



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร
และพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย”

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วชิระ บุญยเนตร และคณะ

กันยายน 2561

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร และพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. ผศ.ดร.วชิระ บุญเนตร | สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รศ.(พิเศษ) ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา | สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. ดร.ภูวดล วรรณชะชัยแสง | ที่ปรึกษา |
| 4. นายเมธี มาศรีรังสรรค์ | ที่ปรึกษา |

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. – สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสี ที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ขณะที่หลายประเทศที่เป็นผู้นำการค้าเพชรและพลอยสี อาทิ อินเดีย อิสราเอล เบลเยียม ฮองกง สหรัฐอเมริกา มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในรูปแบบตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) เพื่ออำนวยความสะดวกการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชร อัญมณี พลอยสีอื่นๆ โดยสินค้าที่นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยนเป็นสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ เป็นการค้าที่อยู่ในระบบธรรมาภิบาล และเสียภาษีอย่างถูกต้อง โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว) เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย และจัดทำแผนพัฒนาตลาดการค้าฯ ให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

ตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ

ตลาดที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Organized Market) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า (Trade Infrastructure) ที่อำนวยความสะดวกในการซื้อ การขายการแลกเปลี่ยนเพชร อัญมณี พลอยสีอื่นๆ และเครื่องประดับสำหรับสมาชิกของตลาดการค้าฯ ที่เป็นผู้ประกอบการนำเข้า ผู้ประกอบการส่งออก ผู้ผลิต และนายหน้าผู้ส่งเสริมให้มีการตัดสินใจซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณีและเครื่องประดับจะดำเนินการภายในสถานที่ที่มีความมั่นคง ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร อาทิ ธนาคาร บริการศุลกากร ภัตตาคาร หน่วยงานหักและชำระบัญชีการซื้อขายของสมาชิก (Clearing Agent) ห้องประมูลสินค้า (Trading Hall / Trading Floor) สถานที่และบริการตรวจสอบและรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ การออกไปรับรอง Kimberley Process ห้องประชุมและเจรจาธุรกิจ ห้องมั่นคงเพื่อเก็บรักษาสินค้า (Safe Deposit Box) บริการโลจิสติกส์ บริการออกไปอนุญาตและตรวจปล่อยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเข้าและส่งออก ระบบรักษาความปลอดภัย สวนหย่อมและพื้นที่สำหรับพักผ่อน รวมถึงพื้นที่ให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับเช่าเพื่อเป็นสำนักงานขายและสถานที่เก็บสินค้าคงคลังไว้เพื่อรอจำหน่าย ทั้งนี้ การซื้อขายจะต้องออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินให้แก่ลูกค้า มีการเสียภาษีอย่างถูกต้อง อีกทั้งซื้อขายเฉพาะสินค้าที่สามารถตรวจพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ และปราศจากการค้าที่มีความเชื่อมโยงกับการฟอกเงิน และไม่มีการนำเงินที่ได้จากการซื้อขายไปใช้ในการก่อการร้าย

ตลาดการค้าเพชรฯ (Diamond Bourse) ที่จัดตั้งขึ้นจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ตลาดการค้าเพชรฯ ที่เป็นสมาชิกที่ได้รับการรับรองโดยสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชร World Federation of Diamond Bourses (WFDB) ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติที่มีข้อกำหนดว่าสินค้าที่มีการซื้อขายสามารถตรวจพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ และเป็นการค้าที่อยู่ในระบบธรรมาภิบาล เสียภาษีถูกต้อง และปราศจากการค้าที่มีความเชื่อมโยงกับการฟอกเงินและไม่มีการนำเงินที่ได้จากการซื้อขายไปใช้ในการก่อการร้าย และ (2) ตลาดการค้าเพชรฯ ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของ WFDB

บริการที่ Diamond Bourse เสนอจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) บริการที่ Diamond Bourse ดำเนินการเองและไม่เรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก (Membership Fee) (2) บริการที่ Diamond Bourse ดำเนินการเองและเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก และ (3) บริการที่ผู้เช่าพื้นที่หรือผู้ซื้อพื้นที่ภายในอาคารของ Diamond Bourse ให้บริการแก่สมาชิกของ Diamond Bourse ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 บริการที่ Diamond Bourse เสนอ

บริการ	DF ดำเนินการเองและไม่เก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก	DF ดำเนินการเองและเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก	บริการที่ผู้เช่าพื้นที่จาก DB ให้บริการแก่สมาชิก DB
ตรวจสอบการเข้าออกของบุคคลที่เข้ามาติดต่อ	✓		
ตรวจสอบสินค้าที่นำมาค้าขายใน DB	✓		
รักษาความปลอดภัยในอาคารสถานที่ที่เข้มงวด	✓		
ห้องมั่นคง / กล่องรับฝากสินค้ามีค่า		✓	
ห้องเจรจาซื้อขายสินค้า Physical Trading Floor	✓		
แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าออนไลน์ Online Trading Floor	✓		
อุปกรณ์ตรวจสอบคุณสมบัติสินค้าเบื้องต้นเพื่อใช้เจรจาซื้อขาย (อุปกรณ์วัดขนาด โคมไฟ แวนขยาย ซ้อนตัก ผ้าขัด)	✓		
คลังสินค้าทัณฑ์บน / เขตปลอดอากร		✓	
จัดทำข้อมูลภาวะเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม	✓		
จัดทำราคาแนะนำการซื้อขายสินค้า	✓		
บริการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ (ชำระภาษี อนุญาตโอนเงิน ออกใบอนุญาตนำเข้าและส่งออก)	✓		
บริการระงับข้อพิพาท	✓		
บริการให้เช่า/ขายพื้นที่ภายในอาคาร DB		✓	
บริการตรวจรับรองมาตรฐาน และประเมินมูลค่าอัญมณี		✓	✓
จัดการประมูลสินค้า		✓	
จัดงานส่งเสริมการขายสินค้า / จัดคู่ธุรกิจ		✓	
บริการสื่อสาร อินเทอร์เน็ต Wifi		✓	
บริการที่จอดรถในอาคาร DB		✓	
จัดกิจกรรมฝึกอบรม / สัมมนา		✓	
บริการห้องประชุม		✓	
บริการรถรับส่งพนักงานและผู้มาติดต่อ		✓	
บริการทางการเงิน			✓
การขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับ			✓
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านค้า ฟิตเนส ฯลฯ			✓
รับจองที่พัก การเดินทางสำหรับผู้เข้ามาติดต่อ			✓

ความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีอย่างเป็นระบบ โดยพื้นที่ที่ควรมีการจัดตั้งตลาดการค้า มากที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ เขตบางรัก กรุงเทพฯ รองลงมา ได้แก่ เขต ประเวศ กรุงเทพฯ และอำเภอเมืองจันทบุรี ตามลำดับ โดยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Production Positioning) ที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างจาก Diamond Bourse อื่นๆ ที่มีอยู่ในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่

1) การเป็นเพียงตลาดการค้าเพชรและพลอยสี (Diamond and Gemstone Bourse - DB) แห่งเดียวในภูมิภาคอาเซียนที่ให้บริการตลาดกลางที่จัดตั้งอย่างเป็นระบบสำหรับการค้าเพชรและพลอยสี (พลอยก้อน พลอยสำเร็จ) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างเป็นมืออาชีพ (Only international legal trading platform for Diamond and Gemstone Trade in ASEAN)

2) การเป็นตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการบริหารพื้นที่การซื้อขายและมีการจัดประมูลอัญมณีที่อยู่ภายใต้ระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด สินค้าผ่านเข้าและออกมีการรับรอง จัดบันทึก มีการชำระภาษีและการโอนเงินอย่างถูกต้อง ภายใต้การให้บริการภาครัฐและบริการอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกครบวงจร (Comprehensive Service Hub) (โลจิสติกส์ การเงิน ประกันภัย ออกใบรับรอง อบรมสัมมนา) อยู่ภายในสถานที่เดียวกันในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงสุดทางการค้าของประเทศไทย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการตลาดการค้าเพชรและพลอยสี ณ เขตบางรัก ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการพลอย เพชร และเครื่องประดับที่ต้องการเข้ามาซื้อขายสินค้าในตลาดฯ โดยจำกัดการซื้อขายเฉพาะสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาดฯ และสมาพันธ์ตลาดกลางการค้าเพชรแห่งโลก (WFDB) และ (2) ผู้ประกอบการที่ต้องการมาเช่า/ซื้อพื้นที่ในอาคารของตลาดฯ

ในส่วนการประเมินความคุ้มค่าทางการเงิน พบว่า การจัดตั้งตลาดการค้าฯ ต้องใช้เงินลงทุนรวม 21 ล้านบาท ในการปรับปรุงอาคารสถานที่และระบบรักษาความปลอดภัยภายในพื้นที่รวม 1,000 ตารางเมตร และมีค่าใช้จ่ายรายปีในการบริหารจัดการประมาณ 8.6 ล้านบาท ทั้งนี้ การบริหารตลาดการค้าฯ ให้ประสบผลกำไรนั้น นอกจากการจัดเก็บเงินค่าธรรมเนียมจากสมาชิกตลาด จะต้องมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอย ค่าธรรมเนียมหน้างานจากการจัดการประมูล และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการอบรมสัมมนา โดยภายใต้กรอบระยะเวลา 10 ปี การลงทุนพัฒนาตลาดการค้าฯ จะได้รับมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 มีค่า 41.86 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 56.73 และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนมีค่า 1.54

การขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

การขับเคลื่อนตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบควรมีแนวทางดำเนินการดังนี้ (1) ทีมงานผู้ก่อตั้งทำการแนะนำแนวคิดตลาดการค้าฯ โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ไป

ยังผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในพื้นที่การค้าสำคัญ ได้แก่ กรุงเทพฯ และจันทบุรี และสมาคมการค้า เพื่อสนับสนุนการเข้าเป็นสมาชิกตลาดการค้า (2) ในกรณีการขอปรับแก้ไขกฎหมายต่างๆ ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงการคลัง กระทรวงแรงงาน และสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อให้เอื้ออำนวยต่อการจัดตั้งตลาดการค้า จะต้องเสนอผ่านไปทางกระทรวงพาณิชย์ GIT และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ที่เป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ โดยหน่วยงานต้นเรื่อง ได้แก่ สมาคมการค้าที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ และ (3) ขอการรับรองจากสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก (World Federation of Diamond Bourses - WFDB) เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงโครงข่ายกับตลาดกลางการค้าอื่นๆ ทั่วโลก

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิดการจัดตั้งและบริหารตลาดการค้าอย่างเป็นระบบ	5
2.1 แนวคิดของตลาด	5
2.2 โอกาส ปัญหาอุปสรรค และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศของตลาดการค้าสินค้าที่มี การจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ	9
2.3 ตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ	24
2.4 ลักษณะการจัดตั้งและบริการที่เสนอของตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการ จัดตั้งอย่างเป็นระบบ	41
บทที่ 3 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร และรัตนชาติอย่างเป็นระบบ ในประเทศไทย	44
3.1 ความนำ	44
3.2 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดการค้าอัญมณี	44
3.3 การประเมินศักยภาพด้านการตลาดในการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติ	53
3.4 แผนปฏิบัติงาน	61
3.5 แผนการบริหารองค์กร	62
3.6 การประเมินผลตอบแทนทางการเงิน	63
3.7 กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ	66
3.8 ความเสี่ยงในการประกอบการ	67
3.9 แนวทางการขับเคลื่อน	68
เอกสารอ้างอิง	69
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก การสัมภาษณ์ฟังความคิดเห็น	70

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นกลไกซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ ของโลก	10
ตารางที่ 2.2	ประเทศที่มีการจัดตั้ง Diamond Bourse ที่เป็นสมาชิก WFDB และไม่เป็นสมาชิก WFDB	25
ตารางที่ 2.3	บริการที่ Diamond Bourse เสนอ	43
ตารางที่ 3.1	การเปรียบเทียบศักยภาพของพื้นที่ทำเลที่ตั้งของตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย	56
ตารางที่ 3.2	บริการที่ Diamond and Gemstone Bourse ที่จัดตั้งในไทยควรนำเสนอ	58
ตารางที่ ก.1	รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมมนารับฟังความคิดเห็น	72

สารบัญรูปภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	ลักษณะแตกต่างระหว่าง Organized Market กับ Unorganized Market	9
ภาพที่ 2.2	พื้นที่เจรจาการค้า (Trading Floor) ของ Antwerp Diamantkring	27
ภาพที่ 2.3	Beurs Voor Diamanhandel CVBA ประเทศเบลเยียม	28
ภาพที่ 2.4	สถานที่ของ Beurs Voor Diamanhandel เมือง Antwerp ประเทศเบลเยียม	29
ภาพที่ 2.5	สภาพห้องเจรจาการค้าของ Bharat Diamond Bourse	30
ภาพที่ 2.6	สถานที่ของ Diamantclub Van Antwerpen CVBA ซึ่งอยู่ตรงข้ามสถานีรถไฟ เมือง Antwerp ประเทศเบลเยียม	32
ภาพที่ 2.7	สภาพห้องที่ใช้ในการเจรจาการค้าและกิจกรรมเจรจาการค้าภายใน Diamond Dealers Club New York	35
ภาพที่ 2.8	DDE นครดูไบ จัดพื้นที่ส่วนหนึ่งภายในอาคารไว้รองรับกิจกรรมประชุมสัมมนา ด้านอัญมณี	37
ภาพที่ 2.9	สภาพอาคารสถานที่ของ Hong Kong Diamond Bourse ซึ่งภายในอาคาร ประกอบด้วยตลาดกลางการซื้อขายเพชรและอัญมณี และที่ทำการของสมาคมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกง	38
ภาพที่ 2.10	สภาพทั่วไปและห้องเจรจาการค้าภายใน Israel Diamond Exchange กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล	39
ภาพที่ 2.11	เอกสารประชาสัมพันธ์ Moscow Diamond Bourse ประเทศรัสเซีย	41
ภาพที่ 2.12	ลักษณะการจัดตั้งของ Diamond Bourse ในนานาประเทศ	42
ภาพที่ 3.1	มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก	49
ภาพที่ 3.2	ยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก	52
ภาพที่ 3.3	ไทยเป็นประเทศชั้นนำของโลกของการส่งออกพลอยสี	54
ภาพที่ 3.4	ห่วงโซ่คุณค่าของการเคลื่อนย้ายพลอยสีของไทย และบทบาทการเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยของไทย	54
ภาพที่ 3.5	ไทยเป็นหนึ่งใน 10 ประเทศชั้นนำของโลกของการส่งออกเพชรเจียรไน	55
ภาพที่ 3.6	ห่วงโซ่คุณค่าของการเคลื่อนย้ายเพชรของไทย และบทบาทการเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรของไทย	55
ภาพที่ 3.7	กรุงเทพฯ และพื้นที่เขตบางรัก เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดในการจัดตั้ง ตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse)	57
ภาพที่ 3.8	ตลาดกลางการค้าเพชรและรัตนชาติที่การจัดตั้งอย่างเป็นระบบในไทยมีการวางตำแหน่ง ที่แตกต่างจากประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียและประเทศอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับการเป็นตลาดศูนย์กลางการค้าพลอยสีมากกว่าเพชร อีกทั้งรัฐบาลไทยกำหนดยุทธศาสตร์ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและผลิตพลอยสีโลก และประเทศไทยได้รับการยอมรับจากภูมิภาคมานานกว่าทศวรรษว่าเป็นผู้นำการค้าพลอยสีในภูมิภาค	59

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.9 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ Diamond and Gemstone Bourse ในไทย	60
ภาพที่ 3.10 ต้นทุนลงทุนและค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	63
ภาพที่ ก.1 บรรยายภาพการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ	74
ภาพที่ ก.2 บรรยายภาพการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ	74
ภาพที่ ก.3 บรรยายภาพการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ	75
ภาพที่ ก.4 บรรยายภาพการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 17 กรกฎาคม 2561 ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ	75

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

รัฐบาลไทยมีนโยบายและมาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้ภายในปี 2564 (World's Gems and Jewelry Hub) โดยให้การสนับสนุนด้านการยกเว้นอากรขาเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ การยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการซื้อขายเป็นการชั่วคราว การจัดทำมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นที่ยอมรับการยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ การให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในย่านการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในส่วนกลางและภูมิภาค เช่น จันทบุรี ตาก เป็นต้น

การค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดการค้าโลกดำเนินการได้ 2 รูปแบบใหญ่ๆ ได้แก่

(1) การค้าผ่านตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Bourse หรือ Organized Market) (คล้ายตลาดหลักทรัพย์) โดยมีการขึ้นทะเบียนผู้ขายและผู้ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับและบุคคลที่เข้ามาติดต่อซื้อขายในพื้นที่ตลาด ผู้ซื้อและผู้ขายมีการเสียภาษีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง มีอาคารสถานที่ที่มั่นคงปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเจรจาซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณีและเครื่องประดับอยู่ในสถานที่ที่กำหนดให้เป็นเขตพื้นที่ตลาด เช่น เขตปลอดอากร ธนาкар ห้องมั่นคงสำหรับเก็บอัญมณี ห้องปฏิบัติการเพื่อตรวจสอบคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ห้องปฏิบัติการเพื่อตรวจรับรองมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับ ห้องประชุม พื้นที่เจรจาธุรกิจ เป็นต้น เช่น Bharat Diamond Bourse (นครมุมไบ ประเทศอินเดีย) Israeli Diamond Exchange (กรุงเทลอาวีฟ ประเทศอิสราเอล) Shanghai Diamond Exchange (มหานครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน) เป็นต้น และ

(2) การค้าผ่านตลาดการค้าที่ไม่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Unorganized Market) (คล้ายย่านการค้า ตลาดสดทั่วไป และการซื้อขายบนตลาดออนไลน์) โดยไม่มีการขึ้นทะเบียนผู้ขาย ผู้ซื้อ และบุคคลที่เข้ามาติดต่อในตลาด มีการค้าขายผ่านพ่อค้าเร่และร้านค้าที่มีทั้งการเสียภาษีอย่างถูกต้องและการหลบเลี่ยงการเสียภาษี และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเจรจาซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เช่น ย่านการค้าพลอยจันทบุรี ย่านการค้าพลอยแม่สอด ย่านการค้าพลอยมณฑะเลย์ และเมืองโมกก (ประเทศเมียนมา) เป็นต้น

นานาประเทศที่เป็นผู้นำของโลกด้านการค้าเพชรและเครื่องประดับภายในระบบ อาทิ สหรัฐอเมริกา อิสราเอล เบลเยียม อิตาลี สหราชอาณาจักร อินเดีย ตุรกี ฮองกง สหราชอาณาจักรเอมิเรตส์ จีน ออสเตรเลีย รัสเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น ได้มีตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourses หรือเรียกชื่อในอุตสาหกรรมว่า Diamond Bourses) เพื่อ

เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า (Trade Infrastructure) ที่อำนวยความสะดวกในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนเพชร พลอย อัญมณี รัตนชาติอื่นๆ และเครื่องประดับสำหรับสมาชิกของตลาดการค้าฯ ที่เป็นผู้ประกอบการนำเข้า ผู้ประกอบการส่งออก ผู้ผลิต และนายหน้าผู้ส่งเสริมให้มีการตัดสินใจซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณีและเครื่องประดับจะดำเนินการภายในสถานที่ที่มีความมั่นคง ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร อาทิ สถานที่และบริการตรวจสอบและรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ การออกใบรับรอง Kimberley Process ห้องประชุมและเจรจาธุรกิจ ธนาคาร บริการโลจิสติกส์ บริการออกใบอนุญาตและตรวจปล่อยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเข้าและส่งออก และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ตลอดจนตลาดการค้าฯ (Diamond Bourses) จะได้รับการรับรองจาก World Federation of Diamond Bourses (WFDB) ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เมืองและประเทศที่เป็นสถานที่ตั้งของ Diamond Bourses ได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความเชื่อถือ สินค้าที่มีการซื้อขายสามารถตรวจพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ และเป็นการค้าที่อยู่ในระบบธรรมาภิบาล เสียภาษีถูกต้อง และปราศจากการค้าที่มีความเชื่อมโยงกับการฟอกเงินและไม่นำเงินที่ได้จากการซื้อขายไปใช้ในการก่อการร้าย

ในปัจจุบันทั่วโลกมีตลาดการค้า Diamond Bourses ตั้งอยู่รวม 30 แห่ง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเมืองศูนย์กลางการค้าเพชร พลอย โลหะมีค่า และเครื่องประดับ อาทิ ฮองกง มหานครนิวยอร์ก (สหรัฐอเมริกา) นครลอสแอนเจลิส (สหรัฐอเมริกา) เมืองไมอามี (สหรัฐอเมริกา) เมืองแอนเวิร์ป (เบลเยียม) กรุงเทลอาวีฟ (อิสราเอล) กรุงลอนดอน (สหราชอาณาจักร) นครดูไบ (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) มหานครเซี่ยงไฮ้ (จีน) กรุงโตเกียว (ญี่ปุ่น) กรุงมอสโก (รัสเซีย) นครมุมไบ (อินเดีย) โดยในบางเมืองมีตลาดกลางฯ มากกว่า 2 แห่ง เช่น กรุงเทลอาวีฟ และเมืองแอนเวิร์ป ขณะที่ในภูมิภาคอาเซียน มีตลาดการค้าฯ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจาก World Federation of Diamond Bourses (WFDB) จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ Diamond Exchange of Singapore (สิงคโปร์) และ Bangkok Diamonds and Precious Stones Exchange (กรุงเทพฯ)¹ ซึ่งหากเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ในโลกแล้ว ภูมิภาคอาเซียนยังมีตลาดการค้าฯ น้อยกว่าภูมิภาคอื่น ส่งผลให้มีการค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในระบบที่มีความถูกต้องและอยู่ในการกำกับควบคุมจากองค์กรที่มีความเชื่อถือต่อกว่าเมื่อเทียบกับการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาคยุโรปและอเมริกา ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลไทยที่มีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ การจัดทำโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย จึงเป็นโครงการที่สำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

¹ Bangkok Diamonds and Precious Stones Exchange ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี เขตประเวศ กรุงเทพฯ ก่อตั้งขึ้นในปี 2537 มีทุนจดทะเบียน 2.5 ล้านบาท แต่ไม่ได้มีการจัดตั้งผลการดำเนินการและงบแสดงฐานะทางการเงินให้ภาครัฐนับตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาโอกาส ปัญหาอุปสรรค และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการจัดตั้งและบริหารจัดการตลาดการค้าอย่างเป็นระบบ (Organized Market) และตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) และนำมาปรับใช้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย
- 3) เพื่อจัดทำแผนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

- 1) ศึกษาโอกาส ปัญหาอุปสรรค และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการจัดตั้งและบริหารจัดการตลาดการค้าอย่างเป็นระบบ (Organized Market) ประเภทต่างๆ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ (Stock Market) และตลาดซื้อขายโภคภัณฑ์ (Commodity Market) ประเภทต่างๆ เช่น สินค้าเกษตรและอาหาร ทองคำ โลหะมีค่า ตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในนานาประเทศทั้งในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น อเมริกาเหนือ ยุโรป เอเชียตะวันออก และประเทศกำลังพัฒนา เช่น อินเดีย เป็นต้น และนำมาปรับใช้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย
- 2) ศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสี (Diamond and Gemstone Bourse) ในประเทศไทย โดยครอบคลุมเรื่องต่างๆ ได้แก่ (ก) นโยบายและแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้อง (ข) กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและการประกอบการตลาดการค้า (ค) รูปแบบกิจกรรมบริการในตลาดกลางฯ รวมถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จและความเสี่ยงในการดำเนินการของตลาดกลางฯ ในต่างประเทศและที่ควรจะดำเนินงานในประเทศไทย และ (ง) ประเมินความเหมาะสมของพื้นที่ที่มีศักยภาพในไทยและคัดเลือกพื้นที่เป้าหมายอย่างน้อย 1 แห่งในประเทศไทยเพื่อพัฒนาเป็นตลาดการค้า (Diamond and Gemstone Bourse) เพื่อจัดทำเป็นโครงการนำร่อง (Pilot Project)
- 3) จัดทำแผนการพัฒนาตลาดกลางอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ โดยครอบคลุมรายละเอียดไม่น้อยกว่าประเด็นดังนี้
 - แผนการปฏิบัติการ (Operation Plan) ได้แก่ การคัดเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดกลางที่อยู่ในภายในอาคาร/สถานที่ที่เป็นระบบปิดที่มีความมั่นคงและปลอดภัย โดยมีสถานะแวดล้อม การเข้าถึง และภูมิทัศน์ที่เหมาะสม การออกแบบผังภาพรวมขององค์ประกอบพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ภายในตลาดการค้าฯ (อาทิ ระบบความปลอดภัย ห้องตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ สถานที่รับฝากอัญมณีและเครื่องประดับ คลังสินค้าทัณฑ์บน บริการทางการเงิน ห้องประชุมและเจรจาธุรกิจ

ห้องประมูล (Trading Hall) ระบบการขนส่งของมีค่า ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม) การระบุอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นในการดำเนินการ (อาทิ อุปกรณ์ตรวจสอบเพชรและพลอยสี คอมพิวเตอร์ แวนขาย กล้องไมโครสโคป อุปกรณ์ตรวจวัดขนาดสัดส่วนและน้ำหนักอัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องวัดดัชนีหักเหแสง เครื่องวิเคราะห์องค์ประกอบทางเคมีและสเปกโทรสโคปี)

