

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย (3) หนทางในการ พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ใช้ข้อมูลทฤษฎีภูมิของตัวเลขสถิติการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ของประเทศ ไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในตลาดส่งออกหลัก 3 ตลาด ได้แก่ (1) ตลาด สหรัฐอเมริกา (2) ตลาดญี่ปุ่น (3) ตลาดสหราชอาณาจักร โดยกำหนดขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาระหว่างปี พ.ศ.2544 ถึง พ.ศ.2550 กลุ่มตัวอย่างของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ (1) พลอยเนื้อแข็ง ที่เจียรไนแล้ว (2) เครื่องประดับเงิน (3) เครื่องประดับทองคำ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดย เปรียบเทียบใช้แนวคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ (RCA) ส่วนการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อ ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ของ ไมเคิล.อี.พอร์เตอร์

ผลการศึกษาพบว่า (1) ค่า RCA เฉลี่ยในสินค้าพลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว ของประเทศไทยใน ตลาดสหรัฐอเมริกามีค่า 28.07 ตลาดญี่ปุ่นมีค่า 17.42 ตลาดสหราชอาณาจักรมีค่า 24.11 ส่วนประเทศสาธารณรัฐ ประชาชนจีน ในตลาดสหรัฐอเมริกามีค่า 0.01 ตลาดญี่ปุ่นมีค่า 0.08 และตลาดสหราชอาณาจักรมีค่า 0.03 ค่า RCA เฉลี่ย ในสินค้าเครื่องประดับเงินของประเทศไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกามีค่า 21.82 ตลาดญี่ปุ่นมีค่า 4.59 ตลาดสหราชอาณาจักรมีค่า 64.60 ส่วนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในตลาดสหรัฐอเมริกามีค่า 1.88 ตลาด ญี่ปุ่นมีค่า 0.34 และตลาดสหราชอาณาจักรมีค่า 1.42 ค่า RCA เฉลี่ย ในสินค้าเครื่องประดับทองคำของประเทศไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกามีค่า 7.95 ตลาดญี่ปุ่นมีค่า 1.87 ตลาดสหราชอาณาจักรมีค่า 8.04 ส่วนประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน ในตลาดสหรัฐอเมริกามีค่า 0.68 ตลาดญี่ปุ่นมีค่า 0.17 และตลาดสหราชอาณาจักรมี ค่า 0.9 ดังนั้นประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในทุกตัว สินค้าและทุกตลาดที่ได้ศึกษา (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ของไทยคือช่างฝีมือชาวไทยมีความละเอียดและประณีต และมีเทคนิคในการเผาพลอยให้มีสีสันสวยงาม (3) แนว ทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้ นั้นควรพัฒนาคุณภาพของแรงงานอย่างต่อเนื่อง ยกระดับเทคโนโลยีให้ทันสมัย ตลอดจนควรสร้างตราสัญลักษณ์ เป็นของตนเอง และขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศมากขึ้น

This research was aims to (1) study the comparative advantage of Thailand's gem and jewelry industry compared with the People's Republic of China, (2) study factors affecting the competitive advantage of Thailand's gem and jewelry industry, and (3) find out approaches to develop Thailand's gem and jewelry industry to compete with the world markets.

This study used the secondary data on gem and jewelry trades of Thailand and major competitors, which were China, in the three main markets, namely, (1) the U.S., (2) Japan, and (3) the U.K. The study period was between the years 2001–2007. The samples of gem and jewelry were (1) facet cut precious stone, (2) silver jewelry, and (3) gold jewelry. In terms of the analysis on the comparative advantage, the tool was the RCA. The Diamond Model of Michael E. Porter was applied for analyzing the factors affecting the competitive advantage.

It was found from the study that (1) the averages RCA of Thailand's facet cut precious stone in the U.S., Japan and the U.K. were 28.07, 17.42 and 24.11, respectively, while those of China were 0.01, 0.08 and 0.03, respectively. The averages RCA of Thailand's silver jewelry in the U.S., Japan and the U.K. were 21.82, 4.59 and 64.60, respectively, while those of China were 1.88, 0.34 and 1.42, respectively. The averages RCA of Thailand's gold jewelry in the U.S., Japan and the U.K. were 7.95, 1.87 and 8.04, respectively, while those of China were 0.68, 0.17 and 0.9, respectively. Therefore, Thailand had higher comparative advantage than that of China in all products and in all markets studied. (2) The factors affecting the competitive advantage of Thailand's gem and jewelry products were that Thai craftsmen were delicate and elaborate and had special heat treatment resulting colorful stones. (3) In term of the approaches to develop Thailand's gem and jewelry industry to compete with the world markets, the labor quality should be developed on a consistent basis, technologies should be upgraded including Thailand's brand should be built and the industry should be expanded to foreign markets.