

กระทรวงอุตสาหกรรมได้แยกสาขาการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยออกเป็น

1. อุตสาหกรรมเจียรไนพลอย (Gemstone Cutting Industry) เป็นอุตสาหกรรมเก่าแก่ที่สุดของวงการใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบพื้นบ้านตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีการส่งออกประมาณปีละ 1 หมื่นล้านบาทหรือประมาณ 38 % ของมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมนี้ของประเทศไทย

2. อุตสาหกรรมเจียรไนเพชร (Diamond Cutting Industry) เป็นอุตสาหกรรมเกิดใหม่ของประเทศเพิ่ม เริ่มดำเนินการมาเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา เครื่องจักรเครื่องมือส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ การเจียรไนแบบ Bangkok Cut โดยในปี 2539 มีตัวเลขส่งออก 20,230 ล้านบาท

3. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (Gems and Jewelry Industry) เป็นอุตสาหกรรมขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมนี้ เป็นการผลิตตัวเรือนเครื่องประดับขึ้นจากโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน ทองคำขาว และอัญมณีชนิดต่าง ๆ ที่ได้จากการเจียรไนมาประกอบเป็นเครื่องประดับสำเร็จรูปส่งออกจำหน่าย

4. อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม (Costume Jewelry Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าส่งออกประมาณ 1,000 – 1,500 ล้านบาทต่อปี มีโครงสร้างการผลิตคล้ายคลึงกับการผลิตเครื่องประดับแท้เพียงแต่ใช้วัตถุดิบที่ไม่มีค่ามากเท่านั้น

5. อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ (Gold Jewelry Industry) มีลักษณะการผลิตคล้ายกับการทำเครื่องประดับทั่ว ๆ ไป แต่ไม่มีการนำเพชรพลอยมาประดับ จะมีแต่โลหะทองคำเป็นส่วนประกอบของเครื่องประดับเท่านั้น แต่ยังไม่ได้มีการพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมส่งออกเพื่อนำเข้าเงินตราต่างประเทศอย่างชัดเจน

เครื่องประดับสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

เครื่องประดับแท้ หมายถึง เครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าจำพวกทองคำ เงิน แพลตินัม อาจมีลักษณะเป็นเครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าล้วน (Plain Jewelry) หรือเป็นเครื่องประดับประกอบอัญมณี (Gemset Jewelry) เช่น สร้อยทอง สร้อยทองคำขาว หรือ

เครื่องประดับเงิน โดยไม่มีอัญมณีเข้ามาเป็นส่วนประกอบ เครื่องประดับทองคำล้วนเช่น 24K ส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และจีน โดยเฉพาะในประเทศจีนมีการสะสมเครื่องประดับทองคำเพื่อเป็นหน้าที่ในการออม (Saving) อีกเหตุผลหนึ่งด้วย

เครื่องประดับเทียม หมายถึง เครื่องประดับที่ทำจากโลหะผสมจำพวกทองเหลือง ทองแดง ดีบุก ตะกั่ว สแตนเลส เป็นต้น แล้วชุบเคลือบด้วยทองคำ หรือ เงิน ซึ่งอาจประดับหรือไม่ประดับด้วยอัญมณีสังเคราะห์ก็ได้ ผู้มีรายได้น้อยสามารถเป็นเจ้าของได้และมีไว้ใช้ประดับเพื่อความสวยงาม ในขณะที่เครื่องประดับทองคำที่มีทองผสมน้อยกว่าเช่น 14K จะได้รับความนิยมในประเทศตะวันตก เพราะเป็นการซื้อรูปแบบของเครื่องประดับมากกว่ามูลค่าของโลหะ

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม

เครื่องประดับเทียมในประเทศนิยมนำเข้า แต่ในช่วงปี 2538-2548 มูลค่าตลาดลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ เครื่องประดับเทียมส่วนใหญ่นำเข้าจาก สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และสิงคโปร์เป็นหลัก แม้ว่าได้มีการผลิตภายในประเทศ แต่ผู้ผลิตรายใหญ่ต่างมุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลัก ส่วนการส่งออกมีความไม่แน่นอน เนื่องจากการแข่งขันในตลาดโลกค่อนข้างสูง ประเทศคู่แข่งสำคัญได้แก่ ฮองกง เกาหลีใต้ เป็นต้น จึงทำให้การส่งออกเครื่องประดับของไทยขยายตัวในอัตราที่ต่ำ ต้นทุนการผลิตของไทยที่สูงขึ้น และมีการแข่งขันในตลาดโลกอย่างมาก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่เริ่มฟื้นตัวขึ้นเป็นลำดับ ในขณะที่ตลาดเครื่องประดับแท้ ที่ราคาถูกก็ยังคงเข้ามาแข่งขันเพื่อแย่งชิงตลาดระดับปานกลาง/ล่าง ส่วนการส่งออกรัฐจำเป็นต้องให้การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพราะการผลิตเครื่องประดับเทียมของไทยยังมีต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศสูง เนื่องจากไม่มีผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบเครื่องประดับเทียมในประเทศเพื่อให้