- **แผนการตลาด (Marketing Plan)** ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขายในตลาดกลางฯ การกำหนดราคาค่าธรรมเนียมสำหรับการรับสมาชิก การส่งเสริมการตลาดของตลาดกลางฯ และแนวทางการสร้างความสัมพันธ์กับตลาดกลางอื่นๆ ที่อยู่ในต่างประเทศ
- **แผนทรัพยากรมนุษย์และการบริหารองค์การ (Human Resource and Organization Plan)** ได้แก่ โครงสร้างองค์การ จำนวนพนักงาน องค์ประกอบของคณะกรรมการบริหาร การออกข้อกำหนดการบริหารตลาดกลางฯ
- **แผนด้านการเงินและความเหมาะสมด้านเศรษฐศาสตร์ (Financial Plan and Economic Analysis)** ได้แก่ การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ความคุ้มค่าทางการลงทุน การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการลงทุน (Sensitivity Analysis) ผลประโยชน์และผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้งตลาดกลางฯ
- **การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)** โดยระบุความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และแนวทางที่เหมาะสมในการบริหารความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
- **แนวทางการขับเคลื่อน (Driving Mechanism)** โดยระบุหน่วยงานเจ้าภาพที่ขับเคลื่อน และบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอื่นๆ เพื่อช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานของตลาดการค้าฯ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4) การประชุมระดมความคิดเห็นในจังหวัดพื้นที่เป้าหมายที่ได้รับการคัดเลือกเป็นโครงการนำร่อง ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน ผู้แทนด้านวิชาการ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ทราบโอกาส ปัญหาอุปสรรค และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการจัดตั้งและบริหารจัดการตลาดการค้าอย่างเป็นระบบ (Organized Market) และตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) และนำมาปรับใช้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

2) ทราบถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

3) มีแผนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

บทที่ 2

แนวคิดการจัดตั้งและบริหารตลาดการค้าอย่างเป็นระบบ

2.1 แนวคิดของตลาด

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 บัญญัติว่า “ตลาด” หมายถึง “ที่ชุมนุมเพื่อซื้อขายของต่างๆ” และพจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน บัญญัติ “ตลาด (Market)” หมายถึง “องค์ประกอบที่มีผู้ซื้อ ผู้ขายสินค้าหรือบริการ และกลไกที่ก่อให้เกิดการตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีสถานที่แน่นอน และไม่จำเป็นที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องมาพบกันโดยตรง อีกนัยหนึ่ง หมายถึง สถานที่หรือศูนย์กลางการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ ตลาดโคกภักดิ์ โดยการแบ่งประเภทของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ จะแบ่งตามลักษณะของสินค้าหรือบริการ เช่น ตลาดผลผลิต ตลาดปัจจัยการผลิต ตลาดการเงิน และแบ่งตามโครงสร้างและพฤติกรรม เช่น ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์”²

ตลาดสามารถจำแนกเป็นหลายประเภทตามหลักเกณฑ์การจัดแบ่ง ดังนี้

2.1.1 การจัดแบ่งตลาดตามลักษณะของการแข่งขัน (Competition Level)

จำแนกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

(ก) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition Market) เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก ปริมาณการซื้อขายของผู้ขายแต่ละรายเมื่อเทียบกับปริมาณซื้อขายโดยรวมของตลาดมีสัดส่วนน้อยมาก ไม่มีผู้ซื้อผู้ขายรายใดเป็นผู้มีอิทธิพลกำหนดราคาแต่เพียงผู้เดียว สินค้า/บริการที่ซื้อขายมีลักษณะเหมือนกันและเป็นสินค้าขั้นปฐมภูมิ ไม่มีการกีดกันการเข้ามาของธุรกิจรายใหม่ และผู้ซื้อผู้ขายมีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไปของสภาพตลาดเป็นอย่างดี ในทางปฏิบัติ ยากที่จะหาตัวอย่างของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้ เนื่องจากเป็นตลาดในอุดมคติ

(ข) ตลาดผูกขาด (Monopolistic Competition Market) เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อจำนวนมาก แต่มีผู้ขายเพียงรายเดียว ผู้ขายมีอำนาจสูงมากในการกำหนดราคาเนื่องจากผู้ขายรายอื่นไม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจแข่งขันได้ด้วยหลายสาเหตุ เช่น การใช้เทคโนโลยีสูงมาก การใช้เงินทุนจำนวนมาก ความสำเร็จในการลงทุน การได้รับสัมปทานผูกขาดจากรัฐในการทำธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่ง โดยตัวอย่างตลาดผูกขาด เช่น ตลาดการผลิตไฟฟ้าและประปา ตลาดผู้ให้บริการท่าอากาศยานในไทย เป็นต้น

(ค) ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopolistic Market) เป็นตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย อีกทั้งการกำหนดราคาขายต้องขึ้นอยู่กักรายอื่นๆ ด้วยเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ทำการซื้อขายมีลักษณะ

² อ้างอิงจากเว็บไซต์ราชบัณฑิตยสถาน <http://www.royin.go.th>

คล้ายกัน และการเข้าสู่ตลาดของผู้ขายรายใหม่จะเข้ามาได้ยาก โดยตัวอย่างของตลาดผู้ขายน้อยราย เช่น ตลาดผู้ค้าน้ำมันสำเร็จรูป ตลาดผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลาดผู้ผลิตจักรยานยนต์ในประเทศไทย ตลาดผู้ให้บริการสายการบินภายในประเทศ และ

(ง) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market)

คล้ายกันกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เนื่องจากมีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก แต่มีความแตกต่างกันตรงที่ผู้ผลิตมีสินค้า/บริการไม่เหมือนกัน มาตรฐานแตกต่างกัน การเข้าสู่ตลาดทำได้ง่าย และผู้ซื้อแต่ละรายมีความขึ้นชมผลิตภัณฑ์ของผู้ขายแต่ละรายไม่เหมือนกัน โดยตัวอย่างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เช่น ตลาดค้าพลอยจันทบุรี ตลาดค้าพลอยย่านบางรัก การแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในกรุงเทพฯ เป็นต้น

2.1.2 การจัดแบ่งตลาดตามประเภทของผู้ซื้อ (Buyer Classification)

จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(ก) ตลาดผู้บริโภค (Consumer Market) เป็นตลาดที่มีผู้บริโภคทั่วไปหรือครัวเรือนเป็นผู้ซื้อสินค้า/บริการโดยตรงเพื่ออุปโภคบริโภคในครัวเรือน โดยจะไม่นำสินค้า/บริการไปจำหน่ายต่อ

(ข) ตลาดองค์กรธุรกิจ (Business Market) เป็นตลาดที่มีองค์กรธุรกิจผู้ผลิต ผู้ค้าส่งค้าปลีกเป็นผู้ซื้อโดยจะนำสินค้า/บริการไปขายต่อหรือแปรรูปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอด เช่น ตลาดการค้าเพชรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond Bourse) ที่เน้นการซื้อขายระหว่างสมาชิกที่นำเพชรไปผลิตเป็นเครื่องประดับหรือนำเพชรไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง งานแสดงสินค้า Basel World ที่เน้นการจัดงานแสดงสินค้านำเข้าเพื่อให้อำนาจจำหน่าย (Dealer) นำไปจำหน่ายให้ผู้บริโภคต่ออีกทอดหนึ่ง

(ค) ตลาดรัฐบาล (Government Market) เป็นตลาดที่มีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ซื้อ เช่น ตลาดการค้าอาวุธที่เป็นสินค้าที่จำกัดการขายให้เฉพาะลูกค้าที่เป็นหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น

2.1.3 การจัดแบ่งตลาดตามชนิดผลผลิต (Product Classification)

จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(ก) ตลาดปัจจัยการผลิต (Factor Market) เป็นตลาดที่ทำการซื้อขายปัจจัยที่นำไปใช้ทำการผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ เช่น ที่ดิน แรงงาน สินค้าประเภททุน ตลอดจนวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ทำการผลิต โดยผู้ผลิตจะนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ ดังกล่าวไปทำการผลิตสินค้าและบริการก่อนนำออกสู่ตลาดเพื่อจำหน่ายต่อไป ตัวอย่างของตลาดปัจจัยการผลิต เช่น ตลาดกลางยางพาราที่เกษตรกรจะนำวัตถุดิบ เช่น น้ำยางสด ยางแผ่นรมควัน เศษยาง มาขายให้แก่โรงงานแปรรูปยางและผู้ส่งออกยางเพื่อนำไปผลิตต่ออีกทอดหนึ่ง

(ข) ตลาดสินค้า (Product Market) เป็นตลาดที่ทำการขายสินค้าหรือบริการซึ่งผู้ซื้อจะนำไปใช้ในการอุปโภคบริโภคโดยตรง เช่น ห้างสรรพสินค้า และตลาดสดทั่วไป

(ค) ตลาดการเงิน (Financial Market) เป็นตลาดที่ให้ผู้ซึ่งมีความต้องการทางการเงินได้กู้ยืมเงินไปลงทุน ได้แก่ ตลาดเงิน (Money Market) ซึ่งเป็นศูนย์กลางการกู้ยืมเงินทุนระยะสั้น และตลาดทุน (Capital Market) ซึ่งเป็นศูนย์กลางการกู้ยืมเงินทุนระยะยาว

2.1.4 การจัดแบ่งตลาดตามการดำเนินการจัดจำหน่ายของผู้ขาย (Distribution Classification)

จำแนกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(ก) ตลาดกลาง (Central Market) เป็นตลาดที่เป็นที่รวมของผู้ขายจำนวนมากเพื่อทำการซื้อขายสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลายชนิดก็ตามด้วยวิธีการตกลงราคาหรือประมูลราคากันอย่างเปิดเผย โดยมีกฎระเบียบชัดเจนที่ผู้ขายต้องปฏิบัติตาม โดยกรณีของไทย การจัดตั้งตลาดกลาง (เฉพาะสินค้าเกษตร) ต้องปฏิบัติตามระเบียบการส่งเสริมการจัดตั้งตลาดกลางของกรมการค้าภายใน ซึ่งกำหนดให้ผู้จัดตั้งตลาดกลางต้องมีกรรมสิทธิ์หรือสิทธิครอบครองในที่ดิน และมีที่ดินจำนวนไม่น้อยกว่าที่กำหนด ตัวอย่างของตลาดกลางที่จัดตั้งในประเทศไทยจะเป็นตลาดกลางสินค้าเกษตร เช่น ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ซึ่งต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 20 ไร่ และสถานที่เก็บข้าวและพืชไร่ความจุไม่น้อยกว่า 1,000 ตัน ตลาดกลางสินค้าผักและผลไม้ซึ่งต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ไร่ ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสัตว์น้ำต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 10 ไร่ เป็นต้น³

(ก) ตลาดขายส่ง (Wholesale Market) เป็นตลาดที่มีการขายสินค้า/บริการครั้งละมากๆ โดยจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางเพื่อนำสินค้า/บริการไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง เช่น ตลาดไทเป็นตลาดค้าส่งผักผลไม้และอาหารที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และตลาดวงเวียนใหญ่ถนนเจริญรัช เป็นแหล่งค้าส่งวัสดุอุปกรณ์เครื่องหนัง

(ข) ตลาดขายปลีก (Retail Market) เป็นตลาดที่มีการขายสินค้า/บริการให้กับผู้บริโภคหรือครัวเรือนโดยตรง ได้แก่ ตลาดนัดสินค้าทั่วไป

2.1.5 การจัดแบ่งตลาดตามสภาพทางกายภาพ (Physical Classification)

โดยสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(ก) ตลาดที่มีการซื้อขายภายในอาคารหรือสถานที่ที่กำหนด (Physical Marketplace) เป็นตลาดที่จัดตั้งในอาคารหรือสถานที่ที่กำหนดเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการ และการเจรจาระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ตัวอย่างของตลาดประเภทนี้ เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ตลาดซื้อขายสินค้าทั่วไป ตลาดการประมูลรถยนต์ใช้แล้ว และตลาดการค้าเพชรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond Bourse) เป็นต้น

³ อ้างอิงจากเว็บไซต์กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน <http://mwsc.dit.go.th/viewInfo.php?id=20126&level=2>

(ข) ตลาดที่มีการซื้อขายผ่านออนไลน์หรือตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Online Marketplace หรือ Electronic Marketplace) เป็นตลาดที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบออนไลน์ โดยผู้ขายนำสินค้า/บริการของตนไปแสดงไว้บนเว็บไซต์และผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ซื้อค้นหาสินค้า/บริการและสั่งซื้อสินค้าผ่านจากเว็บไซต์หรือตลาดกลางออนไลน์ โดยตัวอย่างตลาดกลางออนไลน์ที่มีชื่อเสียง เช่น Alibaba, Amazon, E-Bay, Lazada, Tarad, Weloveshopping, Tmall และ thaitrade.com เป็นต้น

2.1.6 การจัดแบ่งตลาดตามความเป็นระเบียบ (Organized Classification)

จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(ก) ตลาดที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Organized Market หรือ Bourse) เป็นตลาดการค้าที่เป็นแหล่งรวบรวมผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยมีการจัดให้ผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า ตัวแทนจำหน่ายสินค้าหรือบริการอยู่ในสถานที่เดียวกันภายใต้การบริหารจัดการของผู้บริหารตลาด มีกฎระเบียบกำหนดกติกาการเข้าเป็นสมาชิกตลาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยตลาดประเภทนี้จะกำหนดให้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเฉพาะผู้ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกตลาดเท่านั้น ตัวอย่างตลาดที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์ (Stock Exchange) ตลาดสินค้าเกษตรและโภคภัณฑ์ (Commodities Exchange) ตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange Market) และตลาดการค้าเพชรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond Bourse)

(ข) ตลาดที่ไม่ได้มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Unorganized Market หรือ Bourse) เป็นตลาดการค้าที่เป็นแหล่งรวบรวมผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการ พ่อค้าเร่ นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปที่สามารถเข้ามาในพื้นที่ตลาดเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการได้โดยเสรี ไม่มีการขึ้นทะเบียนผู้เข้ามาติดต่อและซื้อขายสินค้าในตลาด ไม่มีข้อกำหนดกติกากฎการการซื้อขาย มีการค้าทั้งการเสียภาษีอย่างถูกต้องและการหลบเลี่ยงการเสียภาษี และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเจรจาซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ครบครัน ตัวอย่างของตลาดที่ไม่ได้มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ เช่น ย่านการค้าตลาดพลอยจันทบุรี ย่านการค้าตลาดพลอยแม่สอด ย่านการค้าไม้ถนนบางโพ ย่านการค้าทองศรีสังขาลย์จังหวัดสุโขทัย ย่านการค้าบ้านถวายจังหวัดเชียงใหม่ ย่านการค้าเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย จะเป็นการศึกษากรณีของตลาดที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Organized Market) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า (Trade Infrastructure) ที่อำนวยความสะดวกในการซื้อ การขายการแลกเปลี่ยนเพชร พลอย อัญมณี รัตนชาติอื่นๆ และเครื่องประดับสำหรับสมาชิกของตลาดการค้าฯ ที่เป็นผู้ประกอบการนำเข้า ผู้ประกอบการส่งออก ผู้ผลิต และนายหน้าผู้ส่งเสริมให้มีการตัดสินใจซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

2.2 โอกาส ปัญหาอุปสรรค และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศของตลาดการค้าสินค้าที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ

ตลาดที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Organized Market) ตามเป็นสถานที่หรือหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่ง โดยศูนย์กลางการค้าจะประกอบไปด้วยบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ซื้อ ผู้ขาย และหน่วยงานสนับสนุนกิจกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการ เช่น หน่วยงานบริการทางการเงิน บริการตรวจรับรองและทดสอบ โลจิสติกส์และการสื่อสาร บริการวิชาการและวิจัย และหน่วยงานกำกับหรือส่งเสริมการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ทำการซื้อขาย โดยภาพที่ 2.1 แสดงลักษณะที่แตกต่างของ Organized Market กับ Unorganized Market

ลักษณะแตกต่างของ Organized Market กับ Unorganized Market

Criteria	Organized Market	Unorganized Market
มีกฎระเบียบชัดเจนในการกำกับการซื้อขาย	✓	×
ซื้อขายเฉพาะสินค้ามาตรฐานหรือสินค้าที่มีการรับรองเท่านั้น และผู้ขายต้องเปิดเผย Treatment ในการผลิต	✓	×
อนุญาตให้ผู้ขาย เฉพาะรายที่เป็นสมาชิกสามารถขายสินค้าให้กับผู้ซื้อที่เป็นสมาชิกตลาดเท่านั้น	✓	เฉพาะบางกรณี
อนุญาตให้ผู้ซื้อ (Buyer) เฉพาะรายที่เป็นสมาชิกสามารถซื้อสินค้าได้	✓	×
อนุญาตให้นายหน้าประสานการซื้อขายสินค้าได้ และกำหนด % ค่าคอมมิชชั่นที่ชัดเจนในตลาด	✓	×
อนุญาตให้ซื้อขายสินค้าระหว่างตลาดที่อยู่คนละประเทศ (Cross Trade)	✓	×
มีการจัดเก็บภาษีและออก Invoice การซื้อขาย	✓	×
การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของสถานที่	✓	×
มีเวลาเปิด-ปิดที่ชัดเจน ที่ผู้ซื้อผู้ขายต้องปฏิบัติตาม	✓	×
บริการรับฝากสินค้าที่รอการขาย	✓	×
มีระบบการหักหนี้ระหว่างกัน (Settlement) ระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย	✓	×
มีบริการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า	✓	×
ผู้ซื้อ ผู้ขาย และนายหน้าที่เป็นสมาชิกสามารถเลือกกรรมการบริหารตลาด	✓	×

ภาพที่ 2.1 ลักษณะแตกต่างระหว่าง Organized Market กับ Unorganized Market

นานาประเทศที่ต้องการยกระดับเป็นศูนย์กลางการผลิต (Production Hub) หรือศูนย์กลางการค้า (Trade Hub) จัดตั้ง Organized Market ในรูปแบบตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ (Organized Exchange Market) ซึ่งเป็นตลาดหรือสถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายที่เป็นสมาชิกมาเจรจาตกลงการค้าระหว่างประเทศอยู่ภายใต้กติกาที่กำหนด และผู้บริหารตลาดทำหน้าที่เป็นผู้ชำระบัญชีระหว่างกัน (Clearing House) ให้บริการสถานที่เก็บสินค้า การคัดและกำหนดเกรดคุณภาพสินค้า และจัดเก็บข้อมูลสถิติประกอบการซื้อขาย โดยสินค้า/บริการสำคัญในโลกที่ซื้อขายผ่านศูนย์กลางการค้าจำแนกเป็น

- **สินค้าเกษตร** เช่น ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโพด น้ำตาล มันสำปะหลัง ฝ้าย โกโก้ กาแฟ ผลิตภัณฑ์นม หมู
- **พลังงาน** เช่น น้ำมันดิบ ก๊าซ พลังงานไฟฟ้า คาร์บอนเครดิต
- **โลหะมีค่าและอัญมณี** เช่น ทองคำ เงิน ทองแดง เหล็ก เพชร พลอย
- **บริการ** เช่น ตราสารทางการเงิน เงินตราต่างประเทศ ระวังขนส่งทางทะเล

2.2.1 ตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ

ตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเพื่อทำหน้าที่เป็นกลไกซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ (International Commodities Exchange Market) ในภูมิภาคต่างๆ แสดงตามตารางที่ 2.1 ซึ่งพบว่า การจัดตั้งตลาดฯ บางประเภท / บางประเทศจะต้องขึ้นอยู่กับข้อกำหนดเฉพาะของรัฐบาลที่อนุญาตให้จัดตั้ง โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและกำกับ การดำเนินงานของตลาดฯ ได้แก่ กระทรวงการค้า กระทรวงเกษตร กระทรวงกิจการผู้บริโภค กระทรวงการคลัง (เฉพาะกรณีตลาดซื้อขายหลักทรัพย์ ตราสารทางการเงิน และสินค้าเกษตรควบคุม ซึ่งได้บัญญัติกฎหมายเป็นการเฉพาะเพื่อจัดตั้งและส่งเสริมการดำเนินงาน) และภาคเอกชน (กรณีบางประเทศที่เอกชนเป็นผู้ริเริ่มและเป็นผู้ดำเนินการตลาดฯ โดยรัฐไม่ได้บัญญัติกฎหมายเป็นการเฉพาะเพื่อจัดตั้งและส่งเสริมการดำเนินงาน)

ตารางที่ 2.1 ตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเพื่อเป็นกลไกซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ ของโลก

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและกำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขายแลกเปลี่ยน
ทวีปแอฟริกา				
Egyptian Commodities Exchange	EGYCOMEX	กรุงไคโร ประเทศอียิปต์	กระทรวงเกษตรและการค้าระหว่างประเทศ	สินค้าเกษตร (ข้าวสาลี ข้าว ฝ้าย มันฝรั่ง ยาสูบ น้ำตาล ถั่ว)
Nairobi Coffee Exchange	NCE	กรุงไนโรบี ประเทศเคนยา	กระทรวงเกษตร	กาแฟ
Ethiopia Commodity Exchange	ECX	กรุงแอดดิส อบาบา ประเทศเอธิโอเปีย	กระทรวงการค้า	สินค้าเกษตร (กาแฟ งา ถั่ว ข้าวโพด ข้าวสาลี)
East Africa Exchange	EAX	กรุงคิกาลี ประเทศรวันดา	เอกชน	สินค้าเกษตร (ข้าวโพด ถั่ว ถั่วเหลือง ข้าวสาลี ข้าวชอกัม ข้าว)
Agricultural Commodity Exchange for Africa	ACE	กรุงลิลองเว ประเทศมาลาวี	กระทรวงเกษตร	สินค้าเกษตร (ข้าวโพด ถั่ว ถั่วเหลือง เมล็ดทานตะวัน พืชต่างๆ)
Auction Holding	AHCX	กรุงลิลองเว	กระทรวงเกษตรและ	สินค้าเกษตร (ข้าวโพด ถั่ว

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
Commodity Exchange		ประเทศมาลาวี	ความมั่นคงทางอาหาร	เหลียง ข้าว น้ำตาล ทานตะวัน ถั่วต่างๆ)
Mercantile Exchange of Madagascar	MEX	กรุงแอนตานานาริ โว ประเทศ มาดากัสการ์	เอกชน	สินค้าเกษตร
South African Future Exchange	JSE0	เมืองแชนตัน ประเทศ แอฟริกาใต้	กระทรวงการคลัง	สินค้าเกษตร ตราสารทาง การเงิน
Abuja Securities and Commodity Exchange	ASCE	กรุงอาบูจา ประเทศไนจีเรีย	กระทรวงการคลัง	สินค้าเกษตร (ฝ้าย ปาล์ม น้ำมัน มันสำปะหลัง ชিং กาแฟ งา ซอร์กัม โกโก้ ถั่ว ถั่วเหลือง ข้าวโพด มะม่วงหิม พานต์) หลักทรัพย์ ตราสาร ทางการเงิน
ทวีปอเมริกา				
Brazilian Mercantile and Future Exchange (เป็นกิจการของ CME Group)	BMF	กรุงซานเปาโล ประเทศบราซิล	เอกชน	สินค้าเกษตร (กาแฟ น้ำตาล ถั่วเหลือง ข้าวโพด ปศุสัตว์) เชื้อเพลิงชีวภาพ โลหะมีค่า (ทองคำ)
Chicago Board of Trade (เป็นกิจการ ของ CME Group)	CBOT	นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	เมล็ดพืช เอทานอล ตราสาร ทางการเงิน โลหะมีค่า
Chicago Mercantile Exchange (เป็น กิจการของ CME Group)	CME	นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	เนื้อสัตว์ เงินตราต่างประเทศ
Chicago Climate Exchange	CCX	นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	มลพิษ คาร์บอนเครดิต
Houston Street Exchange		มลรัฐนิวแฮมเชียร์ สหรัฐอเมริกา	เอกชน	น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป
Intercontinental Exchange	ICE	เมืองแอตแลนตา สหรัฐอเมริกา	เอกชน	พลังงาน มลพิษ สินค้าเกษตร เชื้อเพลิงชีวภาพ
Kansas City Board of Trade (เป็นกิจการ ของ CME Group)	KCBT	เมืองแคนซัสซิตี สหรัฐอเมริกา	เอกชน	สินค้าเกษตร (ข้าวสาลี)
Memphis Cotton Exchange		เมืองเมมฟิส สหรัฐอเมริกา	เอกชน	สินค้าเกษตร (ฝ้าย)

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
Mercado A Termino de Buenos Aires	MATba	กรุงบัวโนสไอเรส อาร์เจนตินา	เอกชน	สินค้าเกษตร
Merado a Termino de Rosario	ROFEX	เมืองโรซารีโอ อาร์เจนตินา	เอกชน	สินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์ทาง การเงิน
Minneapolis Grain Exchange	MGEX	เมืองมินนาโพลิส สหรัฐอเมริกา	เอกชน	สินค้าเกษตร
Nadex Exchange		นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	พลังงาน โลหะที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
New York Mercantile Exchange	NYMEX	นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	พลังงาน โลหะมีค่า โลหะที่ใช้ในอุตสาหกรรม
NYMEX	NYMEX	นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป ก๊าซธรรมชาติ ปิโตรเคมี ถ่าน หิน ไฟฟ้า เมล็ดพืช ทองคำ เงิน ปศุสัตว์ สินค้าเกษตร เงินตราต่างประเทศ ตราสาร ทางการเงิน
U.S. Future Exchange	USDE	นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา	เอกชน	พลังงาน
Diamond Bourse of Canada		นครโตรอนโต แคนาดา	เอกชน	เพชร
ทวีปเอเชีย				
Manila Commodity Exchange	MCX	กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์	กระทรวงการคลัง	ตลาดสินค้าล่วงหน้าและ ตลาดซื้อขายตามสัญญา สำหรับสินค้าโลหะพื้นฐาน สินค้าเกษตร พลังงาน และ เงินตรา
ตลาดสินค้าเกษตร ล่วงหน้าแห่งประเทศไทย	AFET	กรุงเทพฯ ประเทศไทย	กระทรวงพาณิชย์	สินค้าเกษตร (ข้าว ยางแผ่น ยางแท่ง มันสำปะหลัง)
Cambodian Mercantile Exchange	CMEX	กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา	กระทรวงเศรษฐกิจ และการคลัง	พลังงาน โลหะที่ใช้ใน อุตสาหกรรม ยางพารา โลหะ มีค่า สินค้าเกษตร
Central Japan Commodity Exchange		เมืองนาโกยา ประเทศญี่ปุ่น	กระทรวงการค้าและ อุตสาหกรรม	พลังงาน ไข่ ยางพารา โลหะ ที่ใช้ในอุตสาหกรรม
Chittagong Tea		เมืองจิตติกอง	กระทรวงพาณิชย์	ชา

