

บทที่ 5

สรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปการวิจัย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยอันดับต้นๆของการส่งออกของประเทศไทยมานานเกือบสองทศวรรษ โดยมีมูลค่าการส่งออกร้อยละ 80 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมดก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงถึงร้อยละ 20-40 แต่ในระยะเวลาหลายปีมานี้ปรากฏว่าแม้มูลค่าการส่งออกลินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่กลับมีอัตราการขยายตัวที่ต่ำลงและมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลกค่อนข้างคงที่ ส่วนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนคู่แข่งที่สำคัญของไทยมีมูลค่าการส่งออกลินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสูงขึ้นทุกปีโดยเฉพาะอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าประเทศไทย อันเป็นผลมาจากการที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีวัตถุดิบและแรงงานจำนวนมาก รวมทั้งต้นทุนค่าจ้างแรงงานต่ำ สิ่งเหล่านี้เป็นสัญญาณที่สะท้อนให้เห็นว่าหากประเทศไทยไม่มีการปรับตัวเอง ก็อาจสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย (3) หาแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้

จากการศึกษาถึง สภาพด้านการผลิตและการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี ได้แก่ การเจียรไนเพชร พลอย และอัญมณีสังเคราะห์ อุตสาหกรรมเครื่องประดับ ได้แก่ เครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียม ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ จากต่างประเทศมาใช้ในกระบวนการผลิตเป็นมูลค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 90 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด โดยมีแหล่งนำเข้าวัตถุดิบที่สำคัญของไทยคือ สวิตเซอร์แลนด์ อิสราเอล อินเดีย เบลเยียม และออสเตรเลีย ในขณะที่กระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับจะต้องอาศัย

แรงงานที่มีฝีมือ ทักษะ ความละเอียดอ่อน ซึ่งแรงงานไทยมีฝีมือเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งประเทศไทยยังมีเทคโนโลยีการเผาผลาญที่ดีที่สุดในโลก ซึ่งเป็นความสามารถพิเศษของช่างไทย

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ส่วนใหญ่เป็นอัญมณีและเครื่องประดับแท้มีสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 95 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมดของไทย ที่เหลือเป็นการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีเทียมร้อยละ 4 และอัญมณีสังเคราะห์ร้อยละ 1 โดยมีตลาดหลักสำคัญได้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา ตลาดญี่ปุ่น ตลาดสหราชอาณาจักร

จากการศึกษาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เพื่อวัดความสามารถในการแข่งขันของไทย ปรากฏว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมทั้ง 3 ตลาด คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วยสินค้าหลัก 3 ประเภทคือ (1) พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว(710391) (2) เครื่องประดับเงิน(711311) (3) เครื่องประดับทองคำ(711319) ก็จะมี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบแตกต่างกันไปในแต่ละตลาดดังนี้ (ตารางที่ 5.1)

พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในทั้ง 3 ตลาด โดยค่า RCA เฉลี่ยในตลาดสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 28.07 ตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ 17.42 และตลาดสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 24.11 ส่วนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนค่า RCA เฉลี่ยในตลาดสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 0.01 ตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ 0.08 และตลาดสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 0.03 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เครื่องประดับเงิน ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกทั้ง 3 ตลาด โดยค่า RCA เฉลี่ยในตลาดสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 21.82 ตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ 4.59 และตลาดสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 64.60 ส่วนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนค่า RCA เฉลี่ยในตลาดสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 1.88 ตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ 0.34 และตลาดสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 1.42 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เครื่องประดับทองคำ ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกในทั้ง 3 ตลาด โดยค่า RCA เฉลี่ยในตลาดสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 7.95 ตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ 1.87 และตลาดสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 8.04 ส่วนประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนค่า RCA เฉลี่ยในตลาดสหรัฐอเมริกาอยู่ที่ 0.68 ตลาดญี่ปุ่นอยู่ที่ 0.17 และตลาดสหราชอาณาจักรอยู่ที่ 0.96 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยได้ใช้กรอบแนวคิดของ ไมเคิล.อี.พอร์เตอร์ ซึ่งประกอบไปด้วย(1) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (3) เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน และปัจจัยเสริมคือ (1) โอกาสทางธุรกิจ (2) บทบาทภาครัฐบาล การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันพบ

ว่าในปัจจุบันประเทศไทยเริ่มสูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เพราะจำนวนวัตถุดิบในประเทศเริ่มร่อยหรอ ค่าจ้างแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่ง เทคโนโลยีในการผลิตต่ำ และเสียเปรียบประเทศคู่แข่งในด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวโยงและสนับสนุน ดังนั้นจึงควรพัฒนาคุณภาพของแรงงานและยกระดับเทคโนโลยีให้ทันสมัย จึงจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะ

แนวทางดำเนินการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทย

2.1 ในส่วนของภาคเอกชน

ในปัจจุบันประเทศไทยมีสมาคมและองค์กร ที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอยู่เป็นจำนวนมาก และมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมผู้ประกอบการเจียรไน สมาคมค้าทองคำ ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีที่องค์กรต่างๆ ควรให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน ในการสร้างเครือข่ายทางการค้า และรวมกลุ่มทางการค้า ตลอดจนร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลเช่น กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ทั้งในและนอกประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และชักชวนทั้งแรงงาน นักธุรกิจ นักลงทุน ตลอดจนผู้บริหารในระดับต่างๆ ให้หันมาให้ความสนใจในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในด้านบุคลากรทั้งในระดับผู้ลงทุน ผู้บริหาร และแรงงาน ที่ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