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับเทียมเป็นอุตสาหกรรมใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นโลหะผสมจำพวกทองเหลือง ทองแดง ตะกั่ว สแตนเลส ฯลฯ และอาจจะนำมาประดับด้วยอัญมณีสังเคราะห์/อัญมณีเลียนแบบ ใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรที่ไม่สูง และแรงงานที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ไม่สูงมากนัก โดยธุรกิจเครื่องประดับเทียมส่วนใหญ่ทำการผลิตเพื่อรองรับตลาดภายในประเทศและมุ่งเน้นการแข่งขันในตลาดระดับล่างที่แข่งขันด้วยราคาเป็นหลัก ธุรกิจเครื่องประดับเทียมโดยทั่วไปมุ่งเน้นการผลิตปริมาณและคุณภาพสินค้าปานกลางถึงต่ำ จำหน่ายในราคาไม่สูงนัก ความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นอยู่กับความสามารถในการลดต้นทุนสินค้าให้ต่ำที่สุดและการเพิ่มปริมาณการจำหน่าย

ปัจจุบันสินค้าเครื่องประดับเทียมคุณภาพดี ราคาสูงมีการผลิตออกสู่ตลาดมากขึ้น ทั้งนี้สินค้าเครื่องประดับเทียมหรือเครื่องประดับแฟชั่นที่มีราคาสูงส่วนใหญ่มาจากสหรัฐอเมริกา อิตาลี เยอรมนี ฝรั่งเศส เป็นต้น ในขณะที่สินค้าเครื่องประดับแฟชั่นที่มีราคาถูกมักมาจากประเทศ จีน ฮองกง เกาหลีใต้ เป็นต้น ส่วนสินค้าเครื่องประดับเทียมของไทยส่วนใหญ่ราคาไม่สูงและมุ่งเน้นการแข่งขันในตลาดระดับล่าง ถ้าเป็นสินค้าราคาสูงก็จะเพื่อการส่งออก แต่ก็มีปัญหาในเรื่องของการออกแบบ ที่อาจจะไม่ทันสมัย และคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

ผู้ผลิตเครื่องประดับเทียมสามารถผลิตสินค้าในราคาที่สามารแข่งขันได้ในตลาดโลก ปัจจุบันผู้ผลิตเครื่องประดับเทียมมีราว 22 ราย และเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมเกือบทั้งหมดมีผู้ผลิตรายใหญ่เพียง 4-5 ราย เท่านั้น และมีเงื่อนไขของ BOI ผลิตเพื่อการส่งออกกว่าร้อยละ 80 ของยอดจำหน่าย แหล่งผลิตจะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตได้แก่ เพชรพลอยสังเคราะห์ ผงเงินผงทอง ผงโรเดียมและชิ้นส่วนประกอบต่างๆ นำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ส่วนโลหะที่ใช้ทำ ตัวเรือน ได้แก่ ดีบุก พลวงตะกั่ว จัดซื้อในประเทศ ส่วนเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตได้แก่ เครื่องอัดแม่พิมพ์ยาง เครื่องหล่อโลหะ เครื่องขัดเงาและฝน และเครื่องชุบทอง/โรเดียม ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นหลักการลงทุน

การตลาด

การนำเข้า

มูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเทียมของไทย ประเทศไทยนำเข้าเครื่องประดับเทียมในปี 2549 มูลค่าประมาณ 67.7.12 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.44 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับรวม ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าประมาณร้อยละ 29 ประเทศไทยมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี 2543 และถ้าแยกดูในรายละเอียดจะพบว่า การนำเข้าจะเป็น เครื่องประดับอัญมณีเทียม – อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 58.64 ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเทียมทั้งหมดในปี 2549 ปัจจุบันประเทศไทยพึ่งการนำเข้าเครื่องประดับเทียมจากจีนมากขึ้นและมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าจีน เป็นคู่แข่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการในประเทศ

มูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับของประเทศไทย ระหว่างปี 2543-2549