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
Auction		บังคลาเทศ		
CME Group		ประเทศสิงคโปร์	เอกชน	ทองคำ เงิน แพลตินัม ทองแดง พัลลาเดียม โลหะมี ค่า สินค้าเกษตร พลังงาน ตราสารทางการเงิน เงินตรา ต่างประเทศ ดอกเบี้ยใน อนาคต
Dalian Commodity Exchange	DCE	เมืองต้าเหลียน ประเทศจีน	สำนักนายกรัฐมนตรี	สินค้าเกษตร (ถั่วเหลือง ปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลัง ข้าวโพด) พลาสติก พลังงาน (ถ่านหิน)
Dubai Gold and Commodities	DGCX	นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอ มิเรตส์	กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และ อุตสาหกรรม	ทองคำ เงิน ทองแดง น้ำมันดิบ ปิโตรเคมี เม็ด พลาสติก ตราสารทางการเงิน
Dubai Multi Commodities Center	DMCC	นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอ มิเรตส์	กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และ อุตสาหกรรม	เพชร ทองคำ มุก เหล็ก ชา ข้าว ข้าวโพด สินค้าเกษตร
Dubai Diamond Exchange		นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอ มิเรตส์	เอกชน	เพชร พลอย
Israel Diamond Exchange		นครเทลอาวีฟ อิสราเอล	เอกชน	เพชร พลอย
Israel Precious Stones and Diamonds Exchange		นครเทลอาวีฟ อิสราเอล	เอกชน	เพชร พลอย
Hong Kong Mercantile Exchange	HKMEX	ฮ่องกง	เอกชน	ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ ทำการซื้อและขายทองคำ และเงิน
Hong Kong Diamond Bourse		ฮ่องกง	เอกชน	เพชร
Indonesia Commodity and Derivatives Exchange	ICDX	กรุงจาการ์ตา ประเทศ อินโดนีเซีย	กระทรวงการค้า	โลหะ (ทองคำ ดีบุก) สินค้าเกษตร (น้ำมันปาล์ม ข้าว ข้าวโพด มะพร้าว) ผลิตภัณฑ์การเงิน
Iran Energy Exchange	IRENEX	กรุงเตหะราน ประเทศอิหร่าน	กระทรวงพลังงาน	พลังงาน (น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ไฟฟ้า ถ่านหิน)

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
Jakarta Futures Exchange	JFX	กรุงจาการ์ตา ประเทศ อินโดนีเซีย	กระทรวงการค้า	สินค้าเกษตร (โกโก้ กาแฟ ข้าว ยางพารา) โลหะมีค่า ถ่านหิน
Osaka Dojima Commodity Market	KANEX	นครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น	กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง	สินค้าเกษตร (ข้าว ธัญพืช ถั่ว เหลือง)
Derivative and Commodity Exchange Nepal	DCX	กรุงกาฐมาณฑุ ประเทศเนปาล	กระทรวงการคลัง	ทองคำ เงิน โลหะมีค่า พลังงาน สินค้าเกษตร
Indian Commodity Exchange Limited	ICEX	นครมุมไบ ประเทศอินเดีย	กระทรวงกิจการ ผู้บริโภค	สินค้าเกษตร (ข้าว ข้าวสาลี ถั่ว น้ำมันพืช แป้ง เนื้อสัตว์ ไข่ ผลิตภัณฑ์ไม้) โลหะมีค่า (ทอง เงิน แพลตินัม) โลหะ พื้นฐาน (ทองแดง เหล็ก อลูมิเนียม สังกะสี) พลังงาน (น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน ไฟฟ้า)
National Multi Commodity Exchange of India	NMCE	เมืองอาเมต์ดาบัด ประเทศอินเดีย	กระทรวงกิจการ ผู้บริโภค	สินค้าเกษตร (ยางพารา เม็ด มันฝรั่ง น้ำมันถั่วเหลือง พริกไทย กาแฟ เมล็ดพืช อื่นๆ)
ACE Derivatives and Commodity Exchange	ACE	นครมุมไบ ประเทศอินเดีย	กระทรวงกิจการ ผู้บริโภค	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน) โลหะพื้นฐาน (ทองแดง) สินค้าเกษตร (ฝ้าย ปาล์ม น้ำมัน เมล็ดมันฝรั่ง น้ำมัน ถั่วเหลือง ถั่วเหลือง กากถั่ว เหลือง) น้ำมันดิบ
Universal Commodity Exchange	UCX	นครมุมไบ ประเทศอินเดีย	กระทรวงกิจการ ผู้บริโภค	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน) โลหะพื้นฐาน (ทองแดง ตะกั่ว นิกเกิล สังกะสี) สินค้า เกษตร (น้ำมันถั่วเหลือง ถั่ว เหลือง ยางพารา เมล็ด มันฝรั่ง เมล็ดพืชอื่นๆ) พลังงาน (ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ)
Bharat Diamond Bourse		นครมุมไบ ประเทศอินเดีย	เอกชน	เพชร
Surat Diamond Bourse		เมืองสุรัต ประเทศอินเดีย	เอกชน	เพชร
Pakistan	PMEX	กรุงการาจี	กระทรวงการคลัง	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน)

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
Mercantile Exchange		ประเทศปากีสถาน		สินค้าเกษตร (พริก ฝ้าย ปาล์มน้ำมัน ข้าว น้ำตาล ข้าว สาเล) พลังงาน (น้ำมันดิบ)
Shanghai Diamond Exchange	SDE	มหานครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน	สำนักงานรัฐมนตรี	เพชร
Shanghai Futures Exchange	SHFE	มหานครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน	สำนักงานรัฐมนตรี	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน) โลหะพื้นฐาน (ทองแดง อลูมิเนียม สังกะสี ตะกั่ว นิกเกิล ดีบุก เหล็กกรีดร้อน เหล็กม้วน) สินค้าเกษตร (ยางพารา) พลังงาน (น้ำมัน ถ่านหิน)
Shanghai Gold Exchange	SGE	มหานครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน	สำนักงานรัฐมนตรี	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน แพลตินัม)
Singapore Commodity Exchange	SICOM	ประเทศสิงคโปร์	กระทรวงการคลัง	โลหะมีค่า (ทองคำ) โลหะ พื้นฐาน (เหล็ก เหล็กกล้า) สินค้าเกษตร (ยางพารา) บริการระวางขนส่งทางเรือ สินค้าอุตสาหกรรม (ปิโตร เคมี) พลังงาน (น้ำมัน ถ่าน หิน ก๊าซ ไฟฟ้า) ตราสารทาง การเงิน
Uzbek Commodity Exchange	UZEX	ประเทศอุซเบก สถาน	กระทรวงยุติธรรม	สินค้าเกษตร โลหะ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ ก๊าซ เม็ดพลาสติก น้ำตาล
Tokyo Commodity Exchange	TOCOM	กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น	กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และ อุตสาหกรรม	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน แพล ตินัม พัลลาเดียม) น้ำมัน ก๊าซ ยางพารา สินค้าเกษตร (ถั่ว เหลือง ข้าวโพด)
Tokyo Grain Exchange	TGE	กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น	กระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้	สินค้าเกษตร (ถั่วเหลือง ถั่ว ถั่วเหลือง ข้าว กาแฟ ถั่ว ข้าวโพด)
Tokyo Diamond Exchange		กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น	เอกชน	เพชร
Zhengzhou Commodity Exchange	CZCE	เมืองซิงโจว ประเทศจีน	สำนักงานรัฐมนตรี	สินค้าเกษตร (ข้าว ข้าวสาเล น้ำตาล) สินค้าอุตสาหกรรม (เมทานอล กรด ถ่านหิน แก้ว)
Vietnam	VNX	นครโฮจิมินห์	กระทรวงอุตสาหกรรม	โลหะพื้นฐาน (เหล็ก) สินค้า

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
Commodity Exchange		ประเทศเวียดนาม	และการค้า	เกษตร (กาแฟ ยางพารา)
Mongolian Agricultural Commodity Exchange	MCE	กรุงอุลันบาตาร์ ประเทศมองโกเลีย	กระทรวงอุตสาหกรรม และเกษตรกรรม	สินค้าเกษตร
ทวีปยุโรป				
APX - ENDEX	APX-ENDEX	กรุงอัมสเตอร์ดัม ประเทศ เนเธอร์แลนด์	เอกชน	พลังงาน (ไฟฟ้า)
Baltic Exchange		กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ	เอกชน	ระวางเรือขนส่งสินค้าเทกอง แห้ง ระวางเรือบรรทุกสินค้า เทกองเหลว
Commodity Exchange Bratislava	CEB	กรุงบราติสลาวา ประเทศสโลวาเกีย	กระทรวงเศรษฐกิจ	สินค้าเกษตร (ข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าวบาร์เลย์ ทานตะวัน) มลพิษ เพชร เจียระไน
Climex	CLIMEX	กรุงอัมสเตอร์ดัม ประเทศ เนเธอร์แลนด์	เอกชน	มลพิษ
Antwerpsche Diamantkring CVBA		แอนเวิร์ป เบลเยียม	เอกชน	เพชร
Diamantclub van Antwerpen CVBA		แอนเวิร์ป เบลเยียม	เอกชน	เพชร
London Commodity Exchange	LCE	กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ	เอกชน	สินค้าเกษตร (ข้าวสาลี ข้าว บาร์เลย์ น้ำตาล กาแฟ)
London Metal Exchange	LME	กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ	เอกชน	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน แพลตินัม) โลหะพื้นฐาน (อลูมิเนียม ทองแดง ตะกั่ว นิกเกิล ดีบุก สังกะสี เหล็ก)
Nasdaq Commodities		กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์	กระทรวงการคลัง	พลังงานไฟฟ้า ก๊าซธรรมชาติ มลพิษ ระวางเรือ สินแร่ แร่ เหล็ก
Nord Pool Spot		กรุงออสโล ประเทศนอร์เวย์	กระทรวงการคลัง	พลังงาน ไฟฟ้า
Power Exchange Central Europe	PXE	กรุงปราก สาธารณรัฐเช็ก	กระทรวงพลังงาน	พลังงานไฟฟ้า

ชื่อตลาดการค้า	ชื่อย่อ	ที่ตั้ง	หน่วยงานส่งเสริมและ กำกับการจัดตั้งตลาด	ผลิตภัณฑ์ที่นำมาซื้อขาย แลกเปลี่ยน
ทวีปโอเชียเนีย				
Australian Securities Exchange	ASX	นครซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย	กระทรวงการคลัง	สินค้าเกษตร (ข้าวสาลี ธัญพืช ขนแกะ) พลังงาน ตราสารทางการเงิน
ABX Global	ABX	นครบริสเบน ออสเตรเลีย	เอกชน	โลหะมีค่า (ทองคำ เงิน แพลทินัม)

ที่มา: วิกิพีเดีย https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_commodities_exchanges และการรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย

2.2.2 กรณีศึกษาวิธีปฏิบัติของตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ

USAID (2013)⁴ ศึกษาเงื่อนไขแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในทวีปแอฟริกา โดยหยิบยกกรณีตัวอย่างต่อตลาดกลางแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรแอฟริกา (Agricultural Commodity Exchange for Africa - ACE) ของประเทศมาลาวี กับตลาดกลางแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรแห่งแซมเบีย (Zambian Commodity Exchange - ZAMACE) ซึ่งพบว่าเงื่อนไขแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานของทั้งสองตลาดกลาง ขึ้นกับปัจจัย 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ประกอบด้วย

- **ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ (Clear Objectives)** โดยการบริหารตลาดที่จัดตั้งขึ้นจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานที่ชัดเจน รวมถึงมีการจัดทำแผนธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การดำเนินงาน และแผนงบประมาณที่ชัดเจน
- **ธรรมาภิบาลในการบริหาร (Good Governance)** โดยมีทีมงานคณะกรรมการตลาด คณะผู้บริหาร และที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถในการขับเคลื่อนการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายที่กำหนด อีกทั้งมีการสื่อสารกับสมาชิกตลาด (ผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้าที่ยื่นทะเบียนไว้กับตลาด) และรับผิดชอบต่อการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกตลาด โดยคณะกรรมการตลาดควรประกอบด้วยผู้แทนที่มีความหลากหลาย อาทิ ผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า ผู้แทนสถาบันการเงิน ผู้แทนผู้ให้บริการโลจิสติกส์และสถานที่เก็บสินค้า ผู้แทนภาครัฐ เป็นต้น
- **การมีระบบการค้า การชำระและหักบัญชีระหว่างกันที่มีประสิทธิภาพ (Trading and Clearing System)** เช่น การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการชำระเงิน และหักบัญชีระหว่างสมาชิก และการกำหนดมาตรฐานสินค้าที่นำมาซื้อขาย

⁴ USAID (2017), 10 Preconditions for a Successful Commodity Exchange: a Comparison between ACE and ZAMACE [online]

https://d3n8a8pro7vhmx.cloudfront.net/eatradehub/pages/779/attachments/original/1432282024/Preconditions_for_a_Commodity_Exchange_ACE_ZAMACE_Final_240113.pdf?1432282024

- **การบังคับใช้กฎระเบียบที่เคร่งครัดและโปร่งใส (Clear Rules and Enforcement)** โดยผู้บริหารตลาดต้องกำหนดกฎกติกาการดำเนินการซื้อขายในตลาด การกำหนดคุณสมบัติและหน้าที่ของสมาชิก พนักงาน และอนุญาโตตุลาการ ผู้ทำการไกล่เกลี่ยเมื่อเกิดข้อพิพาทระหว่างสมาชิก โดยนำกฎระเบียบมาใช้บังคับอย่างเคร่งครัด โปร่งใส และไม่เลือกปฏิบัติ
- **การทำสัญญาการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ถูกต้อง (Accurate Contract)** ผู้บริหารตลาดจะต้องร่วมกับสมาชิกและอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาการซื้อขายให้ดำเนินไปได้อย่างสะดวก ตลอดจนพิจารณากำหนดรายละเอียดของสินค้าที่ทำการซื้อขายที่สมาชิกพึงจะต้องแจ้งให้คู่ค้าอีกฝ่ายหนึ่งรับทราบ เช่น มาตรฐานคุณภาพเกรด น้ำหนักสินค้า ระยะเวลาที่ส่งมอบ การจ่ายค่าชดเชยเมื่อสินค้าได้รับความเสียหายหรือสูญหาย เหตุสุดวิสัยที่ไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาการซื้อขาย และการระงับข้อพิพาท
- **การให้การฝึกอบรมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในตลาดอย่างต่อเนื่อง (Continuous Education and Training)** โดยดำเนินการจัดกิจกรรมสัมมนาฝึกอบรมแก่ผู้แทนของกิจการที่เป็นสมาชิกหรือพนักงานของตลาด เพื่อให้ก้าวทันสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป โดยกำหนดให้ผู้แทนกิจการ/พนักงานต้องเข้ารับการฝึกอบรมอย่างน้อยทุก ๆ 2 ปี
- **การปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพการที่เปลี่ยนแปลงไป (Adaptable)** โดยทำการประเมินผลการดำเนินงาน และปรับปรุงการดำเนินงานของตลาดให้ก้าวทันสภาพการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงไป
- **การมีสินค้าที่เข้ามาซื้อขายในตลาดจำนวนมากเพียงพอ (Large Volumes of Commodities Traded)** โดยประมาณการความต้องการเข้ามาซื้อขายในตลาด การส่งเสริมให้มีการกิจกรรมซื้อขายในตลาด รวมถึงการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของตลาดให้มากเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน และการสร้างรายได้ให้เพียงพอต่อการดำเนินงานและการขยายตัวของตลาดฯ

2. ปัจจัยภายนอก (External Factors) ประกอบด้วย

- **สภาพแวดล้อมการดำเนินงานและโครงสร้างพื้นฐาน (Enabling Environment and Infrastructure)** โดยรัฐบาลประเทศที่เป็นสถานที่ตั้งของตลาดฯ จะต้องให้ความสำคัญกับสินค้าที่นำมาซื้อขายในตลาด รวมถึงให้การจูงใจและสนับสนุนการเข้ามาทำงานซื้อขายในตลาด อาทิ การยกเว้นภาษีการซื้อขายสินค้า การส่งเสริมการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่ทำการซื้อขายโดยเสรี การอำนวยความสะดวกในการโอนเงินตราต่างประเทศ การอนุญาตให้จัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการขนส่งเพื่อรองรับการจัดส่งสินค้าที่นำมาซื้อขาย เป็นต้น

3. ปัจจัยที่สร้างข้อจำกัด (Limiting Factors) ประกอบด้วย

- การแทรกแซงการดำเนินงานของตลาดโดยหน่วยงานภาครัฐ (Government Interference) โดยรัฐอาจมีนโยบายแทรกแซงราคาและจำกัดปริมาณการผลิตของสินค้าบางประเภทที่เป็นสินค้าควบคุมหรือสินค้านโยบายของรัฐบาล เช่น สินค้าเกษตร ัญชีพืช น้ำตาล เป็นต้น ซึ่งการแทรกแซงดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบต่อการปรับตัวตามกลไกตลาด

4. ปัจจัยที่เอื้ออำนวย (Contributing Factors) ประกอบด้วย

- การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบและแก้ไขกฎระเบียบเพื่อใช้ควบคุมกันเอง (Self- Regulation) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างความยั่งยืนเนื่องจากสมาชิกได้มีโอกาสแสดงข้อคิดเห็นและความต้องการในการปรับเปลี่ยนระเบียบเพื่อใช้กำกับควบคุมการดำเนินงานภายในองค์กรของตนเอง

ณัฐชนนท์ แม้นทอง และกนกคุณท์ โตชัยวัฒน์ (2013)⁵ ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของผู้ประกอบการ พบว่า รายได้ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการศูนย์การค้ามาจากการบริหารพื้นที่เช่าเป็นหลัก โดยผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการร้านค้าย่อยเลือกเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ความเหมาะสมของค่าเช่าพื้นที่ (2) ความเหมาะสมของค่าบริการพื้นที่ส่วนกลาง (3) ตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าที่สามารถเห็นได้ชัด (4) จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ใกล้ศูนย์การค้า และ (5) ความเหมาะสมของสัญญาเช่าพื้นที่

Balubhai and Padhya (2015)⁶ ระบุว่า Bharat Diamond Bourse เป็นตลาดการค้าเพชรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ Bandra Kurla Complex ณ นครมุมไบ ประเทศอินเดีย มีพื้นที่รวมกว่า 20 เอเคอร์ (ประมาณ 50.6 ไร่) Bharat Diamond Bourse มีพื้นที่ทั้งหมด 8 ดีก (ดิก A ถึง J) แต่ละดิกมีความสูง 9 ชั้น และมีพื้นที่ภายในอาคารเพื่อใช้เป็นสำนักงานสำหรับผู้ค้าเพชร ัญชี และเครื่องประดับ ห้องประมูลสินค้า และพื้นที่อื่นๆ รวมกัน 1 ล้านตารางฟุต (หรือ 92,900 ตารางเมตร) โดยแต่ละชั้นมีพื้นที่ 600 ตารางฟุต (55 ตารางเมตร)

⁵ ณัฐชนนท์ แม้นทอง และกนกคุณท์ โตชัยวัฒน์ (2013), ปัจจัยในการตัดสินใจเช่าพื้นที่ภายในศูนย์การค้าของผู้ประกอบการ, Build Environment Research Associates Conference, BERAC 4, 2013, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 23 พฤษภาคม 2556

⁶ Balubhai, K.M. and Padhya, H.J. (2015), *Diamond Bourse: Case Study of Bharat Diamond Bourse and Dubai Diamond Exchange*, International Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (www.jetir.org) Vol 2, Issue 3, pp 465-467, March 2015 available: <http://www.jetir.org/papers/JETIR1503011.pdf>

Central Board of Excise and Customs - India (2015)⁷ ระบุว่า รัฐบาลอินเดีย สนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดตั้งตลาดการค้าเพชร Bharat Diamond Bourse ณ นครมุมไบ เพื่อยกระดับให้อินเดียเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรก่อนและเพชรเจียรไนของโลก โดยกรมศุลกากรและสรรพสามิต อินเดียกำหนดให้ Bharat Diamond Bourse ต้องยื่นผังการใช้พื้นที่ (Floor Plan) และรายชื่อสมาชิกที่เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เพื่อกำหนดให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่เขตพิเศษตามกฎหมายศุลกากร (Special Notified Zone) ที่อนุญาตให้ซื้อขาย เสร็จจากแลกเปลี่ยน ประมูล นำเข้าและส่งออกสินค้า (เพชรก่อน เพชรเจียรไน พลอย รัตนชาติ มุก เครื่องประดับ ทอง ทองแท่ง โลหะมีค่า) ได้โดยไม่เสียอากร โดยต้อง จัดให้ Bharat Diamond Bourse เป็นพื้นที่มั่นคงและเข้าออกได้เฉพาะบุคคลที่เป็นสมาชิกและได้รับ อนุญาตตามกฎหมายศุลกากรเท่านั้น นอกจากนี้ ยังกำหนดให้การนำเข้าเพชรก่อนเข้าสู่ Bharat Diamond Bourse ต้องเป็นการนำเข้าเพชรที่ผ่านกระบวนการ Kimberly Process ที่ผ่านพิธีการ ศุลกากรทางอากาศ ณ คลังสินค้าท่าอากาศยานมุมไบ ที่ได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ศุลกากรเท่านั้น (ไม่ อนุญาตให้นำเข้าเพชรทางเรือ และไม่อนุญาตให้พ่อค้าเดินหิ้วเพชรและพลอยเข้ามาซื้อขายในพื้นที่เขต ปลดศุลกากร) โดยการนำเข้าแต่ละครั้งจะต้องใส่บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดไม่เกิน 24 x 24 x 24 นิ้ว หรือมี น้ำหนักไม่เกิน 30 กิโลกรัมต่อกล่อง ตลอดจนกำหนดให้บุคคลที่ผ่านเข้าออกพื้นที่เพื่อซื้อขาย แลกเปลี่ยน ประมูลสินค้า และเข้าเยี่ยมชมจะต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายศุลกากรเท่านั้น นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ เพชรที่นำเข้ามาและยังไม่สามารถจำหน่ายได้จะต้องถูกส่งกลับออกไปนอกประเทศอินเดียภายใน 75 วัน นับจากวันที่นำเข้าประเทศ

Julian Roche (2017)⁸ ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยน สินค้าเกษตรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Organized Marketplace) โดยพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการบริหารตลาดฯ ประกอบด้วย (1) สินค้าที่นำเข้ามาซื้อขายแลกเปลี่ยนในตลาดจะต้องเป็นสินค้า เป็นไปตามมาตรฐาน (Standardized Commodity) (2) การมีระบบชำระและหักบัญชีระหว่างสมาชิก (Clearing House) ที่เชื่อถือได้และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนซื้อขายในตลาดฯ (ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ผลิต นายหน้า พ่อค้า สถาบันการเงิน) (3) ความสามารถในการช่วยลดความเสี่ยงในการทำการค้า ระหว่างสมาชิกที่ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในตลาด (4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนการซื้อขายที่เพียงพอและมีคุณภาพ ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โครงสร้างพื้นฐานเพื่อช่วย สนับสนุนการทำการค้า การคัดแยกและจัดเกรดสินค้า สถานที่จัดเก็บสินค้าคงคลังที่มีความปลอดภัย บริการขนส่ง บริการการเงิน และ (5) การมีกฎกติกา กำหนดการดำเนินงานภายในตลาดที่เหมาะสมและ ชัดเจน และ (5) ความสามารถในการทำกำไรของผู้บริหารตลาดฯ เพื่อนำผลกำไรมาใช้ในการพัฒนา กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

⁷ Central Board of Excise and Customs, Department of Revenue, Ministry of Finance (2015), Circular no.17/2015 – Import, Trading and Re Export of Rough Diamond by Notified Entities in Bharat Diamond Bourse, Bandra Kurla Cargo Complex Regulation, <http://sksheth.com/detail/23371.aspx>

⁸ Julian S.Roche (2017), *Success Criteria for Commodities Exchanges*, Working Paper 1705, Agricultural and Resource Economics, The University of Western Australia, Crawley, Australia.