2.2 ในส่วนของภาครัฐบาล

2.2.1 รัฐบาลควรร่วมมือกับภาคเอกชน ในการสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน พัฒนาขีดความสามารถของแรงงาน และส่งเสริมการวิจัยร่วมกับภาคเอกชน

2.2.2 รัฐบาลควรจัดให้มีหน่วยงานทดสอบอัญมณี ร่วมกับสถาบันการศึกษาชั้นสูง และปราบปรามร้านค้าปลอมแปลงอัญมณี เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2.3 รัฐบาลควรขยายตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้นเพื่อส่งเสริมยอดขาย และยกสถานะของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นอุตสาหกรรมลำดับต้นๆ ในการพัฒนา และขยายตลาดส่งออกไปต่างประเทศมากขึ้น

2.2.4 รัฐบาลควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีตราสินค้าที่เป็นของตนเอง และเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคต่างชาติ เพราะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าไทย

2.2.5 รัฐบาลควรส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุปกรณ์และเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์ แม่พิมพ์ ความร่วมมือด้านเทคโนโลยีระหว่างกลุ่มธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน และสนับสนุนให้มีการย้ายฐานการผลิตสินค้าระดับคุณภาพจากต่างประเทศให้เข้ามายังประเทศไทย

2.2.6 รัฐบาลควรส่งเสริมและพัฒนารูปแบบ และเจียระไนพลอยให้มีรูปแบบเฉพาะมากขึ้น โดยจัดให้มีศูนย์ออกแบบที่ทันสมัย และมีการฝึกอบรม เป็นต้น

2.2.7 รัฐบาลควรปรับปรุงวิธีการทางศุลกากร ให้เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการนำเข้าวัตถุดิบแร่รัตนชาติจากต่างประเทศ และลดขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนลง

2.2.8 รัฐบาลควรพัฒนาระบบสารสนเทศการตลาด และจัดทำเว็บไซต์ (Portal site) สำหรับผู้ผลิตขนาดกลาง และขนาดเล็ก

กล่าวโดยสรุปแล้วอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยจะต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งสองฝ่ายคือภาครัฐบาลและเอกชน โดยรัฐบาลเป็นผู้แนะแนวทางและลดขั้นตอนอุปสรรคต่างๆ ในการดำเนินงานของเอกชน และภาคเอกชนก็เป็นผู้ลงมือปฏิบัติตามวิธีของแต่ละบริษัท ดังนั้นหากมีความร่วมมือกันอย่างดีแล้วความสำเร็จในการตั้งเป้าหมายที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกในอนาคตอันใกล้นี้ก็คงไม่เกินจริงไปอย่างแน่นอน

ตารางที่ 5.1 เปรียบเทียบ RCA ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ในตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร ระหว่างปี 2544 - 2550

ตลาดประเทศ	สินค้านำเข้า	ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	เฉลี่ย
ตลาด สหรัฐอเมริกา	พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว	ไทย	26.53	28.61	30.13	30.08	27.92	26.26	26.93	28.07
	(710391)	จีน	0.01	0.01	0.01	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01
ตลาด สหราชอาณาจักร	เครื่องประดับเงิน	ไทย	22.12	22.01	22.22	22.15	19.67	20.58	24.01	21.82
	(711311)	จีน	1.82	1.80	1.93	1.88	1.91	1.97	1.88	1.88
ตลาด ญี่ปุ่น	เครื่องประดับทองคำ	ไทย	7.85	7.06	8.44	8.55	7.97	7.97	7.78	7.95
	(711319)	จีน	0.59	0.67	0.76	0.74	0.70	0.65	0.67	0.68
ตลาด ญี่ปุ่น	พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว	ไทย	17.15	18.26	15.34	14.88	19.30	17.95	19.04	17.42
	(710391)	จีน	0.01	0.00	0.00	0.01	0.05	0.30	0.16	0.08
ตลาด ญี่ปุ่น	เครื่องประดับเงิน	ไทย	3.58	4.37	4.44	4.13	4.88	5.33	5.39	4.59
	(711311)	จีน	0.17	0.28	0.35	0.44	0.34	0.39	0.41	0.34
ตลาด สหราชอาณาจักร	เครื่องประดับทองคำ	ไทย	2.16	2.28	1.98	1.76	1.82	1.75	1.35	1.87
	(711319)	จีน	0.14	0.14	0.17	0.16	0.19	0.21	0.21	0.17
ตลาด สหราชอาณาจักร	พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว	ไทย	14.82	14.07	24.64	29.10	21.28	38.63	26.25	24.11
	(710391)	จีน	0.00	0.02	0.06	0.11	0.03	0.01	0.00	0.03
ตลาด สหราชอาณาจักร	เครื่องประดับเงิน	ไทย	71.43	66.19	67.48	63.18	65.18	63.27	55.45	64.60
	(711311)	จีน	0.73	1.19	1.23	1.54	1.42	1.76	2.06	1.42
ตลาด สหราชอาณาจักร	เครื่องประดับทองคำ	ไทย	4.00	5.45	6.58	8.70	10.95	12.20	8.40	8.04
	(711319)	จีน	1.36	1.40	1.30	1.66	0.43	0.31	0.28	0.96

ที่มา : จากการค้ารวม