รายการ	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549
อัญมณีและเครื่องประดับรวม	69,245.26	85,011.88	89,918.69	91,175.69	119,884.81	163,721.93	154,991.63
เครื่องประดับทองคำ	2,360.50	3,755.20	5,235.51	5,352.08	5,601.12	6,477.06	6,676.17
เครื่องประดับเงิน	235.94	285.67	340.03	511.83	628.88	709.86	953.32
เครื่องประดับเทียม	171.05	269.62	363.22	359.86	446.00	524.63	677.12

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรม
ศุลกากร

มูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับเทียมของประเทศไทย ระหว่างปี 2547-2549

รหัส	สินค้า	2543		2544		2545		2546		2547		2548		2549	
		มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%
	รวม	171.05	100	269.62	100	363.22	100	359.86	100	446.00	100	524.63	100	677.12	100
711711	เครื่องประดับอัญมณีเทียม - ทำด้วยโลหะตามัญ	9.62	5.63	205.91	76.37	257.71	70.95	220.64	61.31	211.19	47.35	270.98	51.65	397.06	58.64
711719	เครื่องประดับอัญมณีเทียม - ทำด้วยโลหะตามัญอื่นๆ	134.36	78.55	53.29	19.76	95.33	26.25	133.27	37.03	227.37	50.98	237.61	45.29	267.00	39.43
711790	เครื่องประดับอัญมณีเทียม - อื่นๆ	27.06	15.82	10.43	3.87	10.17	2.8	5.95	1.65	7.44	1.67	16.04	3.06	13.05	1.93

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรม
ศุลกากร

ตลาดการนำเข้าเครื่องประดับเทียมที่สำคัญของประเทศไทยระหว่างปี 2543 - 2549

ประเทศ	2543		2544		2545		2546		2547		2548		2549	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
จีน	11.16	6.5	12.55	4.7	48.80	13.4	67.50	18.8	55.52	12.5	107.17	20.4	145.76	21.5
สหรัฐอเมริกา	49.57	29.0	72.90	27.0	65.02	17.9	51.37	14.3	51.01	11.4	63.48	12.1	83.03	12.3
ออสเตรเลีย	8.50	5.0	7.69	2.9	9.52	2.6	14.59	4.1	38.83	8.7	43.32	8.3	82.57	12.2
ฮ่องกง	26.48	15.5	39.55	14.7	63.06	17.4	57.53	16.0	58.79	13.2	58.15	11.1	67.72	10.0
ฝรั่งเศส	6.66	3.9	18.36	6.8	20.52	5.7	28.12	7.8	27.08	6.1	36.89	7.0	56.02	8.3
เกาหลีใต้	25.63	15.0	32.94	12.2	36.75	10.1	39.26	10.9	34.11	7.7	34.44	6.6	44.72	6.6
ศรีลังกา	0.15	0.1	0.00	0.0	0.79	0.2	2.47	0.7	1.49	0.3	35.71	6.8	36.31	5.4
เยอรมนี	8.41	4.9	29.43	10.9	38.42	10.6	48.42	13.5	49.29	11.1	40.28	7.7	24.70	3.7
อิตาลี	3.15	1.8	5.58	2.1	7.52	2.1	8.04	2.2	47.24	10.6	17.26	3.3	20.74	3.1
มาเลเซีย	1.31	0.8	5.25	2.0	13.29	3.7	6.64	1.8	23.94	5.4	15.32	2.9	20.18	3.0
อื่นๆ	30.03	17.5	45.37	16.8	59.52	16.4	35.90	10.0	58.69	13.2	72.60	13.8	95.36	14.1
รวม	171.05	100.0	269.62	100.0	363.22	100.0	359.86	100.0	446.00	100.0	524.63	100.0	677.12	100.0

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรม
ศุลกากร

การส่งออก

มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเทียมของไทย ประเทศไทยส่งออกเครื่องประดับเทียม ในปี 2549 มูลค่าประมาณ 6,080.52 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 4.38 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับรวม ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 16.34 ประเทศไทยมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ปี 2543 และถ้าแยกดูในรายละเอียดจะพบว่า การส่งออกจะเป็น เครื่องประดับอัญมณีเทียม – ทำด้วยโลหะสามัญ คิดเป็นร้อยละ 89.07 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเทียมทั้งหมดในปี 2549 โดยประเทศไทยมีเพื่อนคู่ค้าที่สำคัญคือ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญขึ้นและมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าจีน เป็นคู่แข่งที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการในประเทศ

มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับของประเทศไทย ระหว่างปี 2543-2549