AWDC (2015)⁹ นำเสนอว่าเมือง Antwerp ประเทศเบลเยียมเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยร้อยละ 80 ของเพชรก้อน และร้อยละ 50 ของเพชรเจียรไนจะทำการซื้อขายผ่านเมือง Antwerp โดยแต่ละปีเมือง Antwerp มีรายได้จากการค้าเพชรมากกว่า 42 พันล้านยูโร/ปี โดยเมือง Antwerp เป็นผู้นำด้านการค้าเพชรที่มีคุณภาพ ปฏิบัติตามกระบวนการ Kimberly Process และมีจริยธรรมทางการค้า มีธุรกิจเพชรจดทะเบียนในเมือง Antwerp มากกว่า 1,850 ราย สร้างงานมากกว่า 34,000 ตำแหน่ง สร้างรายได้เข้าประเทศเบลเยียมมากถึง 800 ล้านยูโร/ปี โดยมีการนำเข้าและส่งออกส่วนใหญ่กับประเทศนอกสหภาพยุโรป เช่น อินเดีย ฮองกง จีน และรัสเซีย โดยองค์กรที่จัดตั้งอย่างเป็นทางการเพื่อเป็นหน่วยงานหลักผลักดันเมือง Antwerp ประเทศเบลเยียมเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรของโลก ได้แก่ Antwerp World Diamond Center (AWDC) (มีพ่อค้าอินเดีย อิสราเอล และเบลเยียม เป็นผู้บริหารหลัก) โดยเป็นหน่วยงานที่ทำงานร่วมกันภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) สหพันธ์ตลาดการค้าเพชร ซึ่งประกอบด้วยตลาดการค้าเพชร Diamond Bourse จำนวน 4 แห่ง (2) สถาบันวิจัยเทคโนโลยีของเพชร (3) กิจการทำเหมืองเพชร (BHP Billiton, Rio Tinto, Alrosa และ De Beers) (4) ธนาคารของเบลเยียมและอินเดีย (5) ร้านจำหน่ายเพชร อัญมณี และเครื่องประดับ (6) วิทยาลัยการจัดการแห่งเมือง Antwerp (7) สถาบันฝึกอบรมเพชรและเครื่องประดับ (8) รัฐบาลท้องถิ่น (9) ภาคประชาชน และ (10) สื่อมวลชน



ภายใต้แผนแม่บทที่กำหนดทิศทางการพัฒนาตั้งแต่ปี ค.ศ.2015 ถึง ค.ศ.2020 AWDC กำหนดเป้าหมายสำคัญเพื่อยกระดับเมือง Antwerp เป็นศูนย์กลางการค้าเพชรของโลก (โดยมีคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ อินเดีย) ดังนี้ (1) เปิดสำนักงานในตลาดแลกเปลี่ยนเพชรมหานครเซี่ยงไฮ้ (Shanghai Diamond Exchange) เพื่อส่งเสริมให้มีการนำเพชรเจียรไนจาก Antwerp ไปจำหน่าย (2) เป็นสำนักงานในทวีปแอฟริกาเพื่อส่งเสริมการค้าเพชรก้อนเข้าสู่ตลาด (3) ส่งเสริมการค้าออนไลน์ (4) ส่งเสริมการเจียรไนเพชรด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ (5) จัดตั้งตลาดค้าส่งเครื่องประดับ (6) ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงกับเพชรและการเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องเพชร พิพิธภัณฑสถานเพชร และเผยแพร่ความเชี่ยวชาญของแรงงานฝีมือของ Antwerp เข้าไปกับการท่องเที่ยว (7) ส่งเสริมการใช้มาตรการภาษีสำหรับเพชร (8) ส่งเสริมมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัย การเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทั้งกลางวันและกลางคืน การติดตั้งกล้อง CCTV ภายในและภายนอกกิจกรรมในถนนย่านการค้าเพชรใน Antwerp และการเปิดให้เป็นถนนคนเดิน (ให้เข้าได้เฉพาะรถรับส่งเพชรและอุปกรณ์อื่นๆ) (9)



⁹ AWDC – Antwerp World Diamond Center (2015), Antwerp Diamond Masterplan – Diamond Love Antwerp 2020,

ส่งเสริมธรรมาภิบาลและจริยธรรมในการทำธุรกิจการผลิตและค้าเพชร (10) ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสำนักงานการค้าเพชร อัญมณี และเครื่องประดับ ณ เมือง Antwerp

Antwerp Diamantkring (2015)¹⁰ อธิบายว่าประเทศเบลเยียมให้ความสำคัญกับการยกระดับเมือง Antwerp ประเทศเบลเยียม ให้เป็นเมืองศูนย์กลางการค้าเพชรของโลก โดยออกระเบียบทั่วไปว่าด้วยการดำเนินงานของตลาดการค้าเพชรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (General Regulations for the Antwerp Diamond Bourses) ใช้บังคับกับกิจการตลาดการค้าฯ ที่เป็นสมาชิกของสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรแห่งเบลเยียม (Federation of Belgian Diamond Bourses – FBDB) จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ Antwerpsche Diamantkring (ADK), Beurs Voor Diamanthandel (BVD), Diamantclub Van Antwerpen (DVA) และ Vrije Diamanthandel (VDH) โดยมีสมาชิกรวมกันประมาณ 2,000 ราย มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ค.ศ.1996 (พ.ศ.2539) สรุปสาระสำคัญ ดังนี้



- 1) การซื้อขาย เจริญ แลกเปลี่ยน สินค้าในตลาดการค้าฯ จะต้องได้ก็ต่อเมื่อเป็นสมาชิกตลาดการค้าฯ แล้วเท่านั้น
- 2) เพชรก้อนที่นำเข้า ส่งออก และซื้อขายในตลาดการค้าฯ จะต้องมีการรับรองตามกระบวนการ Kimberley Process Certification Scheme (KPCS) ตามมาตรฐานที่กำหนดโดยองค์การสหประชาชาติเท่านั้น (ทำการซื้อขายระหว่างกันได้เฉพาะเพียง 81 ประเทศสมาชิก KPCS)
- 3) สมาชิก (รวมถึงผู้แทน หรือลูกจ้างของสมาชิกที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้แทนสมาชิก) จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบตลาด เคารพการตัดสินใจใดๆ ของคณะกรรมการตลาดการค้าฯ และให้อำนาจคณะกรรมการตลาดการค้าฯ ในการทำข้อตกลงใดๆ กับองค์กรภายในและองค์กรภายนอกประเทศเบลเยียม
- 4) คณะกรรมการตลาดการค้าฯ มีอำนาจกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากสมาชิก โดยอัตราค่าธรรมเนียมรายปีเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม โดยสมาชิกฯ ผูกพันต้องชำระค่าธรรมเนียมภายในวันที่ 31 มกราคมของทุกปี ในปี 2561 อัตราค่าสมัครสมาชิกทั่วไปเป็นรายปีเท่ากับ 820 ยูโร/ราย
- 5) คณะกรรมการตลาดการค้าฯ สามารถเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า (Entrance Fee) สำหรับสมาชิกใหม่ โดยสมาชิกที่ได้รับเข้าใหม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมภายใน 8 วัน นับจากวันที่ได้รับเข้าเป็นสมาชิก และไม่สามารถขอคืนค่าธรรมเนียมแรก

¹⁰ รวบรวมจาก <http://diamantkring.org/wp-content/uploads/2016/03/General-Regulations-for-the-Antwerp-Diamond-Bourses-011096-modifications-until-June-2015-Eng-2.pdf>

- 6) คณะกรรมการตลาดการค้าฯ จะไม่อนุญาตให้สมาชิกที่ไม่ชำระค่าธรรมเนียมสมาชิกฯ เข้ามาทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในตลาดได้
- 7) ผู้ใดจะสมัครเข้าเป็นสมาชิกใหม่ของตลาดการค้าฯ จะต้องยื่นหนังสือรับรองจากสมาชิกของตลาดฯ ลงนามกำกับจำนวนไม่น้อยกว่า 2 ราย ที่มีสำนักงานหรือถิ่นที่อยู่ในประเทศเบลเยียม โดยสมาชิกใหม่จะต้องยื่นใบสมัครพร้อมหลักฐานต่างๆ เช่น อายุ ไม่มีความประพฤติที่เสื่อมเสีย มีถิ่นพำนักในเบลเยียมมาไม่น้อยกว่า 2 ปี มีประสบการณ์ค้าเพชรไม่น้อยกว่า 2 ปี และมีการเสียภาษีเงินได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยคณะกรรมการตลาดฯ จะเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการรับเข้าเป็นสมาชิกฯ ด้วยเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของคณะกรรมการ
- 8) ตลาดการค้าฯ สามารถรับสมาชิกที่เป็นคนต่างชาติได้ หากมีหนังสือรับรองจากสมาชิกของตลาดฯ ลงนามกำกับจำนวนไม่น้อยกว่า 3 รายที่มีสำนักงานหรือถิ่นที่อยู่ในประเทศเบลเยียม และมีอย่างน้อย 1 ใน 3 รายที่เป็นผู้ค้าประกัน โดยผู้ค้าประกันจะต้องแสดงหลักฐานว่ามีการค้าหรือรู้จักกับผู้สมัครฯ มาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ปี และจะต้องวางเงินค้ำประกันไว้ 250,000 ยูโร เป็นเวลา 2 ปี โดยคณะกรรมการตลาดฯ จะเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการรับเข้าเป็นสมาชิกฯ ด้วยเสียงไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของคณะกรรมการ
- 9) ผู้ผลิต ผู้ค้า นายหน้าค้าเพชร พลอยสี รัตนชาติ ที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศเบลเยียม สามารถเข้ามาเยี่ยมชมภายในเขตสถานที่ตลาดฯ ในกรณีที่มีสมาชิกสามัญของตลาดฯ ให้การรับรองและเป็นผู้นำพาเข้ามาเยี่ยมชมด้วยตนเอง และรับผิดชอบกรณีเกิดความเสียหายใดๆ อันเกิดจากผู้เยี่ยมชม โดยผู้เยี่ยมชม (Visitor) ดังกล่าวจะต้องลงทะเบียนในแบบฟอร์มกรอกข้อมูลแต่ละครั้งที่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่
- 10) กรณีที่ผู้เยี่ยมชมเป็นสมาชิกตลาดการค้า Diamond Bourse อื่นๆ ในต่างประเทศที่เป็นเครือข่ายสมาชิกสมาพันธ์ WFDB สามารถเข้ามาเยี่ยมชมกิจการได้ โดยต้องมีจดหมายรับรองจาก Diamond Bourse ของต่างประเทศว่าผู้เข้าชมรายดังกล่าวเป็นสมาชิกมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ปี และมีความประพฤติที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของตลาดการค้าฯ ของต่างประเทศ โดยคณะกรรมการบริหารตลาดฯ สงวนสิทธิการพิจารณาให้เข้าเยี่ยมชมหรือปฏิเสธการเข้าเยี่ยมชมของสมาชิก WFDB ได้
- 11) กรณีของนายหน้า (Broker) หรือตัวแทนที่ได้รับค่าตอบแทน (Commission Agent) ที่เป็นสมาชิกและเข้ามาทำการซื้อขายในตลาดการค้าฯ จะต้องแสดงใบรับมอบอำนาจและสินค้าที่ได้รับความเห็นชอบจากเจ้าของสินค้าให้นำเข้ามาซื้อขายในตลาดได้ หากไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของสินค้า นายหน้าหรือตัวแทนฯ ดังกล่าวจะได้รับอนุญาตให้ทำการซื้อขายสินค้านั้นได้ และต้องนำสินค้ามาคืนเจ้าของหากยังขายสินค้าไม่ได้ โดยคณะผู้บริหารตลาดฯ กำหนดค่าตอบแทนนายหน้า/ตัวแทนมีค่าเท่ากับร้อยละ 1 ของมูลค่าสินค้าที่ทำการซื้อขาย โดยผู้ซื้อ

- สินค้าเป็นผู้รับผิดชอบจ่ายค่านายหน้า (ยกเว้นมีการระบุไว้เป็นอย่างอื่นตามข้อตกลงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง) หากมีการโต้แย้งกันระหว่างผู้ซื้อค่านายหน้า ให้คณะกรรมการบริหารตลาดฯ เป็นผู้ระงับข้อพิพาทและชี้ขาด
- 12) เมื่อบรรลุนิติกรรมของการซื้อขายแล้ว สินค้าที่ทำการซื้อขายจะบรรจุไว้ในบรรจุภัณฑ์ที่ปิดผนึก (Sealed) และผู้ขายมีภาระต้องส่งมอบสินค้าภายในไม่เกิน 1 วันหลังจากที่ตกลงซื้อขายเสร็จเรียบร้อยแล้ว (ยกเว้นระบุไว้เป็นอย่างอื่น) โดยต้องออกใบกำกับราคา/ใบเสร็จการซื้อขายสินค้าทุกครั้ง และผู้ซื้อที่มีสิทธิเปิดตรวจสอบดูสินค้าได้ โดยการเปิดตรวจสอบดูสินค้าจะต้องทำต่อหน้าผู้ขาย ผู้ซื้อ และเจ้าหน้าที่ตลาดการค้าฯ
- 13) คณะกรรมการตลาดฯ อย่างน้อย 2 ใน 3 ของคณะกรรมการทั้งหมดอาจพิจารณา ลงโทษสมาชิกที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบด้วยมาตรการต่างๆ ได้แก่ การดำเนิน การเรียกค่าปรับจำนวนไม่เกิน 250,000 ยูโร การระงับการเข้าเป็นสมาชิกไม่เกิน 2 ปี และการขับออกจากการเป็นสมาชิก
- 14) กรณีที่สมาชิกรายใดมีปัญหาทางการเงิน (เช่น เลื่อนการชำระเงิน ไม่ชำระเงินตามสัญญา ออกตราสารทางการเงินที่ไม่สามารถนำไปขึ้นเงินได้) จะต้องนำเรื่องเข้าสู่ คณะกรรมการระงับข้อพิพาททางการเงิน เพื่อหาทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น
- 15) กรณีที่สมาชิกรายใดหรือผู้เยี่ยมชมเฝ้าพบเอกสารสำคัญ เงิน เพชร สินค้า ที่ตกหล่น อยู่ในตลาดการค้าฯ จะต้องนำมาให้เจ้าหน้าที่สำนักงานตลาดการค้าฯ เพื่อหา เจ้าของที่แท้จริงต่อไป
- 16) สมาชิกใดๆ (รวมถึงกรรมการผู้จัดการบริษัท กรรมการบริษัท ผู้จัดการทั่วไป หรือ หุ่นส่วนของสมาชิก) ที่ถูกสั่งให้เป็นผู้ล้มละลาย จะต้องถูกปลดออกจากความเป็น สมาชิกตลาดการค้าฯ ทันที และไม่สามารถเข้ามาทำการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ในตลาดการค้าฯ ได้

2.3 ตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ

ตลาดที่มีการจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Organized Market) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า (Trade Infrastructure) ที่อำนวยความสะดวกในการซื้อ การขายการแลกเปลี่ยนเพชร พลอย อัญมณี รัตนชาติอื่นๆ และเครื่องประดับสำหรับสมาชิกของตลาดการค้าฯ ที่เป็นผู้ประกอบการนำเข้า ผู้ประกอบการส่งออก ผู้ผลิต และนายหน้าผู้ส่งเสริมให้มีการตัดสินใจซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณีและเครื่องประดับจะดำเนินการภายในสถานที่ที่มีความมั่นคง ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร อาทิ ธนาคาร บริการศุลกากร ภัตตาคาร หน่วยงานหักและชำระบัญชีการซื้อขายของสมาชิก (Clearing Agent) ห้องประมูลสินค้า (Trading Hall / Trading Floor) สถานที่และบริการตรวจสอบและรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ การออกใบรับรอง Kimberley Process ห้องประชุมและเจรจาธุรกิจ ห้องมั่นคงเพื่อเก็บรักษาสินค้า (Safe Deposit Box) บริการโลจิสติกส์ บริการออกใบอนุญาตและตรวจปล่อยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเข้า และ

ส่งออก ระบบรักษาความปลอดภัย สวนหย่อมและพื้นที่สำหรับพักผ่อน รวมถึงพื้นที่ให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับเช่าเพื่อเป็นสำนักงานขายและสถานที่เก็บสินค้าคงคลังไว้เพื่อรอจำหน่าย ทั้งนี้ การซื้อขายจะต้องออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินให้แก่ลูกค้า มีการเสียภาษีอย่างถูกต้อง อีกทั้งซื้อขายเฉพาะสินค้าที่สามารถตรวจพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ และปราศจากการค้าที่มีความเชื่อมโยงกับการฟอกเงิน และไม่มีการนำเงินที่ได้จากการซื้อขายไปใช้ในการก่อการร้าย

ตลาดการค้าเพชร (Diamond Bourse) ที่จัดตั้งขึ้นจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ตลาดการค้าเพชร ที่เป็นสมาชิกที่ได้รับการรับรองโดยสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชร World Federation of Diamond Bourses (WFDB) ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติที่มีข้อกำหนดว่าสินค้าที่มีการซื้อขายสามารถตรวจพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ และเป็นการค้าที่อยู่ในระบบธรรมาภิบาล เสียภาษีถูกต้อง และปราศจากการค้าที่มีความเชื่อมโยงกับการฟอกเงินและไม่มีการนำเงินที่ได้จากการซื้อขายไปใช้ในการก่อการร้าย และ (2) ตลาดการค้าเพชร ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของ WFDB โดยมีรายชื่อตลาดการค้าเพชร ในนานาชาติแสดงตามตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ประเทศที่มีการจัดตั้ง Diamond Bourse ที่เป็นสมาชิก WFDB และไม่เป็นสมาชิก WFDB

ประเทศ	Diamond Bourse ที่เป็นสมาชิก WFDB	Diamond Bourse ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก WFDB
เบลเยียม	1. Antwerpche Diamantkring CVBA 2. Beurs Voor Diamanhandel CVBA 3. Diamantclub Van Antwerpen CVBA 4. Vrije Diamanhandel nv	
สหรัฐอเมริกา	1. Diamond Club West Coast, Inc 2. Diamond Dealers Club New York (DDC) 3. Diamond Bourse of Southeast United States	
อินเดีย	1. Bharat Diamond Bourse (BDB) 2. Gem & Jewellery Export Promotion Council (GJEPC)	1. Surat Diamond Bourse (SDB) 2. Indian Commodity Exchange Limited (ICEX)
อิตาลี	1. Borsa Diamanti D'Italia	
ตุรกี	1. Borsa Istanbul	
เยอรมนี	1. Diamant – Und Edelsteinbourse Idar – Oberstein (DEIO) (Diamond and Precious Stones Bourse – Germany)	
ออสเตรีย	1. Diamant - Club Wien	
ออสเตรเลีย	1. Diamond Dealers Club of Australia (DDCA)	
แคนาดา	1. Diamond Bourse of Canada	
อังกฤษ	1. London Diamond Bourse and Club	
เนเธอร์แลนด์	1. Vereniging Beurs Voor Den Diamanhandel (Association Dutch Diamond Exchange)	
รัสเซีย	1. Diamond Chamber of Russia	

ประเทศ	Diamond Bourse ที่เป็นสมาชิก WFDB	Diamond Bourse ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก WFDB
	2 Moscow Diamond Bourse	
ปานามา	1. Panama Diamond Exchange (PDE)	
แอฟริกาใต้	1. Diamond Dealer Club of South Africa	
UAE	1. Dubai Diamond Exchange (DDE)	
ฮ่องกง	1. Hong Kong Diamond Bourse Limited (HKDB)	
อิสราเอล	1. Israel Diamond Exchange 2. Israel Precious Stones and Diamonds Exchange 3. New Israel Club for Commerce in Diamonds	
เกาหลีใต้	1. Diamond Bourse of South Korea (DBK)	
จีน	1. Shanghai Diamond Exchange Company Limited (SDE)	1. Guangzhou Diamond Exchange (CNGZDE) 2. Shenzhen Rough Diamond Exchange (SRDE)
ญี่ปุ่น	1. Tokyo Diamond Exchange	
สิงคโปร์	1. Diamond Exchange of Singapore (DSE)	1. Singapore Diamond Investment Exchange (SDIX)
ไทย	1. Bangkok Diamonds and Precious Stones Exchange (ปัจจุบันได้ชำระบัญชีแล้ว)	
โปรตุเกส		1. Lisbon Rough Diamond Bourse
ซิมบับเว		1. Minerals Marketing Corporation of Zimbabwe
โมนาโก		1. Monaco Diamond Exchange

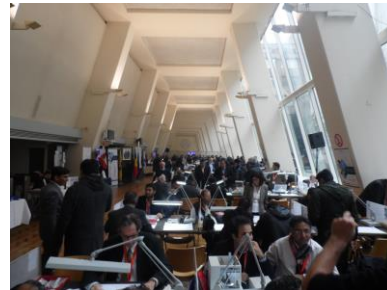
ในส่วนต่อไปนี้จะแสดงกรณีของ Diamond Bourse บางแห่งเพื่อศึกษาถึงการให้บริการและการบริหารจัดการ ดังนี้

2.3.1 Antwerpsche Diamantkring CVBA

Antwerpsche Diamantkring CVBA (เบลเยียม)¹¹ หรือ Antwerp Rough Diamond Bourse เป็นกิจการของบริษัทเอกชนที่จัดตั้งกลายเป็นสหกรณ์จำกัด (Cooperative Society with Limited Liability) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1929 (พ.ศ.2472) ณ เมือง Antwerp ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้า การเงิน และโลจิสติกส์ที่สำคัญที่สุดของประเทศเบลเยียม และเป็นตลาดการค้า Diamond Bourse แห่งแรกของโลกที่เน้นการซื้อขายแลกเปลี่ยนเฉพาะเพชรก้อน (Rough Diamond) Antwerp Diamantkring เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้ง World Federation of Diamond Bourse ปัจจุบัน Antwerp Diamantkring มีสมาชิกที่ทำการซื้อขายเพชรก้อนระหว่างกัน 800 บริษัท

¹¹ ข้อมูลเรียบเรียงจากเว็บไซต์ <http://diamantkring.org/about-us/about-the-diamantkring/>

ประกอบด้วยผู้ผลิตเพชร ผู้ค้าส่งค้าปลีกเพชร และนายหน้าค้าเพชร (ส่วนใหญ่เป็นคนเบลเยียม ยุโรป อินเดีย อิสราเอล อเมริกา) โดย Antwerp Diamantkring ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าเพชรที่มีการจัดระบบเป็นอย่างดี มีความมั่นคง ปลอดภัย



นอกจากการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเจรจาซื้อขายเพชรแล้ว Antwerp Diamantkring ได้แก่ ห้องเจรจาซื้อขายสินค้า (Trading Floor หรือ Exchange Hall) มีขนาดความยาว 64 เมตร กว้าง 14 เมตร สูง 9 เมตร ขนาดพื้นที่ 400 ตารางเมตร ติดกระจกที่มองเห็นแสงสว่างจากภายนอก และยังได้จัดเตรียมพื้นที่สำหรับกิจกรรมการประชุมสัมมนา การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่าย เช่น งานนิทรรศการแสดงสินค้าเพชร Antwerp Rough Diamond Days โดยจะอนุญาตให้ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกเข้าเยี่ยมชมงานนิทรรศการได้เฉพาะรายที่มีสมาชิกตลาดเป็นผู้รับรองและพาเข้าชมเท่านั้น รวมถึงบริการข้อมูล และตลาดการค้า Online Trading Platform



ภาพที่ 2.2 พื้นที่เจรจาการค้า (Trading Floor) ของ Antwerp Diamantkring

คณะกรรมการบริหารตลาด Antwerp Diamantkring มี 14 ตำแหน่ง ประกอบด้วย (1) ประธาน (President) 1 ตำแหน่ง (2) รองประธาน (Vice President) 1 ตำแหน่ง (3) กรรมการบริหาร (Executive Board Members) 4 ตำแหน่ง และ (4) กรรมการ 8 ตำแหน่ง โดยสมาชิกฯ เป็นผู้เสนอชื่อ และลงคะแนนเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารฯ มีการเลือกตั้งครั้งละ 2 ปี กรรมการสามารถดำรงตำแหน่งได้รวมถึงไม่เกิน 2 สมัย (ไม่เกิน 4 ปี ต่อเนื่องกัน)

2.3.2 Beurs Voor Diamanthandel CVBA

Beurs Voor Diamanthandel CVBA (เบลเยียม) ตั้งอยู่ในเมือง Antwerp และอยู่ในบริเวณถนนย่านเดียวกับ Antwerp Diamantkring เป็นกิจการของบริษัทเอกชนที่จัดตั้งคล้ายเป็นสหกรณ์จำกัด (Cooperative Society with Limited Liability) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1904 (พ.ศ.2447) เพื่อเป็นตลาดกลางซื้อขายเพชรที่มีการควบคุมความมั่นคงปลอดภัยในการซื้อขายระหว่างสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาด โดยมีบริการต่างๆ ให้แก่สมาชิก ได้แก่ ห้องประมูลซื้อขายเพชรและเครื่องประดับ (Trading Hall) บริการอุปกรณ์สำนักงานที่อยู่ในห้องประมูลซื้อขาย บริการอินเทอร์เน็ตและไปรษณีย์ บริการวัดขนาดและชั่งน้ำหนักเพชร บริการตรวจรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ บริการร้านอาหาร บริการห้องสมุด บริการให้เช่าห้องมั่นคงและกล่องเก็บอัญมณีและเครื่องประดับที่อยู่ในอาคาร บริการจับคู่ธุรกิจกับผู้ผลิตและนายหน้าอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำ บริการอาคารที่มีระบบควบคุมความปลอดภัยภายในและพื้นที่รอบนอกตลอดเวลา บริการข้อมูลอุปสงค์และอุปทานเพชรและเครื่องประดับ และ IdexOnline บริการระงับข้อพิพาทระหว่างสมาชิก การจัดกิจกรรมสัมมนาและการเจรจาซื้อขายเพชร การรับประกันสมาชิกให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนจากธนาคารเพชร (Diamond Bank) และสิทธิประโยชน์ในการเข้าถึงตลาดการค้าอื่นๆ ในโลก



ภาพที่ 2.3 Beurs Voor Diamanthandel CVBA ประเทศเบลเยียม



ภาพที่ 2.4 สถานที่ของ Beurs Voor Diamanthandel เมือง Antwerp ประเทศเบลเยียม

Beurs Voor Diamanthandel อยู่ภายใต้การบริหารของคณะกรรมการรวม 12 คน เลือกตั้งจากสมาชิก มีวาระดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปี ส่วนโครงสร้างบริหารภายในตลาดฯ แบ่งงานเป็น 4 ฝ่าย ได้แก่ (1) ฝ่ายบริหารอาคารสถานที่ (2) ฝ่ายบริหารความมั่นคงปลอดภัย (3) ฝ่ายการเงินและงบประมาณ และ (4) ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยเปิดรับสมาชิกที่เป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก ตัวแทนและนายหน้าของกิจการค้าเพชร และพนักงานในกิจการฯ ในเบลเยียมและต่างประเทศ โดยการรับสมาชิกใหม่จะต้องมีสมาชิกเดิมของตลาดฯ เป็นผู้รับรองไม่น้อยกว่า 2 ราย และเป็นกิจการที่มีประวัติการดำเนินงานดี

2.3.3 Bharat Diamond Bourse

Bharat Diamond Bourse ตั้งอยู่ ณ นครมุมไบ ประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้า การเงิน และโลจิสติกส์ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย Bharat Diamond Bourse หรือ BDB เป็นตลาดการค้าเพชรที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ตั้งอยู่บนพื้นที่ 20 เอเคอร์ (ประมาณ 51 ไร่) ในจำนวนนั้น แบ่งเป็นพื้นที่ในอาคารที่มีการเชื่อมต่อระหว่าง 9 อาคาร มีพื้นที่รวมภายในอาคาร 2 ล้านตารางฟุต (185,800 ตารางเมตร) (พื้นที่รวมของ BDB มากกว่าพื้นที่รวมทั้งหมดของอาคารจิวเวลรี่เทรดเซ็นเตอร์ JTC กรุงเทพฯ ประมาณ 1.25 เท่า) ปัจจุบัน นอกจากผู้บริหาร DBD ใช้พื้นที่บางส่วนเป็นตลาดกลางการซื้อขายเพชรแล้ว BDB ยังได้แบ่งพื้นที่ให้ผู้ค้าเพชร อัญมณี และเครื่องประดับ และกิจการที่เกี่ยวข้องซื้อ/เช่าพื้นที่ภายในอาคาร ซึ่งมีจำนวนกว่า 2,500 ราย (แต่ละห้องมีพื้นที่ 600 ตารางฟุต หรือ 55 ตารางเมตร) และมีสมาชิก มากกว่า 13,000 ราย

ตลาดกลางการค้าเพชร BDB จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการส่งออกเพชรของอินเดีย เป็นสถานที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ค้าอินเดียกับต่างประเทศเจรจาซื้อขายเพชรภายใต้ความมั่นคงปลอดภัยของสถานที่ มีผู้ซื้อ ผู้ขาย ตัวแทนและนายหน้าค้าเพชรที่มีคุณสมบัติและมีความเชื่อถือได้เข้ามาทำการซื้อขาย และบริการสนับสนุนต่างๆ ที่ครบวงจร เช่น ห้องประมูลและเจรจาการค้า (Trading Halls) จำนวน 2 ห้อง (พื้นที่รวม 20,000 ตาราง

ฟุต หรือ 1,858 ตารางเมตร) บริการตลาดการค้าออนไลน์ บริการห้องรับรองสำหรับสมาชิก ธนาคาร อินเทอร์เน็ต ร้านอาหาร บริการค้าออนไลน์ บริการรถโดยสารรับส่ง บริการตรวจรับรองอัญมณี บริการ จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องมือตรวจสอบอัญมณี บริการข้อมูลการตลาด บริการให้เช่าพื้นที่เพื่อจัดงาน ฟีลด์บรอมและแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และบริการรับรองการเดินทางภายในประเทศและ ต่างประเทศ



ภาพที่ 2.5 สภาพห้องเจรจาการค้าของ Bharat Diamond Bourse

2.3.4 Borsa Diamanti D'Italia

Borsa Diamanti D'Italia ตั้งอยู่ ณ เมืองมิลาน ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางแฟชั่นของประเทศอิตาลี Borsa Diamanti D'Italia (BDI) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1926 (พ.ศ. 2469) เพื่อเป็นตลาดกลาง การค้าเพชรและเครื่องประดับเฉพาะผู้ซื้อและผู้ขายที่ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาดที่มาจากพื้นที่การผลิตและ การค้าสำคัญของอิตาลี เช่น Milan, Bergamo, Rome, Florence, Genoa, Verona, Vicenza เป็นต้น

เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมเพชรและเครื่องประดับของอิตาลี โดยปัจจุบัน การดำเนินงานอยู่ภายใต้การบริหารของคณะกรรมการฯ รวม 9 คน เลือกตั้งจากสมาชิกฯ โดยการรับรองของที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี BDI เรียกเก็บค่าสมาชิกในอัตรา ดังนี้ (1) ค่าลงทะเบียนแรกเข้า 1,000 ยูโร (2) ค่าลงทะเบียนสำหรับผู้แทนของสมาชิกเดิม เรียกเก็บเพิ่มคนละ 300 ยูโร และ (3) ค่าลงทะเบียนรายปี 750 ยูโร/กิจการ

2.3.5 Diamant – Und Edelsteinbörse Idar Oberstein E.V.

Diamant – UND Edelsteinbörse Idar Oberstein E.V. (เยอรมนี) หรือ “German Diamond and Gemstone Exchange” หรือ “ตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและอัญมณีแห่งเยอรมนี” ตั้งอยู่ ณ เมือง Oberstein ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางอุตสาหกรรมการเจียระไนเพชรและพลอยสีของประเทศเยอรมนี โดยตลาดดังกล่าวก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1974 (พ.ศ.2517) และเป็นตลาดกลางการค้าแห่งแรกของโลกที่รวบรวมเอาการซื้อขายเพชรและพลอยสีเข้าไว้ด้วยกัน โดยผู้ผลักดันการจัดตั้งตลาดการค้าฯ ได้แก่ สมาคมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของเยอรมนี และในปี ค.ศ.1975 (พ.ศ.2518) ได้เข้าเป็นสมาชิก WFDB โดยบริการนอกเหนือจากการจัดสถานที่ไว้เป็นห้องประมูล ห้องเก็บอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการจัดระบบความมั่นคงปลอดภัยให้บริการเฉพาะสมาชิกแล้ว สมาคมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของเยอรมนียังเป็นหน่วยงานผลักดันการจัดงาน Intergem Trade Fair เป็นประจำช่วงปลายเดือนกันยายนถึงต้นเดือนตุลาคมทุกปี ณ เมือง Oberstein เพื่อเป็นการแสดงสินค้าและจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าภายในประเทศเยอรมนีและต่างประเทศ โดยแต่ละปีจะมีผู้ผลิตและผู้ค้าเข้าร่วมนำสินค้าเพชร พลอยสี และเครื่องประดับเข้าร่วมแสดงประมาณ 120 บริษัท และผู้เข้าร่วมงาน 3,500 คน จาก 25 ประเทศ



2.3.6 Diamant – Club Wien

Diamant – Club Wien ตั้งอยู่ ณ กรุงเวียนนา ซึ่งเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้าและการเงินของประเทศออสเตรีย โดย Diamant Club Wien (DCW) จัดเป็น Diamond Bourse ขนาดเล็ก และจัดตั้งในรูปแบบเป็นองค์กรไม่หวังกำไรที่เป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรเพียงแห่งเดียวของประเทศออสเตรีย โดยจัดตั้งมาเป็นเวลาประมาณ 100 ปี ให้บริการเฉพาะสมาชิกของตลาดเท่านั้น และรับซื้อขายเฉพาะเพชรที่ผ่าน Kimberly Process และผ่านมือสมาชิกที่มีความน่าเชื่อถือเท่านั้น และมีบริการให้แก่สมาชิกซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 460 ราย ได้แก่ บริการตรวจรับรองเพชรเพื่อพิสูจน์ว่าเป็นเพชรธรรมชาติหรือเพชรสังเคราะห์ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย บริการจับคู่ธุรกิจ บริการข้อมูลการตลาดและข้อมูลด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเพชรและเครื่องประดับ บริการให้คำปรึกษาแก่สมาชิก บริการติดต่อหน่วยงานภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อช่วยยกระดับการค้าและการผลิตเพชรและ

เครื่องประดับ โดยผู้ที่เข้าเป็นสมาชิกจะต้องเป็นผู้ประกอบธุรกิจเพชรหรือเครื่องประดับในออสเตรียหรือเยอรมนีเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ปี และมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจ โดยการบริหาร Diamant Club Wien อยู่ภายใต้คณะกรรมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย (1) ประธานกรรมการ 1 ตำแหน่ง (2) รองประธาน 3 ตำแหน่ง (3) เลขาธิการ 1 ตำแหน่ง (4) รองเลขาธิการ 1 ตำแหน่ง (5) เภรัญญิก 1 ตำแหน่ง (6) รองเภรัญญิก 1 ตำแหน่ง (7) กรรมการตลาด 9 คน และ (8) กรรมการตรวจสอบ 2 ตำแหน่ง

2.3.7 Diamantclub Van Antwerpen CVBA

Diamantclub Van Antwerpen CVBA ประเทศเบลเยียม เป็นกิจการของบริษัทเอกชนที่จัดตั้งคล้ายเป็นสหกรณ์จำกัด (Cooperative Society with Limited Liability) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1892 (พ.ศ.2435) โดยกลุ่มของผู้ค้าเพชรที่รวมตัวกันเป็นสมาคมการค้า โดยมีสถานที่ตั้งของตลาดอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับตลาดการค้าเพชร Diamond Bourse อื่นๆ ของเมือง Antwerp ได้แก่ ตลาด Antwerpsche Diamantkring และ Beurs Voor Diamanthandel โดยมีบริการคล้ายกัน โดยมีบริการห้องประมูลซื้อขายสำหรับสมาชิก บริการห้องมั่นคงและกล่องรับฝากอัญมณี ประเมินราคาเพชร บริการออกใบรับรองมาตรฐานเพชร และให้เข้าพื้นที่เพื่อจัดตั้งสำนักงานขายเพชรและเครื่องประดับ



ภาพที่ 2.6 สถานที่ของ Diamantclub Van Antwerpen CVBA
ซึ่งอยู่ตรงข้ามสถานีรถไฟเมือง Antwerp ประเทศเบลเยียม

2.3.8 Diamond Bourse of Canada

Diamond Bourse of Canada หรือ DBC เป็นองค์กรไม่หวังกำไรของภาคเอกชนที่จัดตั้งเป็นตลาดกลางการค้าเพชรและพลอยสีสำหรับสมาชิกที่เป็นคนแคนาดาและชาวต่างประเทศที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิก โดยตั้งอยู่ ณ กรุงโตรอนโต รัฐ Ontario ประเทศแคนาดา ซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจและการเงินที่มีความสำคัญมากที่สุดของประเทศแคนาดา การบริหารงานของ DBC อยู่ภายใต้คณะกรรมการ 6 คนที่เลือกตั้งจากสมาชิกในการประชุมใหญ่สามัญประจำปี โดยประกอบด้วย (1) ประธานตลาด 1 ตำแหน่ง (2) รองประธานตลาด 1 ตำแหน่ง (3) เภรัญญิก 1 ตำแหน่ง (4) เลขาธิการ 1

ตำแหน่ง และ (5) กรรมการตลาด 2 ตำแหน่ง มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี โดยมีภารกิจสำคัญในการดำเนินงานเพื่อให้บริการตลาดกลางซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอยสีระหว่างสมาชิกที่มีความน่าเชื่อถือ มีการซื้อขายที่มั่นคงปลอดภัย สินค้าที่ความน่าเชื่อถือและผ่านการรับรอง และมีการดำเนินธุรกิจที่มีจริยธรรมและการค้าที่เป็นธรรม

สมาชิกที่จะขึ้นทะเบียนตลาด DBC ได้ต้องมีคุณสมบัติดังนี้ (1) มีความรู้และความชำนาญในการทำธุรกิจเพชรและพลอยสี (2) สามารถอธิบายลักษณะของเพชร พลอยสี และเครื่องประดับได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม (3) ไม่ทำการค้าสินค้าที่ขัดต่อกฎหมายและจริยธรรม (4) เปิดเผยมูลค่าและการเพิ่มมูลค่า (Treatment) เพชรและพลอยสีทั้งกรณีเพชรแท้ พลอยสี เพชรสังเคราะห์ พลอยสังเคราะห์ (5) ไม่ใช้แรงงานผิดกฎหมายและสวัสดิการแก่แรงงานไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด และ (6) ให้เกียรติต่อผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และผู้ค้ารายอื่นที่เป็นสมาชิกตลาด โดยบริการที่ตลาดการค้า DBD ให้แก่สมาชิก ได้แก่ (1) การให้สิทธิการรับส่วนลดจากการใช้บริการธุรกิจที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงกับตลาด เช่น ส่วนลดบริการโลจิสติกส์รับส่งอัญมณี (รับส่วนลดร้อยละ 20 ของค่าขนส่งปกติ) ส่วนลดค่าพักโรงแรม ส่วนลดค่าตรวจรับรองอัญมณีของสถาบันที่เข้ามาจัดตั้งในพื้นที่ตลาดฯ (2) บริการข้อมูลการตลาด (3) บริการอ้างอิงสมาชิกเข้าสู่ตลาด Diamond Bourse อื่นๆ (4) บริการให้ใช้เครื่องมือตรวจวัดน้ำหนัก ขนาด และแสงสีของเพชรและอัญมณี (5) บริการให้เช่าห้องประชุมและสัมมนา (6) บริการห้องประมูลและเจรจาซื้อขายสินค้า (6) บริการห้องมั่นคงและกล่องรับฝากสินค้า (Safety Deposit Box) (7) คลังสินค้าทัณฑ์บน (8) บริการชำระภาษีศุลกากรและภาษีมูลค่าเพิ่ม (กรณีนำสินค้าทัณฑ์บนออกมาจำหน่ายในประเทศ) (9) บริการรับรองการเดินทางภายในประเทศและระหว่างประเทศ และ (10) ให้ใช้สถานที่เพื่อจัดงานแสดงสินค้าของสมาชิกฯ และให้ DBC เป็นผู้แนะนำลูกค้า (โดยตลาดฯ จะเก็บค่านายหน้าร้อยละ 0.25 ของมูลค่าสินค้าที่ขายได้)

2.3.9 Diamond Bourse of Southeast United States

Diamond Bourse of Southeast United States ตั้งอยู่ในเมือง Miami รัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางการเงิน การค้า การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ของฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ของสหรัฐอเมริกา Diamond Bourse of Southeast United States หรือเป็นที่รู้จักว่า “Southeast Diamond Dealers Club” จัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด โดยเป็นการรวมสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการดำเนินงานและการให้บริการที่โดดเด่นมากนัก

2.3.10 Diamond Chamber of Russia

Diamond Chamber of Russia ตั้งอยู่ในมอสโก ประเทศรัสเซีย ซึ่งเป็นเมืองหลวงและเป็นศูนย์กลางการค้า การเงิน และเศรษฐกิจของประเทศรัสเซีย โดยเป็นกิจการที่จัดตั้งโดยเอกชนและดำเนินงานโดย Alrosa ซึ่งเป็นกิจการผู้นำด้านการทำเหมืองเพชร การเจียระไน และการจำหน่ายเพชรรายใหญ่ที่สุดของรัสเซีย โดยมีส่วนแบ่งตลาดมากถึงร้อยละ 95 ของการผลิตเพชรของประเทศรัสเซีย อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของ Diamond Chamber of Russia ยังไม่มีสมาชิกที่เป็นกิจการในรัสเซียขึ้นทะเบียนเข้าร่วมในตลาดการค้าฯ มากนักเนื่องจากเป็นกิจการของตนเองเป็นทั้งผู้ผลิต



ผู้ค้า และผู้จำหน่ายเบ็ดเสร็จในตนเอง โดยจัดตั้งตลาดกลางฯ เพื่อเป็นเวทีให้ Alrosa ใช้เชื่อมโยงกับผู้ค้าในต่างประเทศเป็นหลัก เช่น Tiffany, Belgium's Laurelton Diamonds เป็นต้น

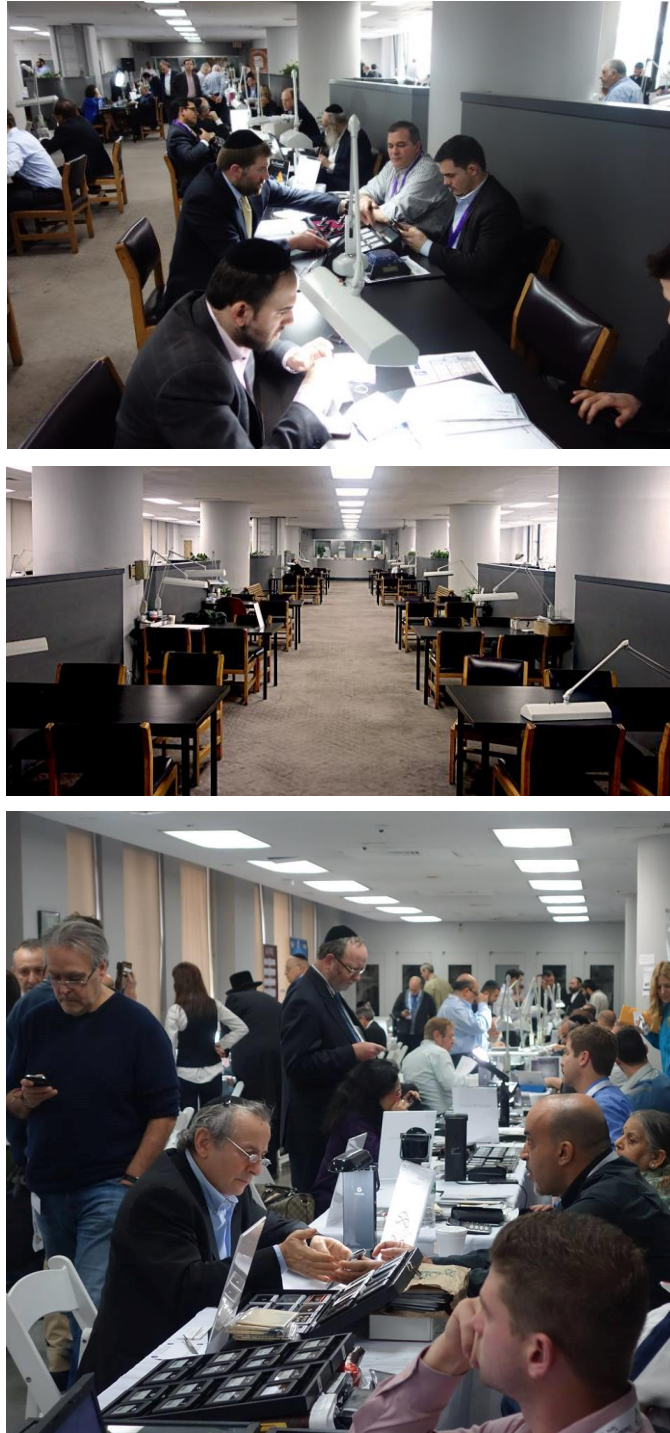
2.3.11 Diamond Club West Coast

Diamond Club West Coast หรือ DCWC ตั้งอยู่ในนคร Los Angeles รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางการเงิน การค้า การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ของฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา DCWC มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการค้าและการพัฒนาของอุตสาหกรรมเพชรในประเทศสหรัฐอเมริกาให้มีการดำเนินอย่างที่เป็นธรรม โปร่งใส ถูกต้อง ไม่ขัดต่อจริยธรรมธุรกิจ และมีการสร้างเอกภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก (สมาชิกเสียค่าธรรมเนียมรายปี 1,000 เหรียญ/ปี) การดำเนินงานของ DCWC อยู่ภายใต้การกำกับของคณะกรรมการ 11 คน ซึ่งประกอบด้วย (1) ประธานกรรมการ 1 ตำแหน่ง (2) รองประธานกรรมการ 2 ตำแหน่ง (3) เภรัณยู 1 ตำแหน่ง (4) เลขานุการ 1 ตำแหน่ง และ (5) กรรมการ 6 ตำแหน่ง โดยบริการที่ตลาดการค้า DCWC ให้แก่สมาชิก ได้แก่ (1) การให้สิทธิการรับส่วนลดจากการใช้บริการธุรกิจที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงกับตลาด เช่น ส่วนลดบริการโลจิสติกส์รับส่งอัญมณี ส่วนลดค่าตรวจรับรองอัญมณีของสถาบันที่เข้ามาจัดตั้งในพื้นที่ตลาดฯ (2) บริการข้อมูลการตลาด (3) บริการอ้างอิงสมาชิกเข้าสู่ตลาด Diamond Bourse อื่นๆ (4) บริการให้เข้าห้องประชุมและสัมมนา (5) บริการห้องประมูลและเจรจาซื้อขายสินค้า (6) บริการห้องมั่นคงและกล่องรับฝากสินค้า และ (7) บริการประสานงานเพื่อใช้พื้นที่ในงานแสดงสินค้าชั้นนำในสหรัฐอเมริกา

2.3.12 Diamond Dealers Club New York

Diamond Dealers Club New York หรือ DDC ตั้งอยู่ภายในตึก International Gem Tower ใจกลางเมืองมหานครนิวยอร์ก ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการเงิน ธุรกิจ และการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดของสหรัฐอเมริกา และเป็นตลาดการค้า Diamond Bourse ที่สำคัญที่สุดของสหรัฐอเมริกา DDC เป็นกิจการของเอกชนก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1931 (พ.ศ.2474) ที่เป็นการรวบรวมสมาชิกที่เป็นผู้ค้าและผู้ผลิตเพชร อัญมณี และเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันมีสมาชิก 2,000 กิจการ โดยผู้สมัครเป็นสมาชิกได้ต้องเป็นบุคคลที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเพชร พลอยสี หรือเครื่องประดับ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง บุคคลมีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป และทำงานอยู่ในกิจการไม่น้อยกว่า 2 ปี และเป็นกิจการที่มีความน่าเชื่อถือ โดยบริการที่ DDC ให้แก่สมาชิก ได้แก่ (1) บริการให้ใช้พื้นที่ตลาดการประมูลและเจรจาที่มีระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัย (มีพื้นที่ห้องประมูล 17,000 ตารางฟุต หรือ 1,580 ตารางเมตร โดยสามารถรองรับการให้บริการได้ประมาณ 300 บริษัท) (2) บริการค้าออนไลน์ Online Trading Platform (3) บริการข้อมูลการตลาด (4) บริการระงับข้อพิพาท (5) บริการเข้าถึงเครือข่ายสมาชิกตลาด Diamond Bourse ทั่วโลก (เน้นอิสราเอล เบลเยียม อินเดีย) (6) บริการโลจิสติกส์และไปรษณีย์ที่ครบวงจรที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน (7) บริการใช้ห้องรับรอง ห้องประชุมสัมมนา (8) บริการอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์สื่อสาร (9) บริการอุปกรณ์ที่ใช้วัดขนาดและน้ำหนัก (10) บริการตรวจรับรองอัญมณีและเพชร

(11) บริการห้องมั่นคงและกล่องนิรภัย (12) บริการร้านอาหารและภัตตาคาร (13) บริการให้ความรู้และ
สัมมนาแก่สมาชิก (14) เป็นตัวแทนสมาชิกในการหารือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน



ภาพที่ 2.7 สภาพห้องที่ใช้ในการเจรจาการค้าและกิจกรรมเจรจาการค้าภายใน Diamond Dealers Club New York

2.3.13 Diamond Dealers Club of Australia

Diamond Dealers Club of Australia ประเทศออสเตรเลีย หรือ DDCA ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.2007 (พ.ศ.2550) เพื่อสร้างเอกภาพของอุตสาหกรรมเพชรในออสเตรเลียและสร้างตลาดกลางการซื้อขายเพชรก้อนและเพชรเจียรระโนอย่างถูกกฎหมาย มีการดำเนินการอย่างมีธรรมาภิบาล รับผิดชอบต่อผู้บริโภค เป็นเวทีกลางเพื่อระงับข้อพิพาทระหว่างสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาด ตลอดจนเป็นตัวแทนของภาคอุตสาหกรรมเพชรของประเทศออสเตรเลียในการประชุมหรือทำข้อตกลงกับองค์การภายในประเทศและองค์การระหว่างประเทศ สมาชิกของ DDCA ส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้า ผู้ส่งออก ผู้ค้าส่งอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความน่าเชื่อถือทางการเงินและประวัติการดำเนินงาน โดยสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกได้รับประกอบด้วย (1) ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาด เช่น ห้องประมูลและเจรจาการค้าเพชร ห้องมั่นคงเพื่อเก็บรักษาเพชร บริการตรวจรับรองเพชร (2) เข้าถึงราคาแนะนำในการซื้อขายเพชรแต่ละประเภทในออสเตรเลีย (3) เข้าถึงบริการข้อมูลการจัดระบบความน่าเชื่อถือของผู้ซื้อกับผู้ขายเพชรที่ขึ้นทะเบียนในตลาด (4) ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ตลาด (5) ใช้เวที DDCA ในการระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า และตัวแทนค้าเพชร และ (6) สามารถใช้สิทธิสมาชิกของ DDCA เพื่อเข้าไปทำการซื้อขายเพชรกับ Diamond Bourse อื่นๆ ในโลกภายใต้เครือข่าย WFDB และเข้ารับฟังการสัมมนาและฝึกอบรมที่จัดขึ้นโดย WFDB

2.3.14 Diamond Dealers Club of South Africa

Diamond Dealers Club of South Africa หรือ DDCSA ตั้งอยู่ ณ กรุง Johannesburg ประเทศแอฟริกาใต้ ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญด้านเศรษฐกิจและการค้าของแอฟริกาใต้ DDCSA ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1947 (พ.ศ.2490) ซึ่งเป็นการรวมตัวของกลุ่มพ่อค้าเพชร พลอยสี และเครื่องประดับ มีบริการที่ให้แกสมาชิก ได้แก่ (1) บริการให้ใช้พื้นที่ตลาดการประมูลและเจรจาที่มีระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัย (2) บริการค้าออนไลน์ Online Trading Platform สำหรับสมาชิก (3) บริการข้อมูลการตลาด (4) บริการระงับข้อพิพาท (5) บริการเข้าถึงเครือข่ายสมาชิกตลาด Diamond Bourse ทั่วโลก (6) บริการห้องมั่นคงและกล่องนิรภัย

2.3.15 Dubai Diamond Exchange

Dubai Diamond Exchange หรือ DDE ตั้งอยู่ ณ นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้า การเงิน และโลจิสติกส์ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเป็นเขตปลอดอากรศุลกากรของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดย DDE เป็นตลาดกลางซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอยสีเพียงแห่งเดียวในกลุ่มประเทศอาหรับ โดยมีการคัดกรองเฉพาะสมาชิกที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้จำหน่าย ผู้นำเข้า และผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมเพชรและพลอยสีที่มีความน่าเชื่อถือ ซื้อขายเพชรเฉพาะที่ได้ Kimberley Process เท่านั้น และมีการซื้อขายและรับฝากสินค้าภายในระบบความมั่นคงปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง บริการที่ DDE ให้ประกอบด้วย (1) บริการให้ใช้พื้นที่ตลาดการประมูลและเจรจาที่มีระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัย (2) บริการค้าออนไลน์ Online Trading Platform (3) บริการห้องมั่นคงและกล่องรับฝาก

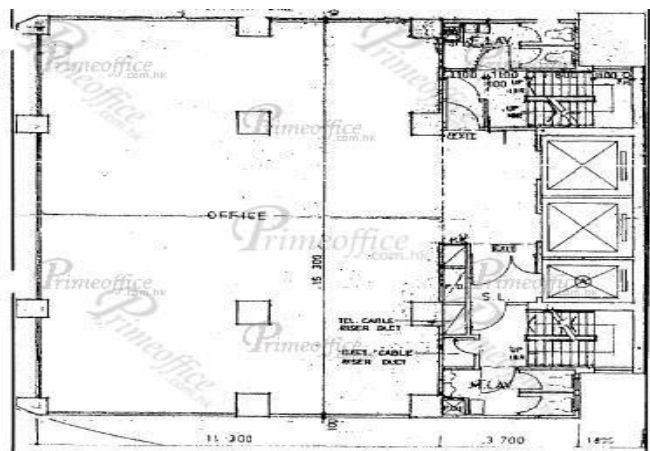
สินค้า (4) บริการธนาคารและประกันภัย (5) บริการขนส่งและโลจิสติกส์ (6) บริการข้อมูลการตลาด (7) บริการรับซื้อพิพาท (8) บริการเข้าถึงเครือข่ายสมาชิกตลาด Diamond Bourse ทั่วโลก (9) ให้เช่าพื้นที่เพื่อจัดตั้งสำนักงานค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในอาคารเดียวกันตลาด (10) บริการใช้ห้องรับรอง ห้องประชุมสัมมนา (11) บริการอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์สื่อสาร (12) บริการร้านอาหารและภัตตาคาร (13) บริการให้ความรู้และสัมมนาแก่สมาชิก