รายการ	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549
อัญมณีและเครื่องประดับรวม	69,296.34	81,184.45	92,980.58	104,533.01	106,275.56	129,131.04	138,977.80
เครื่องประดับทองคำ	22,945.68	31,719.14	29,010.05	29,743.11	32,662.59	47,388.46	43,675.45
เครื่องประดับเงิน	10,071.82	12,048.71	13,302.75	16,040.22	18,542.48	20,251.21	21,593.82
เครื่องประดับเทียม	2,518.85	3,040.62	3,301.44	3,638.19	4,793.78	4,799.72	6,080.52

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเทียมของประเทศไทย ระหว่างปี 2547-2549

รหัส	สินค้า	2543		2544		2545		2546		2547		2548		2549	
		มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%	มูลค่า (ล้านบาท)	%
	รวม	2,518.85	100	3,040.62	100	3,301.44	100	3,638.19	100	4,793.78	100	4,799.72	100	6,080.52	100
711711	เครื่องประดับอัญมณีเทียม - ทำด้วยโลหะสามัญ	10.71	0.43	2,766.88	91	3,004.88	91.02	3,262.66	89.68	4,345.91	90.66	4,213.52	87.79	5,415.70	89.07
711719	เครื่องประดับอัญมณีเทียม - ทำด้วยโลหะสามัญอื่นๆ	2,248.36	89.26	268.74	8.84	289.61	8.77	359.82	9.89	422.38	8.81	523.99	10.92	632.03	10.39
711790	เครื่องประดับอัญมณีเทียม - อื่นๆ	259.78	10.31	4.99	0.16	6.95	0.21	15.71	0.43	25.49	0.53	62.20	1.3	32.79	0.54

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตลาดการส่งออกเครื่องประดับเทียมที่สำคัญของประเทศไทยระหว่างปี 2543 - 2549

ประเทศ	2543		2544		2545		2546		2547		2548		2549	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ออสเตรเลีย	74.69	3.0	48.34	1.6	39.48	1.2	37.09	1.0	1,064.73	22.2	1,778.02	37.0	2,712.00	44.6
สหรัฐอเมริกา	610.90	24.3	809.22	26.6	1,013.10	30.7	922.49	25.4	1,006.43	21.0	1,250.29	26.1	1,482.91	24.4
ฝรั่งเศส	419.01	16.6	446.43	14.7	403.30	12.2	377.40	10.4	319.71	6.7	329.51	6.9	438.76	7.2
เยอรมนี	114.59	4.6	146.39	4.8	218.40	6.6	220.63	6.1	351.86	7.3	314.49	6.6	299.73	4.9
สหราชอาณาจักร	83.23	3.3	98.51	3.2	119.07	3.6	141.94	3.9	202.95	4.2	159.19	3.3	141.43	2.3
ญี่ปุ่น	141.21	5.6	100.05	3.3	86.77	2.6	70.87	2.0	101.96	2.1	129.97	2.7	125.06	2.1
สเปน	21.55	0.9	25.65	0.8	39.03	1.2	45.23	1.2	70.35	1.5	90.07	1.9	100.51	1.7
สิงคโปร์	43.18	1.7	43.61	1.4	45.81	1.4	48.91	1.3	79.32	1.7	90.51	1.9	96.50	1.6
อิตาลี	32.48	1.3	49.79	1.6	31.02	0.9	42.71	1.2	48.27	1.0	48.76	1.0	66.39	1.1
ออสเตรเลีย	42.53	1.7	33.74	1.1	29.62	0.9	52.27	1.4	48.99	1.0	52.07	1.1	62.94	1.0
อื่นๆ	935.48	37.1	1,238.88	40.8	1,275.84	38.6	1,678.64	46.2	1,499.21	31.3	556.83	11.6	554.29	9.1
รวม	2,518.85	100.0	3,040.62	100.0	3,301.44	100.0	3,638.19	100.0	4,793.78	100.0	4,799.72	100.0	6,080.52	100.0

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ส่วนแบ่งทางการตลาดเครื่องประดับเทียมเปรียบเทียบกับคู่แข่งอย่างอิตาลี อินเดีย และจีน จะพบว่าจีนจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญมากที่สุด เพราะจีนมีศักยภาพต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของคุณภาพสินค้า ส่วนทางด้าน อิตาลี จะมีความได้เปรียบในด้าน การออกแบบและเป็นผู้นำแฟชั่น ด้านการผลิตที่มีคุณภาพสูง ส่วนอินเดียมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนค่าแรงงานที่ต่ำ และความสามารถในการผลิตอัญมณีสังเคราะห์/อัญมณีเลียนแบบ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญอย่างหนึ่งของเครื่องประดับเทียม