ภาพที่ 2.8 DDE นครดูไบ จัดพื้นที่ส่วนหนึ่งภายในอาคารไว้มอบรับกิจกรรมประชุมสัมมนาด้านอัญมณี

2.3.16 Hong Kong Diamond Bourse

Hong Kong Diamond Bourse ฮองกง จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดภายใต้ชื่อ Hong Kong Diamond Bourse Limited (HKDB) เมื่อปี ค.ศ.1981 เพื่อส่งเสริมบทบาทของฮองกงในการเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรและเครื่องประดับในภูมิภาคเอเชีย โดย Hong Kong Diamond Bourse ตั้งอยู่ในตึกชื่อ Hong Kong Diamond Exchange Building เป็นอาคารสูง 25 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยรวมภายในอาคาร (Ground Floor Area) 66,000 ตารางฟุต เปิดให้บริการตั้งแต่ 8.00 – 18.00 น. มีลิฟท์ 3 ตัว มีบริการสถานที่จอดรถให้เช่าเป็นรายเดือน และเดินทางสัญจรไปมาได้สะดวกโดยอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทาง รถมินิบัส และจุดจอดที่กำหนดของรถแท็กซี่ และบริการให้เช่าพื้นที่ภายในอาคารให้สมาชิกเช่าเพื่อจัดตั้งเป็นสำนักงานขาย ปัจจุบัน การดำเนินงานของ Hong Kong Diamond Bourse มีสมาชิกขึ้นทะเบียนซื้อขายรวม 1,706 ราย เน้นการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรที่ได้ Kimberley Process และเครื่องประดับ นอกจากนี้ การซื้อขายเพชรที่มีขนาดตั้งแต่ 0.5 กะรัต ขึ้นไป จะต้องออกใบรับรองคุณสมบัติของเพชรเพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อขาย โดยตลาด Hong Kong Diamond Bourse ได้จัดให้มีห้องประมูลเจียรจา และบริการ Online Trading Platform และให้สถาบันตรวจรับรองอัญมณีและเครื่องประดับเช่าพื้นที่ในตลาดเพื่อให้บริการแก่ผู้ค้า ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และนายหน้าเข้ามาทำการซื้อขายเพชรและเครื่องประดับ รวมถึงบริการข้อมูล



ภาพที่ 2.9 สภาพอาคารสถานที่ของ Hong Kong Diamond Bourse ซึ่งภายในอาคารประกอบด้วยตลาดกลาง การซื้อขายเพชรและอัญมณี และที่ทำการของสมาคมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกง

2.3.17 Israel Diamond Exchange

Israel Diamond Exchange ประเทศอิสราเอล¹² เป็นตลาดการค้าเพชรฯ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ดำเนินการโดยบริษัทเอกชน Israel Diamond Exchange Enterprises (1965) Limited ที่ดำเนินธุรกิจพัฒนาตลาดการค้าเพชร มาตั้งแต่ปี ค.ศ.1965 (พ.ศ.2508) ตั้งอยู่ ณ กรุงเทลอาวีฟ ประเทศอิสราเอล มีสมาชิกประมาณ 3,100 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพชร อาทิ ผู้นำเข้าและส่งออกเพชรก้อนและเพชรเจียระไน ผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ นายหน้า ฯลฯ โดย Israel Diamond Exchange (IDE) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาความมั่นคงปลอดภัยในการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชร และมีบริการครบวงจรทุกอย่างไว้ในสถานที่เพียงแห่งเดียว (Everything under One Roof) เช่น ห้องเจรจาซื้อขายเพชรก้อน ห้องเจรจาซื้อขายเพชรเจียระไน บริการโลจิสติกส์ (เช่น Brinks, MALCA-AMIT, FedEx, UPS) ประกันภัย ธนาคาร ไปรษณีย์ บริการตรวจ

¹² ข้อมูลเรียบเรียงจาก <https://en.israelidiamond.co.il/israel-diamond-exchange/>

รับรองคุณภาพและน้ำหนักอัญมณี สำนักงานศุลกากร ห้องประกอบพิธีทางศาสนา ร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านค้า ห้องออกกำลังกาย คลินิก อินเทอร์เน็ต บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ และบริการอุปกรณ์ด้านอัญมณีศาสตร์ โดยมีพื้นที่ใช้สอยรวม 80,000 ตารางเมตร ครอบคลุมพื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ส่วนที่เปิดให้สมาชิกเช่าทำเป็นสำนักงานขายและสถานที่เก็บสินค้า



ภาพที่ 2.10 สภาพทั่วไปและห้องเจรจาการค้าภายใน Israel Diamond Exchange กรุงเทลอาวีฟ รัฐอิสราเอล

Israel Diamond Exchange เป็นสมาชิกของสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก (World Federation of Diamond Bourses - WFDB) สภาเพชรโลก (World Diamond Council - WDC) ซึ่งให้ความสำคัญกับการค้าเพชรที่ได้รับการรับรองตามกระบวนการ Kimberley Process เท่านั้น และสหพันธ์เครื่องประดับโลก (World Jewelry Confederation- CIBJO) ตลอดจนเป็นตัวแทนสมาชิกในการเจรจาและการพัฒนาความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ เช่น สมาคมผู้ผลิตเพชรอิสราเอล (Diamond Manufacturer's Association) สถาบันเพชรแห่งอิสราเอล (Israel Diamond Institute) และช่วยเหลือสมาชิกในด้านการตลาด การหาแหล่งวัตถุดิบเพชรก้อน การเป็นตัวแทนในการเจรจากับรัฐบาล เป็นต้น การบริหารของ Israel Diamond Exchange อยู่ภายใต้คณะกรรมการบริษัทฯ 15 คน ซึ่งประกอบด้วย (1) ประธานกรรมการ (2) กรรมการผู้จัดการ (3) รองประธานกรรมการอาวุโส (4) รองประธานกรรมการ 3 ตำแหน่ง (5) เภรัณูญิก (6) เลขานุการบริษัท และ (7) กรรมการบริษัทฯ อีก 7 ตำแหน่ง

2.3.18 Israel Precious Stones and Diamond Exchange

Israel Precious Stones and Diamond Exchange ประเทศอิสราเอล หรือ “IPSDE” เป็นบริษัทเอกชนที่ให้บริการตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนพลอยสีและเพชรภายในประเทศและระหว่างประเทศ IPSDE ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1937 (พ.ศ.2480) โดยกลุ่มพ่อค้าพลอยสี ปัจจุบัน IPSDE เป็นตลาดการค้ารัตนชาติ (เพชร และพลอยสี) ที่มีสมาชิกขึ้นทะเบียนอยู่ 250 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการค้าพลอยสี เพชร และรัตนชาติอื่นๆ IPSDE ตั้งอยู่ในย่าน Ramat Gan กรุงเทลอาวีฟ ซึ่งเป็นย่านการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดของประเทศอิสราเอล และมีอาคารเชื่อมโยงกัน 4 อาคารระหว่าง Diamond Bourse ที่บริหารกันโดย 4 บริษัท ที่อยู่ในพื้นที่ Israel Diamond Exchange Complex ซึ่งเป็นย่านการค้าพลอยสีที่มีระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่สุดของโลก และอนุญาตให้เฉพาะสมาชิกของตลาด Diamond Bourse เท่านั้นที่ทำการซื้อขายเจรจาแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันได้

2.3.19 Moscow Diamond Bourse

Moscow Diamond Bourse ดำเนินการโดยภาคเอกชนของประเทศรัสเซีย และได้รับอนุมัติการจัดตั้งตลาดการค้าฯ จากกระทรวงการคลัง ประเทศรัสเซีย เนื่องจากมีธุรกรรมที่เกี่ยวกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชร พลอย รัตนชาติ ทอง และสัญญาการซื้อขายสินค้าล่วงหน้าประเภทต่างๆ โดยมูลเหตุสำคัญที่จัดตั้ง Diamond Bourse เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในรัสเซียเกือบทั้งหมดเป็นกิจการขนาดกลางและย่อม (SME) และมีความต้องการในการหาสถานที่ที่ถูกต้อง (Legal Place) ในการซื้อขายเพชรก้อนและเพชรเจียระไน ที่มีการจัดระเบียบด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ตลอดจนมีสถาบันการเงินที่อยู่ในบริเวณเดียวกันที่มีความรู้ความเข้าใจในการนำเพชรมาเป็นหลักประกันการกู้เงิน และมีบริการอื่นๆ สนับสนุน เช่น การประกันภัย คลังสินค้าที่เก็บรักษาเพชร บริการโลจิสติกส์ขนส่งเพชรระหว่าง Diamond Bourse กับสนามบิน บริการด้านศุลกากร บริการตรวจรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้งรัฐบาลสนับสนุนให้การซื้อขายอัญมณีในพื้นที่จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และอากรขาเข้า โดย Moscow Diamond Bourse ตั้งอยู่ ณ Moscow's Worldwide Diamond Center (มีการใช้พื้นที่ประมาณ 67,000 ตารางเมตร มีผู้ประกอบการใช้พื้นที่

และเป็นสมาชิกประมาณ 2,000 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีของประเทศรัสเซีย) Moscow Diamond Bourse ดำเนินการโดยผู้ประกอบการเอกชน และสร้างมูลค่าการซื้อขายประมาณปีละ 2 – 2.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ



ภาพที่ 2.11 เอกสารประชาสัมพันธ์ Moscow Diamond Bourse ประเทศรัสเซีย

2.4 ลักษณะการจัดตั้งและบริการที่เสนอของตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ

จากการศึกษาลักษณะการจัดตั้งของ Diamond Bourse พบว่า กิจการ Diamond Bourse ในโลกล้วนมีการดำเนินงานโดยภาคเอกชน โดยมีบาง Diamond Bourse ที่ดำเนินการในลักษณะของบริษัทจำกัด เช่น อิสราเอล จีน ฮองกง และเกาหลีใต้ ขณะที่บาง Diamond Bourse ที่ดำเนินงานในลักษณะของสหกรณ์จำกัด องค์กรไม่หวังกำไร หรือดำเนินงานในรูปแบบของสมาคมการค้า ซึ่งเป็นหน่วยงานไม่หวังกำไร เช่น เบลเยียม แคนาดา โปรตุเกส ดังแสดงตามภาพที่ 2.12

ลักษณะการจัดตั้ง Diamond Bourse

ประเทศ	ชื่อกิจการฯ	จัดตั้งในรูป บริษัทจำกัด	จัดตั้งในรูปสมาคม/ องค์การไม่หวังกำไร	องค์การ ของรัฐ
อิสราเอล	Israel Diamond Exchange Limited (ISDE)	✓		
อิสราเอล	Israel Precious Stones and Diamonds Exchange	✓		
จีน	Shanghai Diamond Exchange Company Limited (SDE)	✓		
จีน	Guangzhou Diamond Exchange (CNGZDE)	✓		
เบลเยียม	Antwerp Rough Diamond Bourse		✓	
อินเดีย	Bharat Diamond Bourse (BDB)		✓	
อินเดีย	Gem & Jewelry Export Promotion Council (GJEPC)		✓	
อินเดีย	Surat Diamond Bourse	✓		
ฮ่องกง	Hong Kong Diamond Bourse Limited (HKDB)	✓		
อังกฤษ	London Diamond Bourse Limited	✓		
แคนาดา	Diamond Bourse of Canada		✓	
สหรัฐอเมริกา	Diamond Dealers Club New York (DDC)		✓	
เกาหลีใต้	Diamond Bourse of South Korea (DBK)	✓		
โปรตุเกส	Lisbon Rough Diamond Bourse		✓	

ภาพที่ 2.12 ลักษณะการจัดตั้งของ Diamond Bourse ในนานาประเทศ

บริการที่ Diamond Bourse เสนอจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) บริการที่ Diamond Bourse ดำเนินการเองและไม่เรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก (Membership Fee) (2) บริการที่ Diamond Bourse ดำเนินการเองและเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก และ (3) บริการที่ผู้เช่าพื้นที่หรือผู้ซื้อพื้นที่ภายในอาคารของ Diamond Bourse ให้บริการแก่สมาชิกของ Diamond Bourse ดังแสดงตามตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 บริการที่ Diamond Bourse เสนอ

บริการ	DF ดำเนินการเองและ ไม่เก็บเงินเพิ่มจาก ค่าธรรมเนียมสมาชิก	DF ดำเนินการเอง และเก็บเงินเพิ่มจาก ค่าธรรมเนียมสมาชิก	บริการที่ผู้เช่าพื้นที่ จาก DB ให้บริการ แก่สมาชิก DB
ตรวจสอบการเข้าออกของบุคคลที่เข้ามาติดต่อ	✓		
ตรวจสอบสินค้าที่นำมาค้าขายใน DB	✓		
รักษาความปลอดภัยในอาคารสถานที่ที่เข้มงวด	✓		
ห้องมั่นคง / กล่องรับฝากสินค้ามีค่า		✓	
ห้องเจรจาซื้อขายสินค้า Physical Trading Floor	✓		
แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าออนไลน์ Online Trading Floor	✓		
อุปกรณ์ตรวจสอบคุณสมบัติสินค้าเบื้องต้นเพื่อใช้ เจรจาซื้อขาย (อุปกรณ์วัดขนาด โคมไฟ แวนขยาย ซันตัก ผ้าขัด)	✓		
คลังสินค้าทัณฑ์บน / เขตปลอดอากร		✓	
จัดทำข้อมูลภาวะเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม	✓		
จัดทำราคาแนะนำการซื้อขายสินค้า	✓		
บริการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ (ชำระภาษี อนุญาตโอนเงิน ออกใบอนุญาตนำเข้าและส่งออก)	✓		
บริการระงับข้อพิพาท	✓		
บริการให้เช่า/ขายพื้นที่ภายในอาคาร DB		✓	
บริการตรวจรับรองมาตรฐาน และประเมิน มูลค่าอัญมณี		✓	✓
จัดการประมูลสินค้า		✓	
จัดงานส่งเสริมการขายสินค้า / จัดคู่ธุรกิจ		✓	
บริการสื่อสาร อินเทอร์เน็ต Wifi		✓	
บริการที่จอดรถในอาคาร DB		✓	
จัดกิจกรรมฝึกอบรม / สัมมนา		✓	
บริการห้องประชุม		✓	
บริการรถรับส่งพนักงานและผู้มาติดต่อ		✓	
บริการทางการเงิน			✓
การขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับ			✓
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านค้า ฟิตเนส ฯลฯ			✓
รับจองที่พัก การเดินทางสำหรับผู้เข้ามาติดต่อ			✓

บทที่ 3

ความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร และพลอยสีอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

3.1 ความนำ

ในบทที่ 3 เป็นการประเมินนโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการที่ครอบคลุมด้านการตลาด การปฏิบัติการ การบริหารองค์การ การเงิน การจัดการความเสี่ยง และแนวทางในการขับเคลื่อนการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

3.2 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดการค้าอัญมณี

รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแผนงานและยุทธศาสตร์ที่ต้องการยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีของโลก ซึ่งปรากฏอยู่ในนโยบาย แผนงาน และยุทธศาสตร์ต่างๆ ซึ่งมีส่วนสนับสนุนการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย ดังนี้

3.2.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) กำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ขณะที่การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดต่างๆ ของแผนพัฒนาฯ ได้ยึดเป้าหมายอนาคตประเทศไทยในปี 2579 ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มาเป็นกรอบในการกำหนดเป้าหมายที่จะบรรลุใน 5 ปี โดยมีเป้าหมายรวม 6 ข้อ ได้แก่ (1) คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์ (2) ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง (3) ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ (4) ทunesทางธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเติบโตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงทางอาหาร พลังงาน และน้ำ (5) มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย สังคมปลอดภัย สามัคคี สร้างภาพลักษณ์ดี และเพิ่มความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อประเทศไทย (6) มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใส ตรวจสอบได้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ทั้งหมด 10 ยุทธศาสตร์
โดยมี 6 ยุทธศาสตร์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และ 4 ยุทธศาสตร์เป็นปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ (2) ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม (3) ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (4) ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (5) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน (6) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติดมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย (7) ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ (8) ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม (9) ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ และ (10) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

ยุทธศาสตร์การพัฒนาฯ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโดยตรง ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยในส่วนของ การสร้างศักยภาพการแข่งขันของสินค้าและบริการของไทย (ข้อ 5.28 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 ของแผนพัฒนาฯ) ที่ต้องดำเนินงานในกรอบระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ พ.ศ.2560-2564 กำหนดให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมความสามารถด้านบริการในการแปรรูปสินค้าและบริการ การพัฒนาตราสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าด้วยนวัตกรรมต่างๆ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าไทยที่มีศักยภาพ (Product Champion) ได้แก่ อัญมณี และเครื่องประดับ และอาหาร

ภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวมีส่วนที่นำมาปรับใช้กับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นฐานที่เข้มแข็งที่จะต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้ามากขึ้น ได้แก่

1) การยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีการใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้าเพื่อผลิตสินค้าที่รองรับความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีทักษะก้าวหน้าเพื่อต่อยอดองค์ความรู้เทคโนโลยีเดิมไปสู่เทคโนโลยีขั้นสูง ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการวิจัยและพัฒนาและการใช้นวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคอุตสาหกรรมโดยผ่านระบบการศึกษาทวิภาคีและสหกิจศึกษาหรือระบบอื่นๆ ที่เหมาะสม

2) การสร้างระบบกลไกและเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการเชื่อมโยงความร่วมมือของภาคธุรกิจในลักษณะคลัสเตอร์อัญมณีและเครื่องประดับ ตลอดห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อาทิ มีมาตรการจูงใจสถานประกอบการให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ พัฒนาบุคลากรและแรงงาน และทำการวิจัยและพัฒนาาร่วมกัน โดยสนับสนุนให้สถาบันวิจัยและพัฒนา / สถาบันการศึกษามีบทบาทเป็นกลไกหลักในการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างธุรกิจที่รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ รวมทั้งการสร้างกลไกและระบบมาตรฐานที่มีการตรวจสอบย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นความต้องการของตลาดเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิต

3) ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาดสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะตลาดในประเทศโดยสนับสนุนการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานบังคับขั้นพื้นฐานทั้งสินค้าที่ผลิตภายในประเทศและสินค้านำเข้าเพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้า

4) ส่งเสริมการทำตลาดเชิงรุก เพื่อเพิ่มความต้องการบริโภคสินค้าภายในประเทศและการส่งออกสินค้าไทย โดยสร้างความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศในสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน สร้างตราสินค้า พัฒนาบรรจุภัณฑ์ แสวงหาตลาดใหม่และขยายตลาดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งสนับสนุนการจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศและบริษัทการค้าระหว่างประเทศ และการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุน ตลอดจนพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการให้ผลิตได้และขายเป็นในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

5) พัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบประกันความเสี่ยงภัยของสินค้าและบริการ ผลักดันการลดอุปสรรคทางการค้า โดยเฉพาะมาตรการที่มีใช้ภาษีโดยขยายการจัดทำข้อตกลงการยอมรับร่วมระหว่างกันสินค้าและบริการที่สำคัญในอาเซียนและระดับทวิภาคี ปรับบทบาทหน่วยงานภาครัฐในการทำงานเชิงรุกมากขึ้นเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกทางการค้าทั้งการติดตามและเจรจาแก้ไขปัญหามาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี การพัฒนาฐานข้อมูลการค้าการลงทุนที่จำเป็น ถูกต้อง และทันต่อสถานการณ์ รวมถึงมีแหล่งให้คำปรึกษาที่ครบวงจรตลอดห่วงโซ่อุปทาน

6) สนับสนุนผู้ประกอบการลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการเพิ่มผลิตภาพในการค้าและการประกอบธุรกิจทั้งในภาคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ การเงิน และโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล ขณะที่ภาครัฐ

ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความปลอดภัย การพัฒนาระบบรับรองผู้ซื้อผู้ขายที่มีมาตรฐานและน่าเชื่อถือ

7) **ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** โดยสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้เป็นผู้ประกอบการที่มีทักษะในการทำธุรกิจและรู้จักใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต (Smart SMEs) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าและการเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศโดยการกำหนดนโยบาย/มาตรการเพื่อจูงใจให้บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการค้าและการลงทุนในต่างประเทศเป็นผู้สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและห่วงโซ่มูลค่าการผลิตของโลก

8) **ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบ** เพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน และการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.2.2 แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์

แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ (พ.ศ.2555-2564) กำหนดวิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง เป็นธรรม ยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่ดีมีสุขของคนทั้งประเทศ” และมีพันธกิจ 5 ข้อ ได้แก่ (1) การเสริมสร้างขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจบนฐานขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และทุนวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม (2) การสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาคเพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเป็นฐานไปสู่เวทีโลก (3) การยกระดับประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าโดยการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม (4) การสร้างสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจได้อย่างเป็นธรรม และ (5) การส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าให้เป็นปัจจัยเกื้อหนุนในการลดต้นทุน เพิ่มคุณภาพ และสร้างสรรค์มูลค่าให้กับผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนแผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

(1) การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ (Smart Enterprise) โดยเน้นการสร้างและการต่อยอดนวัตกรรมและเชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียนมุ่งสู่การเป็นชาติการค้า (Trading Nation)

(2) การใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ในภูมิภาคของไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนในอาเซียนและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและตลาดของอาเซียนเป็นฐานไปสู่เวทีโลก (ASEAN One)

(3) การยกระดับการสร้างมูลค่าสินค้าและบริการและผลักดันมาตรฐานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่เศรษฐกิจการสร้างมูลค่า (Value Creation Economy) เพื่อเป้าหมายการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีพของคนในประเทศ

(4) การสร้างสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่อการแข่งขันและเป็นธรรม โปร่งใส (Pro-Competitive Environment)

(5) การส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าทั้งบริการโลจิสติกส์ บริการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การเงินและประกันภัย การวิจัยและพัฒนา กฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายและทรัพย์สินทางปัญญา (New Trade Infrastructure)

ในส่วนนี้ มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ โดยเน้นการสร้างและการต่อยอดนวัตกรรมและเชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียนมุ่งสู่การเป็นชาติการค้า โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ (1) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและวิสาหกิจอย่างครบวงจรทั้งในด้านการผลิตและการค้า (2) การส่งเสริมการสร้าง ปรับใช้ และต่อยอดนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ (3) การส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในการเชื่อมต่อกับห่วงโซ่มูลค่าของภูมิภาคหรือของโลก (Global and Regional Value Chain)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ในภูมิภาคของไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนในอาเซียนและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและตลาดของอาเซียนเป็นฐานไปสู่เวทีโลก (ASEAN One) โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ (1) การส่งเสริมและขยายโอกาสจากการค้าชายแดน (2) การนำผู้ประกอบการและผู้ลงทุนไทยที่มีความพร้อมออกไปหาช่องทางทำธุรกิจในอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การยกระดับการสร้างมูลค่าสินค้าและบริการและผลักดันมาตรฐานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่เศรษฐกิจการสร้างมูลค่า (Value Creation Economy) เพื่อเป้าหมายการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีพของคนในประเทศ โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ (1) ทำการตลาดหรือ

การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าและบริการของไทยผ่านการให้ความรู้กับผู้บริโภคและสร้างตลาดใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (2) การส่งเสริมการสร้างคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการให้สูงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (3) การส่งเสริมด้านการตลาดและการสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ (4) การขยายความต้องการสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในประเทศ

3.2.3 มติคณะรัฐมนตรี 17 มกราคม 2560

คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 เห็นชอบมาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก รวมทั้งมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และมาตรการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดและกระตุ้นให้มีการซื้อขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพิ่มมากขึ้น และผลักดันสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ (Product Champion) รวมทั้งสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย อันจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจ ส่งเสริมให้มีการจ้างแรงงานฝีมือเพื่ออนุรักษ์การผลิตที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของไทย และแก้ไขข้อจำกัดที่สำคัญนอกเหนือจากอุปสรรคด้านภาษีอากร โดยมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตามมาตรการดังกล่าว ดังนี้



ภาพที่ 3.1 มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

1. มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ยกเว้นอากรขาเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตอนที่ 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย เช่น เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องทองหรือเครื่องเงิน เครื่องประดับที่ทำด้วยไข่มุก เป็นต้น

2. มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

2.1 มาตรการทางภาษี

2.1.1) ให้ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้ 2 เท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับ เป็นเวลา 3 รอบระยะเวลาบัญชี โดยช่างเครื่องประดับจะต้องจดทะเบียนกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการจ้างแรงงานที่มีทักษะฝีมือเพื่อเป็นการอนุรักษ์การผลิตที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของไทย

2.1.2) ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ได้ถูกหัก ณ ที่จ่ายไว้แล้วร้อยละ 1 ของเงินพึงประเมินจากการขายอัญมณี

2.1.3) ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มให้บุคคลธรรมดาสำหรับการนำเข้ามาเพื่อขาย หรือการขายวัตถุดิบอัญมณี และยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีนำเข้า ขายวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

2.2 มาตรการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะกำหนดมาตรการเพื่อจัดทำและพัฒนามาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งการกำหนดตราสัญลักษณ์กลางที่ใช้รับประกันคุณภาพ (Hallmarking) และการจัดประกวดออกแบบเครื่องประดับระดับนานาชาติ

2.3 มาตรการยกระดับฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จะกำหนดมาตรการเพื่อพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศไปสู่ผู้ผลิตรายย่อย การจัดตั้งโรงเรียนเฉพาะทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาช่างศิลป์ และการพัฒนาทายาทช่างฝีมือเพื่ออนุรักษ์การผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย

2.4 มาตรการทางการเงิน ขยายระยะเวลาดำเนินมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการกิจการ SMEs ให้สามารถยื่นขอ

สินเชื่อกภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2560 หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมด แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อให้แล้วเสร็จภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2560 จากเดิมผู้ประกอบการกิจการ SMEs สามารถยื่นขอสินเชื่อภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2559 หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมด แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อให้แล้วเสร็จภายในวันที่ 30 มิถุนายน 2560 ซึ่งขณะนี้เหลือวงเงินอยู่ 17,323 ล้านบาท

3. มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์แหล่งการท่องเที่ยวในย่านการค้าที่สำคัญ เช่น ย่านถนนสีลม เจริญกรุง มหะลักซ์ ในกรุงเทพฯ ศูนย์กลางการค้าอัญมณีย่านถนนศรีจันทร์ ในจังหวัดจันทบุรี ศูนย์กลางการค้าอัญมณีที่ข้ามแดนจากเมียนมาย่านถนนประสาธวิถี ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นต้น การจัดแสดงสินค้าในงาน Thailand Grand Sale รวมถึงประชาสัมพันธ์สินค้าคุณภาพให้นักท่องเที่ยวบนสื่อต่างๆ เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสายการบิน เป็นต้น เพื่อสนับสนุนให้อัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นที่รู้จักและมีการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น

3.2.4 ยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้จัดทำยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก โดยกำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก มีการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และมีบริการสนับสนุนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกได้อย่างยั่งยืนภายในปี 2564”



ภาพที่ 3.2 ยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก

ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ดังกล่าวข้างต้น ประกอบด้วย 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

1) **ยุทธศาสตร์ที่ 1:** การยกระดับกระบวนการจัดการวัตถุดิบและการผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการวัตถุดิบเพื่อให้ในการป้อนวัตถุดิบที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม ตลอดจนส่งเสริมเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม

2) **ยุทธศาสตร์ที่ 2:** การยกระดับทักษะและปริมาณทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับทักษะและปริมาณทรัพยากรมนุษย์ทั้งระดับผู้ประกอบการ นักการตลาด นักออกแบบ ช่างฝีมือ นักการค้า และนักตรวจ

3) **ยุทธศาสตร์ที่ 3:** การยกระดับความสามารถด้านการค้าและการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความสามารถด้านการตลาดอันประกอบด้วยจัดการผลิตภัณฑ์ การจัดการ

ราคา การจัดการช่องทางการตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์ และการส่งเสริมการจำหน่าย

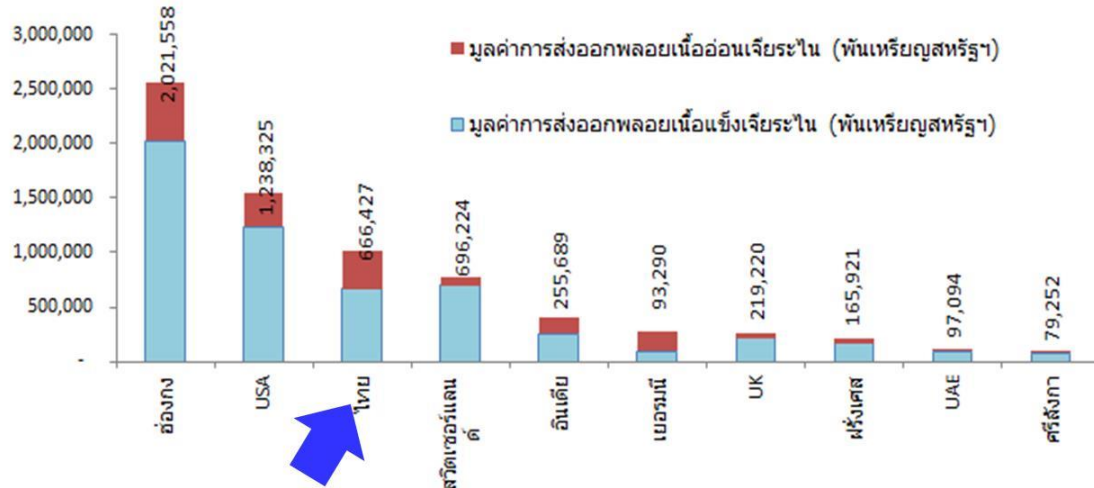
4) ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนากระบวนการประกอบธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน และการวิจัยพัฒนาให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในการซื้อขาย การปรับปรุงกระบวนการและสภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจให้เอื้อต่อการประกอบการ และโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ตรวจรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ ระบบการขนส่งและการเดินทางของผู้เดินทางเข้ามายังย่านการค้า ระบบสาธารณูปโภคที่เข้าถึงย่านการค้า การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5: การเพิ่มความเข้มแข็งของการจัดการและอุตสาหกรรมสนับสนุน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ ในระดับนโยบายและปฏิบัติทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค และการจับมือเป็นพันธมิตรระหว่างผู้ที่อยู่ในส่วนต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

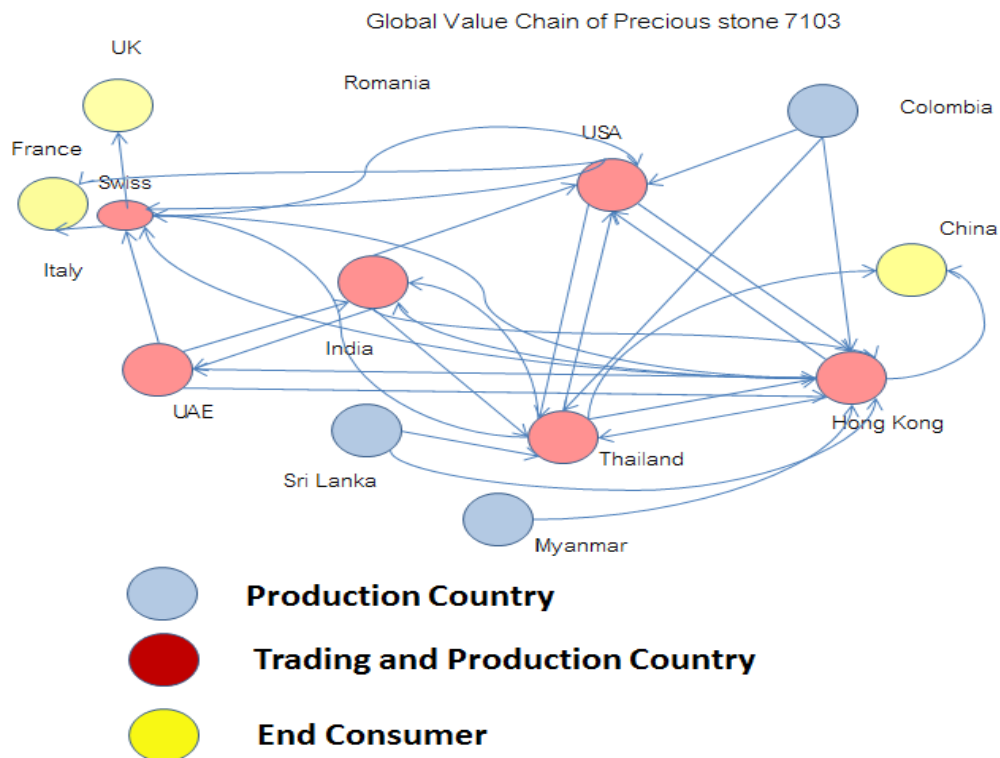
3.3 การประเมินศักยภาพด้านการตลาดในการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและพลอยสี

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำของโลกด้านการผลิตและการส่งออกพลอยสีเจียระไน โดยมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากฮ่องกง และสหรัฐอเมริกา ดังแสดงตามภาพที่ 3.3 โดยประเทศที่นำเข้าพลอยสีของไทยมาก ได้แก่ ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย จีน ขณะเดียวกันไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลกที่มีทั้งระบบห่วงโซ่คุณค่า (Global Value Chain) ที่มีการนำพลอยไหลเวียนนำเข้าและส่งออกผ่านไทยดังแสดงตามภาพที่ 3.4

ประเทศผู้นำการส่งออกพลอยสีเจียระไน

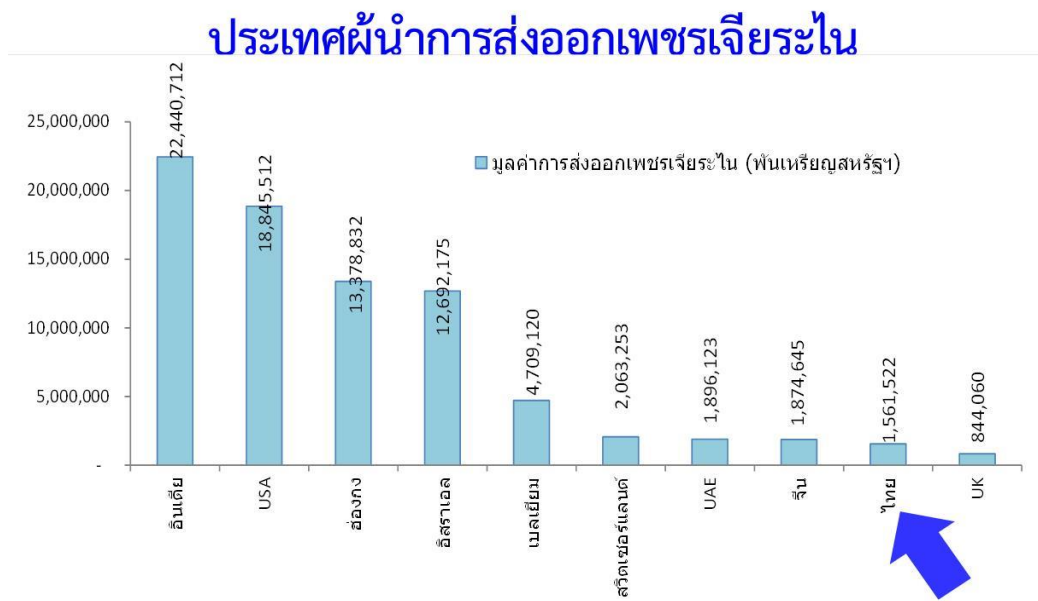


ภาพที่ 3.3 ไทยเป็นประเทศชั้นนำของโลกของการส่งออกพลอยสี

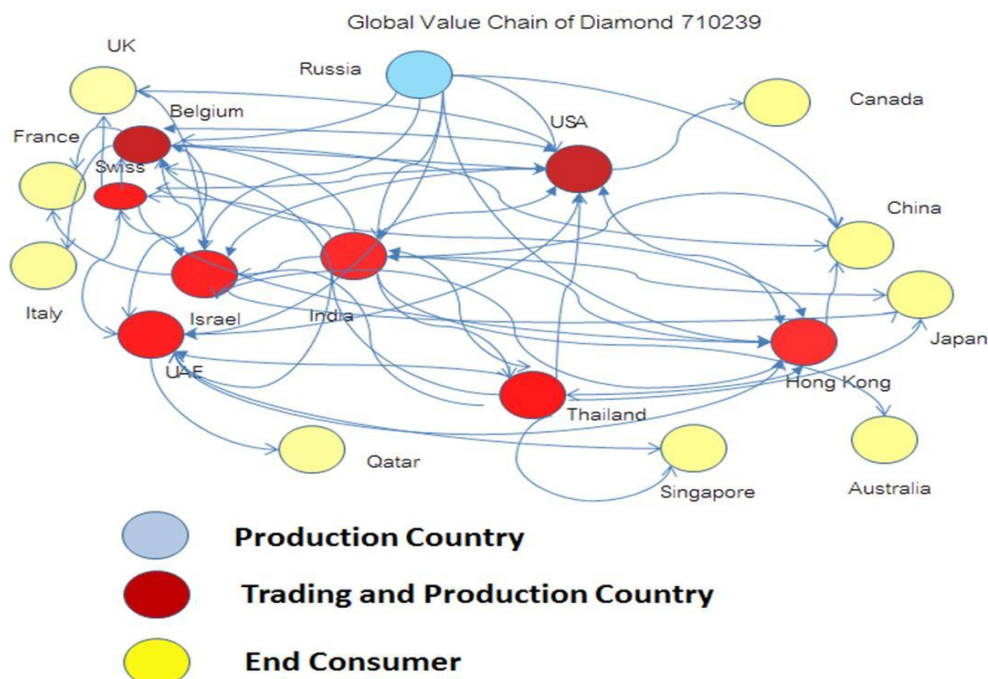


ภาพที่ 3.4 ห่วงโซ่คุณค่าของการเคลื่อนย้ายพลอยสีของไทย และบทบาทการเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยของไทย

ขณะที่ในส่วนของเพชรเจียรไน ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับ 9 ของโลก รองจากอินเดีย สหรัฐอเมริกาฮ่องกง อิสราเอล เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และจีน ดังแสดงตามภาพที่ 3.5 ขณะเดียวกันไทยเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรของโลกที่อยู่ในห่วงโซ่มูลค่าเพชรโลกดังแสดงตามภาพที่ 3.6



ภาพที่ 3.5 ไทยเป็นหนึ่งใน 10 ประเทศชั้นนำของโลกของการส่งออกเพชรเจียรไน



ภาพที่ 3.6 ห่วงโซ่มูลค่าของการเคลื่อนย้ายเพชรของไทย และบทบาทการเป็นศูนย์กลางการค้าเพชรของไทย

ศูนย์กลางการค้าเพชรและพลอยสีของไทยอยู่ที่กรุงเทพฯ และจันทบุรี อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากการค้าภายในระบบภาษีและมีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่เป็นผู้ส่งออก พบว่า กรุงเทพฯ โดยเฉพาะบางรัก เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญมากที่สุดในประเทศไทยที่เป็นศูนย์กลางการค้าเพชร พลอยสี และเครื่องประดับ และมีความเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นตลาดกลางการค้าเพชรและพลอยสีมากที่สุด นอกจากนี้หากทำการเปรียบเทียบพื้นที่ระหว่างพื้นที่บางรัก (กรุงเทพฯ) เขตประเวศ (ซึ่งเป็นพื้นที่ นิคมอัญธานีและเคยใช้พื้นที่ภายในนิคมอัญธานีเพื่อจัดตั้ง Diamond Bourse ในประเทศไทย แต่ปัจจุบัน ไม่ได้มีการดำเนินการ) และอำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นหนึ่งในย่านตลาดการค้าพลอยที่มีความสำคัญของไทย พบว่า **พื้นที่บางรัก มีความเหมาะสมมากที่สุด** เมื่อเทียบกับพื้นที่ทางเลือกอื่นๆ

ตารางที่ 3.1 การเปรียบเทียบศักยภาพของพื้นที่ทำเลที่ตั้งของตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

ปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อศักยภาพการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ	เขตบางรัก กรุงเทพฯ	เขตประเวศ กรุงเทพฯ	อำเภอเมือง จันทบุรี
1 เป็นพื้นที่ที่มีเศรษฐกิจการค้าขนาดใหญ่	3	2	1
2 เป็นพื้นที่ที่มีฐานตลาดลูกค้าพลอยสีรองรับ เช่น ผู้ซื้อพลอย ธุรกิจผลิตเครื่องประดับ สินค้าแฟชั่น เป็นต้น	3	1	2
3 เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีชื่อเสียง	3	1	2
4 เป็นพื้นที่ที่มีการลงทุนของต่างชาติหรือมีกิจการต่างชาติตั้งอยู่	3	2	1
5 เป็นพื้นที่ที่มีกฎระเบียบเอื้อต่อการประกอบการจัดตั้งธุรกิจ	2	3	1
6 เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อ ผู้ขาย เปรียบเทียบราคา คุณภาพ และเลือกสินค้าได้เสรี	2	1	3
7 มีระบบการขนส่งสาธารณะเข้าถึงย่านการค้าได้สะดวก	3	2	1
8 อยู่ไม่ไกลจากท่าอากาศยานระหว่างประเทศ	2	3	1
9 อยู่ในพื้นที่ที่มีบริการสนับสนุนการให้สินเชื่อและมีความเข้าใจธรรมชาติของการค้าอัญมณี	3	2	1
10 อยู่ในพื้นที่ที่เจ้าหน้าที่รัฐมีความเข้าใจในธรรมชาติการประกอบธุรกิจอัญมณี	3	1	2
11 มีความพร้อมด้านอาคารและสถานที่หรือย่านการค้าที่มีการจัดระเบียบให้มีการค้าขาย	3	2	1
12 มีระบบสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร โรงพยาบาล) ที่พร้อม	3	2	1
13 มีสถาบันการศึกษาวิจัยและสถานฝึกอบรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อรองรับการเติบโต	3	2	1
14 อยู่ในพื้นที่ใกล้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกและนำเข้าอัญมณี	3	2	1
15 อยู่ในพื้นที่ที่มีหน่วยงานให้บริการตรวจรับรองคุณภาพอัญมณี	3	1	2

ปัจจัยเกื้อหนุนที่ส่งผลต่อศักยภาพการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ		เขตบางรัก กรุงเทพฯ	เขตประเวศ กรุงเทพฯ	อำเภอเมือง จันทบุรี
16	อยู่ในพื้นที่ที่มีสังคมเปิดรับวัฒนธรรมชาตินานาชาติ	3	1	2
	รวมคะแนน	45	28	23

หมายเหตุ: จากการประมวลผลของที่ปรึกษาจากการสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริหารสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 5 คน ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 30 คน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 3 คือ ได้คะแนนมากที่สุด 2 คือ ได้คะแนนปานกลาง และ 1 คือ ได้คะแนนน้อยที่สุด

พื้นที่สำคัญของไทยที่เป็นศูนย์กลางการค้า/การผลิตอัญมณี (กรุงเทพฯ)



ภาพที่ 3.7 กรุงเทพฯ และพื้นที่เขตบางรัก เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดในการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse)

บริการที่เสนอ

บริการที่ Diamond and Gemstone Bourse ที่จัดตั้งในประเทศนำเสนอควรมีลักษณะที่สอดคล้องกับ Diamond Bourse ทั่วไป ซึ่งจำแนกบริการเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) บริการที่ Diamond Bourse ดำเนินการเองและไม่เรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก (Membership Fee)
- 2) บริการที่ Diamond Bourse ดำเนินการเองและเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก และ

3) บริการที่ผู้เช่าพื้นที่หรือผู้ซื้อพื้นที่ภายในอาคารของ Diamond Bourse ให้บริการแก่สมาชิกของ Diamond Bourse ดังแสดงตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 บริการที่ Diamond and Gemstone Bourse ที่จัดตั้งในไทยควรนำเสนอ

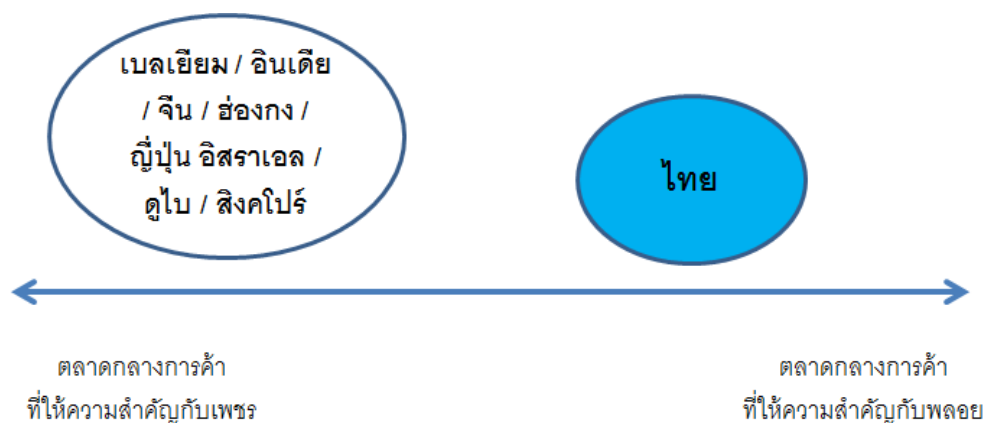
บริการ	DF ดำเนินการเองและไม่เก็บเงินเพิ่มจากค่าธรรมเนียมสมาชิก	DF ดำเนินการเองและเก็บเงินเพิ่มจากค่าธรรมเนียมสมาชิก	บริการที่ผู้เช่าพื้นที่จาก DB ให้บริการแก่สมาชิก DB
ตรวจสอบการเข้าออกของบุคคลที่เข้ามาติดต่อ	✓		
ตรวจสอบสินค้าที่นำมาค้าขายใน DB	✓		
รักษาความปลอดภัยในอาคารสถานที่ที่เข้มงวด	✓		
ห้องมั่นคง / กล่องรับฝากสินค้ามีค่า		✓	
ห้องเจรจาซื้อขายสินค้า Physical Trading Floor	✓		
แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าออนไลน์ Online Trading Floor	✓		
อุปกรณ์ตรวจสอบคุณสมบัติสินค้าเบื้องต้นเพื่อใช้เจรจาซื้อขาย (อุปกรณ์วัดขนาด โคมไฟ แวนขยาย ข้องตัก ผ้าขัด)	✓		
คลังสินค้าทัณฑ์บน / เซตปลอดอากร		✓	
จัดทำข้อมูลภาวะเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม	✓		
จัดทำราคาแนะนำการซื้อขายสินค้า	✓		
บริการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ (ชำระภาษี อนุญาตโอนเงิน ออกใบอนุญาตนำเข้าและส่งออก)	✓		
บริการระงับข้อพิพาท	✓		
บริการให้เช่า/ขายพื้นที่ภายในอาคาร DB		✓	
บริการตรวจรับรองมาตรฐาน และประเมินมูลค่าอัญมณี		✓	✓
จัดการประมูลสินค้า (Auction)		✓	
จัดงานส่งเสริมการขายสินค้า / จับคู่ธุรกิจ		✓	
บริการสื่อสาร อินเทอร์เน็ต Wifi		✓	
บริการที่จอดรถในอาคาร DB		✓	
จัดกิจกรรมฝึกอบรม / สัมมนา		✓	
บริการห้องประชุม		✓	
บริการรถรับส่งพนักงานและผู้มาติดต่อ		✓	
บริการทางการเงิน			✓
การขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับ			✓
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านค้า ฟิตเนส ฯลฯ			✓
รับจองที่พัก การเดินทางสำหรับผู้เข้ามาติดต่อ			✓

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

Diamond and Gemstone Bourse ที่จัดตั้งในไทยควรมีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Production Positioning) ที่ชัดเจนและสร้างความแตกต่างจาก Diamond Bourse อื่นๆ ที่มีอยู่ ดังนี้

1) เป็นเพียงตลาดการค้าเพชรและพลอยสี (Diamond and Gemstone Bourse - DB) แห่งเดียวในภูมิภาคอาเซียนที่ให้บริการตลาดกลางที่จัดตั้งอย่างเป็นระบบสำหรับการค้าเพชรและพลอยสี (พลอยก้อน พลอยสำเร็จ) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอย่างเป็นมืออาชีพ (Only international legal trading platform for Diamond and Gemstone Trade in ASEAN)

2) เป็นตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการบริหารพื้นที่การซื้อขายและมีการจัดประมูลอัญมณีที่อยู่ภายใต้ระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด สินค้าผ่านเข้าและออกมีการรับรอง จัดบันทึก มีการชำระภาษีและการโอนเงินอย่างถูกต้อง ภายใต้การให้บริการภาครัฐและบริการอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกครบวงจร (Comprehensive Service Hub) (โลจิสติกส์ การเงิน ประกันภัย ออกใบรับรอง อบรม สัมมนาฯ) อยู่ภายในสถานที่เดียวกันในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงสุดทางการค้าของประเทศไทย



ภาพที่ 3.8 ตลาดกลางการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในไทยมีการวางตำแหน่งที่แตกต่างจากประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียและประเทศอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับการเป็นตลาดศูนย์กลางการค้าพลอยสีมากกว่าเพชร อีกทั้งรัฐบาลไทยกำหนดยุทธศาสตร์ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและผลิตพลอยสีโลก และประเทศไทยได้รับการยอมรับจากภูมิภาคมานานกว่าทศวรรษว่าเป็นผู้นำการค้าพลอยสีในภูมิภาค

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการตลาดการค้าเพชรและพลอยสี ณ เขตบางรัก ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการพลอย เพชร และเครื่องประดับที่ต้องการเข้ามาซื้อขายสินค้าในตลาดฯ โดยจำกัดการซื้อขายเฉพาะสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาดฯ และสมาพันธ์ WFDB และ (2) ผู้ประกอบการที่ต้องการมาเช่า/ซื้อพื้นที่ในอาคารของตลาดฯ แสดงตามภาพที่ 3.9

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Target Markets ที่เข้ามาใช้บริการ DB

- ผู้ประกอบการพลอยและเพชร และเครื่องประดับที่ต้องการเข้ามาซื้อขายสินค้าใน DB (ให้เฉพาะสมาชิกเท่านั้น)
 - ผู้ประกอบการไทย
 - ผู้ประกอบการต่างประเทศ
 - ตัวแทน/นายหน้าซื้อขายสินค้า
 - สมาชิก Diamond Bourse อื่นๆ ของโลก
- ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้ามาเช่า/ซื้อพื้นที่ใน DB
 - ตระกูลรับรองอัญมณี
 - ขนส่งและโลจิสติกส์
 - สถาบันการเงินและประกันภัย
 - ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านค้าทั่วไป
 - ร้านจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องมือด้านอัญมณี



ภาพที่ 3.9 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ Diamond and Gemstone Bourse ในไทย

กติกาการเข้าเป็นสมาชิกตลาดฯ จะต้องมีการติดต่อคล้อยกับ Diamond Bourse ทั่วโลก โดยเฉพาะ Diamond Bourse ที่เป็นสมาชิกสัมพันธ์ WFDB เพื่อให้ตลาดฯ ของไทยเป็นที่ยอมรับ และสามารถรองรับการทำการซื้อขายระหว่าง Diamond Bourse ที่เป็นเครือข่ายสมาชิก WFDB ได้ โดยมีกฎกติกาการเข้าเป็นสมาชิก ดังนี้

- 1) การซื้อขาย เจริญ แลกเปลี่ยนเพชรและพลอยสีในตลาดฯ จะทำได้ก็ต่อเมื่อเป็นสมาชิกตลาดฯ เท่านั้น
- 2) เพชรและพลอยสีที่จะนำเข้ามาจำหน่าย ส่งออก และซื้อขายในตลาดฯ จะต้องมีการรับรองตามมาตรฐาน Kimberley Process (กรณีของเพชร) หรือได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่มีความเชื่อถือ (กรณีของพลอย) เช่น GIT, GIA, IGA, HRD, AGS และ EGL เป็นต้น
- 3) ให้อำนาจคณะกรรมการตลาดฯ เป็นผู้ออกกฎระเบียบต่างๆ เช่น การพิจารณารับสมาชิก การกำหนดค่าธรรมเนียม การระงับข้อพิพาท และการทำข้อตกลงกับหน่วยงานภายนอก
- 4) ผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิกใหม่ของตลาดฯ ต้องมีหนังสือรับรองจากสมาชิกของตลาดฯ จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ราย ที่มีสำนักงานหรือมีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทย
- 5) ผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิกใหม่ต้องยื่นใบสมัครพร้อมหลักฐานต่างๆ เช่น อายุ ไม่มีพฤติกรรมเสื่อมเสีย มีถิ่นพำนักในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 2 ปี มีประสบการณ์ค้าเพชรหรือพลอยสีไม่น้อยกว่า 2 ปี และมีการเสียภาษีอย่างถูกต้อง โดยมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท (กรณีเป็นบุคคลธรรมดา ต้องมีเงินได้หรือสินทรัพย์ไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท)
- 6) คนต่างชาติ / บริษัทต่างชาติสามารถเป็นสมาชิกตลาดฯ ได้ โดยมีหนังสือรับรองจากสมาชิกตลาดฯ ไม่น้อยกว่า 3 ราย ที่มีสำนักงานหรือมีถิ่นพำนักในประเทศไทย และมีอย่างน้อย 1 ใน 3

ราย เป็นผู้ค้าประกัน โดยผู้ค้าประกันต้องมีหลักฐานแสดงว่ามีการค้าหรือรู้จักผู้สมัครฯ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ปี และต้องวางเงินค้ำประกันไว้เป็นหลักฐาน 10 ล้านบาท เป็นเวลา 2 ปี โดยคณะกรรมการตลาดฯ จะพิจารณารับเป็นสมาชิกด้วยมติไม่น้อยกว่า 2 ใน 3

7) สมาชิกจากตลาดฯ อื่นที่เป็นสมาชิกสมาพันธ์ WFDB สามารถเข้ามาซื้อขาย เสรจา แลกเปลี่ยนเพชรและพลอยสีในตลาดฯ ของไทยได้ หากมีหนังสือรับรองจากตลาดฯ อื่นๆ โดยตลาดฯ ของไทยจะพิจารณาความเหมาะสมในการอนุญาตให้สมาชิกของตลาดฯ อื่นเข้ามาซื้อขายเสรจาได้เป็นกรณี

8) นายหน้า (Broker) ที่เข้ามาทำการซื้อขายจะต้องแสดงใบรับมอบอำนาจจากเจ้าของสินค้า โดยตลาดฯ กำหนดค่านายหน้าเป็นมาตรฐานไว้เท่ากับร้อยละ 1 ของมูลค่าสินค้า โดยผู้ซื้อเป็นผู้ชำระค่านายหน้า (ยกเว้นกรณีกำหนดเป็นอย่างอื่น)

9) เมื่อเสรจาซื้อขายสินค้าแล้วเสร็จ ให้บรรจุเพชรหรือพลอยสีไว้ในบรรจุภัณฑ์ที่ปิดผนึก (Sealed) และออกใบกำกับ/ใบเสร็จสินค้าทุกครั้ง และนำให้ตลาดฯ ทำหน้าที่เป็นนายคลังสินค้า โดยผู้ซื้อ มีสิทธิเปิดตรวจสินค้าได้ต่อหน้าผู้ขายและเจ้าหน้าที่ตลาดฯ ที่ควบคุมการเบิกจ่าย

10) ตลาดฯ สามารถจัดกิจกรรมประมูลหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่สมาชิกได้ โดยคิดค่าบริการร้อยละ 0.25 ของมูลค่าสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ โดยเรียกเก็บค่านายหน้าจากผู้ขาย¹³

3.4 แผนปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการให้บริการของตลาดฯ มีดังนี้

1) สมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้กับตลาดฯ นำเพชร พลอยสี (พลอยก้อน และสำเร็จ) ที่จะเข้ามาทำการซื้อขายมาผ่านการตรวจสอบเบื้องต้นจากเจ้าหน้าที่ตลาดฯ

2) กรณีพลอย เพชร ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ต้องแสดงหลักฐานการผ่านพิธีการศุลกากร

3) เจ้าหน้าที่ตลาดฯ ตรวจสอบใบรับรองและคุณสมบัติของเพชร พลอย ที่จะทำการซื้อขาย ว่าเป็นสินค้าที่มีมาตรฐาน

4) การเสรจาซื้อขายจะทำได้เฉพาะสมาชิกและนายหน้าที่ขึ้นทะเบียนกับตลาดฯ เท่านั้น โดยสมาชิกแต่งตั้งพนักงานที่เป็นตัวแทนกิจการไปฝ่ายละไม่เกิน 2 คน

5) สมาชิกเข้าไปใน Trading Hall / Trading Floor ที่จัดไว้ให้ พร้อมทั้งสามารถยืมอุปกรณ์วัดขนาด โคมไฟ แวนขยาย ฯลฯ ที่ตลาดฯ จัดไว้ให้ (หรือสมาชิกเตรียมไปเอง)

¹³ เป็นอัตราค่าบริการที่อ้างอิงจาก Diamond Bourse ประเทศอื่น เช่น แคนาดา สหรัฐอเมริกา เบลเยียม

- 6) เมื่อเจรจาตกลงระหว่างผู้ซื้อขาย ผู้ขาย แล้ว ให้ลงนามไว้ในสัญญา และนำสินค้าไปยังตลาดฯ เพื่อตรวจสอบจำนวน มูลค่า เพื่อออกใบกำกับภาษี / ใบเสร็จ เพื่อเป็นหลักฐาน
- 7) เจ้าหน้าที่ตลาดฯ เบิกของออกจากคลังสินค้า ห้องมั่นคง
- 8) ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบสินค้าได้ โดยต้องทำต่อหน้าผู้ขาย และเจ้าหน้าที่ตลาดฯ
- 9) กรณีเป็นการส่งออก ไม่ต้องมีการเสียอากรขาเข้า และภาษีมูลค่าเพิ่ม และไปติดต่อเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐเพื่อขอใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก และติดต่อศุลกากรเพื่อขออนุญาตนำสินค้าออกจากเขตทัณฑ์บน / เขตปลอดอากร ของตลาดฯ
- 10) กรณีผู้ซื้อภายในประเทศ นำเพชร พลอย ออกไปจากตลาดฯ จะต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม (ยกเว้นกรณีผู้ซื้อจดทะเบียน ภพ 01.5) แล้วนำสินค้าออกจากตลาดฯ

3.5 แผนการบริหารองค์การ

กรณีเลือกเป็นองค์การไม่แสวงหากำไร (Non-Profit Organization) คณะกรรมการบริหารตลาดฯ 9 คน (วาระดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี เลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่) ประกอบด้วย (1) ประธานกรรมการตลาดฯ 1 ตำแหน่ง (2) รองประธานกรรมการตลาดฯ 1 ตำแหน่ง (3) เลขาธิการ 1 ตำแหน่ง (4) รองเลขาธิการ 1 ตำแหน่ง (5) เภรัญญิก 1 ตำแหน่ง (6) กรรมการ 3 ตำแหน่ง (7) กรรมการตรวจสอบ 1 ตำแหน่ง

กรณีเลือกจัดตั้งในรูปของบริษัทจำกัดหรือเป็นกิจการที่แสวงหาผลกำไร (Profit Organization) คณะกรรมการบริหารตลาดฯ 9 คน (วาระดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี เลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่) ประกอบด้วย (1) ประธานกรรมการตลาดฯ 1 ตำแหน่ง (2) รองประธานกรรมการตลาดฯ 1 ตำแหน่ง (3) กรรมการ 6 ตำแหน่ง และ (4) กรรมการตรวจสอบ 1 ตำแหน่ง

โครงสร้างการบริหารงานภายในตลาดฯ ใช้พนักงานประมาณ 14 ถึง 15 คน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอยสีในพื้นที่ตลาด ประกอบด้วย (1) ผู้จัดการตลาดฯ 1 คน (2) ฝ่ายบัญชี การเงิน และเทคโนโลยีสารสนเทศ 2 คน (3) ฝ่ายบริหารทั่วไปและอาคารสถานที่ 1 คน (4) ฝ่ายรักษาความปลอดภัย 5 คน (5) ฝ่ายรับฝากสินค้าและเขตปลอดอากร 3 คน และ (6) ฝ่ายพัฒนาตลาดและสมาชิกสัมพันธ์ 2 คน

3.6 การประเมินผลตอบแทนทางการเงิน

การประเมินผลตอบแทนทางการเงินจะทำการเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการประกอบการตลาดฯ ว่าจะมีมูลค่าต่อการลงทุนหรือไม่ โดยในส่วนการประเมินความเป็นไปได้โครงการลงทุนฯ กำหนดขอบเขตเฉพาะงานบริการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอย การจัดการประมูล การจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายและการฝึกอบรมสัมมนา (ไม่รวมรายได้จากการให้เช่าพื้นที่หรือการขายพื้นที่ในอาคารตลาดฯ)

การลงทุน

ใช้เงินลงทุนรวม 21 ล้านบาท และมีค่าใช้จ่ายรายเดือนๆ ละ 0.72 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.64 ล้านบาทต่อปี ดังแสดงตามภาพที่ 3.10

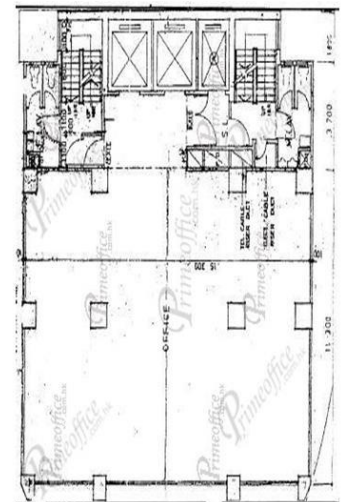
Financial Feasibility (เฉพาะงานด้าน Diamond Trading ไม่รวม Real Estate)

- ผู้พัฒนาโครงการใช้เงินลงทุนรวม (เฉพาะกิจกรรม Diamond Trading ไม่รวมงานด้าน Real Estate) ในพื้นที่ 1,000 ตารางเมตร รวม 21 ล้านบาท

- งานระบบไฟฟ้าแสงสว่าง 2 ล้านบาท
- งานระบบปรับอากาศและระบายอากาศ 2 ล้านบาท
- งานสุขาภิบาลและดับเพลิง 1.3 ล้านบาท
- งานประตูทางเข้า 0.2 ล้านบาท
- อุปกรณ์ตรวจจับและรักษาความปลอดภัย 4 ล้านบาท
- งานตกแต่งภายใน 7.5 ล้านบาท
- งานห้องเก็บสินค้านิรภัย 4 ล้านบาท

ค่าใช้จ่ายรายเดือน 0.72 ล้านบาท หรือ 8.64 ล้านบาท แบ่งเป็น

- ค่าเช่าพื้นที่ 0.5 ล้านบาท
- ค่าสาธารณูปโภค 0.05 ล้านบาท
- ค่าจ้างพนักงาน 0.17 ล้านบาท



ภาพที่ 3.10 ต้นทุนลงทุนและค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน

รายรับ

รายรับที่เกิดขึ้นในกรณีฐาน (Base Case)

รายรับที่เกิดขึ้นในกรณีฐาน (Base Case) (เฉพาะรายรับจากการให้บริการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอย การจัดการประมูล (Auction) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการอบรมสัมมนา และไม่รวมรายได้จากการให้เช่าพื้นที่หรือการขายพื้นที่ในอาคารตลาดฯ) ประกอบด้วย

1) ค่าสมาชิก ปีละ 9,500 บาท แบ่งเป็นคนไทย 900 กิจการ และคนต่างชาติ 100 กิจการ (เน้นอินเดีย อิสราเอล ฮองกง ศรีลังกา จีน สหรัฐฯ) และกำหนดเงื่อนไขว่า ปีที่ 1 มีอัตราการได้ตลาดร้อยละ 50 และปีที่ 2 มีอัตราการได้ตลาดร้อยละ 80 ปีที่ 3 อัตราการได้ตลาดร้อยละ 100 จากนั้น อัตราการเติบโตปีละร้อยละ 5

2) ค่ารับฝากสินค้าและการใช้ห้องนิรภัย 3,000 บาท/ปี และกำหนดให้สมาชิกทุกราย เสียค่ารับฝากปีละ 3,000 บาท

3) ค่าจัดการประมูล คิดร้อยละ 0.25 ของมูลค่าประมูล โดยกำหนดมูลค่าปีฐานการประมูลมีสัดส่วนร้อยละ 1 ของมูลค่าการค้าพลอยของไทย หรือ 23 ล้านบาท มีค่าเท่ากับ 556,000 บาท และกำหนดให้มีอัตราการเติบโตปีละร้อยละ 5

4) ค่าจัดกิจกรรมต่างๆ (ฝึกอบรม ส่งเสริม) กำหนดให้มีกำไรจากการจัดกิจกรรมปีละ 100,000 บาท และอัตราการเติบโตปีละร้อยละ 5

การประเมินผลตอบแทนทางการเงิน

จากกรณีฐาน (Base Case) ที่กำหนด พบว่า ในภาพรวม ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน หากมีการพัฒนาตลาดฯ แล้วให้บริการรองรับกิจกรรมซื้อขายและรับฝากเพชรและพลอย เพียงอย่างเดียว (ต้องมีการจัดประมูล การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยการพัฒนาพื้นที่เพื่อให้กิจการอื่นเช่าเพิ่มเติมด้วย) และมี

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ณ อัตราคิดลด 12% มีค่า -2.02 ล้านบาท
- อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 9.64% ในกรอบระยะเวลา 10 ปี
- อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน ณ อัตราคิดลด 12% มีค่า 0.97 (ไม่เกิน 1 แสดงว่าไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน)

BASE CASE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Revenue										
membership fee	4,750,000	7,600,000	9,500,000	9,975,000	10,473,750	10,997,438	11,547,309	12,124,675	12,730,909	13,367,454
storage fee	1,500,000	2,400,000	3,000,000	3,150,000	3,307,500	3,472,875	3,646,519	3,828,845	4,020,287	4,221,301
bidding fee	556,000	583,800	612,990	643,640	675,821	709,613	745,093	782,348	821,465	862,538
other fee	100,000	105,000	110,250	115,763	121,551	127,628	134,010	140,710	147,746	155,133
All Revenue	6,906,000	10,688,800	13,223,240	13,884,402	14,578,622	15,307,553	16,072,931	16,876,577	17,720,406	18,606,427
Cost										
Investment Cost	21,000,000									
Variable Cost	8,640,000	9,072,000	9,525,600	10,001,880	10,501,974	11,027,073	11,578,426	12,157,348	12,765,215	13,403,476
All Cost	29,640,000	9,072,000	9,525,600	10,001,880	10,501,974	11,027,073	11,578,426	12,157,348	12,765,215	13,403,476
Profit Earned	(22,734,000)	1,616,800	3,697,640	3,882,522	4,076,648	4,280,481	4,494,505	4,719,230	4,955,191	5,202,951
NPV @ 12%	(\$2,026,961.04)									
IRR	9.64%									
BCR @ 12%	0.97									

รายรับ

รายรับที่เกิดขึ้นในกรณีดีกว่ากรณีฐาน (Optimistic Case)

รายรับที่เกิดขึ้นในกรณีดีกว่ากรณีฐาน (Optimistic Case) (เฉพาะรายรับจากการให้บริการอำนวยความสะดวกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนเพชรและพลอย การจัดการประมูล การจัดการกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการอบรมสัมมนา และไม่รวมรายได้จากการให้เช่าพื้นที่หรือการขายพื้นที่ในอาคารตลาดฯ) ประกอบด้วย

1) ค่าสมาชิก ปีละ 15,000 บาท (เพิ่มขึ้นจากเดิมที่กำหนดในอัตรา 9,500 บาท) แบ่งเป็นคนไทย 900 กิจการ และคนต่างชาติ 100 กิจการ (เน้นอินเดีย อิสราเอล ฮองกง ศรีลังกา จีน สหรัฐฯ) และกำหนดเงื่อนไขว่า ปีที่ 1 มีอัตราการได้ตลาดร้อยละ 50 และปีที่ 2 มีอัตราการได้ตลาดร้อยละ 80 ปีที่ 3 อัตราการได้ตลาดร้อยละ 100 จากนั้นอัตราการเติบโตปีละร้อยละ 5

2) ค่ารับฝากสินค้าและการใช้ห้องนิรภัยเรียกเก็บ 5,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้นจากเดิมที่กำหนดในอัตรา 3,000 บาท/ปี) และกำหนดให้สมาชิกทุกรายเสียค่ารับฝากปีละ 5,000 บาท

3) ค่าจัดการประมูล คิดร้อยละ 0.25 ของมูลค่าประมูล โดยกำหนดมูลค่าปีฐานการประมูลมีสัดส่วนร้อยละ 5 ของมูลค่าการค้าพลอยของไทย หรือ 23 ล้านบาท มีค่าเท่ากับ 1,150,000 บาท และกำหนดให้ม้ออัตราการเติบโตปีละร้อยละ 5

4) ค่าจัดกิจกรรมต่างๆ (ฝึกอบรม ส่งเสริม) กำหนดให้มีกำไรจากการจัดกิจกรรมปีละ 100,000 บาท และอัตราการเติบโตปีละร้อยละ 5

การประเมินผลตอบแทนทางการเงิน

จากกรณีดีกว่ากรณีฐาน (Optimistic Case) ที่กำหนด พบว่า ในภาพรวม **คุ้มค่าต่อการลงทุน** หากมีการพัฒนาตลาดฯ แล้วให้บริการรองรับกิจกรรมซื้อขายและรับฝากเพชรและพลอย และ

การจัดการประมูล การจัดการกิจกรรมฝึกอบรมสัมมนา (ไม่จำเป็นต้องมีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพิ่มเติม) และมี

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ณ อัตราคิดลด 12% มีค่า 41.86 ล้านบาท
- อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 56.73% ในกรอบระยะเวลา 10 ปี
- อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน ณ อัตราคิดลด 12% มีค่า 1.54

OPTIMISTIC CASE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Revenue										
membership fee	7,500,000	12,000,000	15,000,000	15,750,000	16,537,500	17,364,375	18,232,594	19,144,223	19,144,223	19,144,223
storage fee	2,500,000	4,000,000	3,000,000	5,250,000	5,512,500	5,788,125	6,077,531	6,381,408	6,381,408	6,381,408
bidding fee	1,150,000	1,207,500	1,267,875	1,331,269	1,397,832	1,467,724	1,541,110	1,618,165	1,699,074	1,784,027
other fee	100,000	105,000	110,250	115,763	121,551	127,628	134,010	140,710	147,746	155,133
All Revenue	11,250,000	17,312,500	19,378,125	22,447,031	23,569,383	24,747,852	25,985,245	27,284,507	27,372,451	27,464,792
Cost										
Investment Cost	21,000,000									
Variable Cost	8,640,000	9,072,000	9,525,600	10,001,880	10,501,974	11,027,073	11,578,426	12,157,348	12,765,215	13,403,476
All Cost	29,640,000	9,072,000	9,525,600	10,001,880	10,501,974	11,027,073	11,578,426	12,157,348	12,765,215	13,403,476
Profit Earned	(18,390,000)	8,240,500	9,852,525	12,445,151	13,067,409	13,720,779	14,406,818	15,127,159	14,607,236	14,061,316
NPV @ 12%	\$41,859,158.73									
IRR	56.73%									
BCR @ 12%	1.54									

3.7 กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ

กฎระเบียบสำคัญที่มีผลกระทบต่อประกอบการตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ ได้แก่ กฎหมายศุลกากร ประมวลรัษฎากร กฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยฉลาก และกฎหมายการทำงานของคนต่างด้าว ดังแสดงตามภาพที่ 3.11 โดยจากการประเมินระดับการสร้างอุปสรรคต่อการประกอบการ พบว่ากฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบการตลาดฯ ได้แก่ ประมวลรัษฎากร กฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยฉลาก และกฎหมายการทำงานของคนต่างด้าว

กฎระเบียบที่เกี่ยวกับการประกอบกร

กฎระเบียบเกี่ยวกับการประกอบกร	ประเด็นในกฎระเบียบ	ระดับการสร้างอุปสรรค
พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ.2560	การจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บน / เขตปลอดอากร / การนำของเข้าและออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตปลอดอากร	น้อย
ประมวลรัษฎากร	ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	มาก
พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542	ผู้ค้าอัญมณี ต้องรายงานธุรกรรมเกี่ยวกับเงินตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป และรายงานธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัยเมื่อลูกค้ามีพฤติกรรมที่น่าสงสัยว่าอาจซื้ออัญมณีเพื่อการฟอกเงิน หรือเพื่อสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้าย	มาก
ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยฉลาก พ.ศ.2544	กำหนดให้อัญมณีเจียรระไนและเครื่องประดับอัญมณีเจียรระไนเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก	มาก
พระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2551	คนต่างด้าวเข้ามาทำงาน ค่าขาย ในประเทศไทยต้องขอใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) และต้องมีใบอนุญาตทำงานอยู่กับตัวหรือสถานที่ทำงานเพื่อแสดงต่อเจ้าหน้าที่ได้เสมอ	มาก

ภาพที่ 3.11 กฎระเบียบที่เกี่ยวกับการประกอบกร

3.8 ความเสี่ยงในการประกอบกร

ความเสี่ยงที่สำคัญในการประกอบกรตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ สามารถจำแนกได้ดังนี้

- 1) ความเสี่ยงในการหาสมาชิกเข้ามาในระบบ Diamond Bourse เนื่องจากสมาชิกที่เข้าสู่ระบบจะต้องเป็นธุรกิจที่ได้รับการรับรอง (Qualified Business) ที่มีการจดทะเบียน มีผลการประกอบกรดี มีการเสียภาษีถูกต้อง
- 2) ความเสี่ยงในการนำพลอยก้อน พลอยสำเร็จ ที่ได้รับการรับรอง และมีแหล่งที่มาที่สามารถสืบกลับได้เข้าสู่ระบบ
- 3) ความเสี่ยงในการปรับแก้กฎระเบียบให้เอื้อต่อการประกอบกร เช่น กฎหมายการทำงานของคนต่างด้าว กฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และประมวลรัษฎากร
- 4) การหาอาคารสถานที่ที่มีความเหมาะสมในย่านบางรัก / สีลม ที่ต้องการขอเจ้าของอาคารให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดมากกว่ามาตรฐานปกติ

5) ความเสี่ยงในการหาผู้เช่าใช้พื้นที่ที่เดิมหน่วยงานดังกล่าวเคยมีสำนักงานอยู่แล้ว
(Cost of Office Relocation)

3.9 แนวทางการขับเคลื่อน

การขับเคลื่อนตลาดการค้าเพชรและพลอยสีที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบควรมีแนวทางดำเนินการดังนี้

1) ทีมงานผู้ก่อตั้งทำการแนะนำแนวคิด DB (ในเบื้องต้น เสนอให้จัดตั้งในเขตพื้นที่บางรัก) โดยดำเนินการ Road Show ไปยังผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในพื้นที่การค้าสำคัญ ได้แก่ กรุงเทพฯ และจันทบุรี และสมาคมการค้าฯ เพื่อสนับสนุนการเข้าเป็นสมาชิก Diamond Bourse

2) ในกรณีการขอปรับแก้ไขกฎหมาย จะต้องผลักดันการแก้ไขกฎหมายเพื่อเอื้ออำนวยต่อ Diamond Bourse โดยผ่านไปทางกระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) - GIT และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ที่เป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ โดยหน่วยงานต้นเรื่อง ได้แก่ สมาคมการค้าฯ ที่เกี่ยวข้อง โดย Diamond Bourse เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยยกระดับศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลก ช่วยขยายฐานภาษีของรัฐ และช่วยยกระดับมาตรฐานพลอยไทยสู่มาตรฐานโลก (นอกเหนือจากโลกที่มีมาตรฐานเพชร)

3) ขอการรับรองจาก World Federation of Diamond Bourses (WFDB) เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงโครงข่ายกับ Diamond Bourse อื่นๆ ในโลก

เอกสารอ้างอิง

Kachhadiya Minal Balubhai (2015), *Diamond Bourse: Case Study of Bharat Diamond Bourse and Dubai Diamond Exchange*, International Journal of Emerging Technologies and Innovation Research, Volume 2 Issue 3, March 2015, pp 465-467

จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา (2559), *โครงการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลก*, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กรุงเทพฯ

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ (2544), *การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ*, บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด กรุงเทพฯ

ภาคผนวก ก การสัมมนารับฟังความคิดเห็น

สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เข้าร่วมการสัมมนา

สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จัดการสัมมนารับฟังความคิดเห็น โครงการการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและพลอยที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีส้ม กรุงเทพฯ ในวันที่ 3 สิงหาคม 2561 เวลา 9.00-12.00 น. โดยมีผู้เข้าร่วมการสัมมนา รวมจำนวนทั้งสิ้น 34 คน แยกเป็นผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 30 คน และคณะที่ปรึกษา จำนวน 4 คน (ตารางที่ ก-1) สรุปความคิดเห็นของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

ความคิดเห็นของผู้แทนจากหน่วยงานภาคเอกชน

- จุดเด่นของประเทศไทย มีวัตถุดิบ มีฝีมือแรงงาน
- ประเทศไทยควรริบดำเนินการเรื่องภาษีเกี่ยวกับอัญมณีให้เป็นระบบ และจัดตั้งศูนย์ฯ ที่ผู้ประกอบการสามารถร่วมมือกันได้
- ภาครัฐไม่เข้าใจปัญหาของผู้ประกอบการ ปัญหาอุปสรรคของอุตสาหกรรมอัญมณี เพชร และพลอย
- อยากให้ GIT เข้าใจปัญหาและเป็นกระบอกเสียงให้ผู้ประกอบการ
- กฎหมายการทำงานของคนต่างด้าวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ต้องมี work permit แรงงานแอฟริกันในจันทบุรีมีเยอะมาก ผิดกฎหมายแต่ไม่มีการควบคุมจากหน่วยงานภาครัฐ
- อยากให้มองภาพอุตสาหกรรมอัญมณีให้ครบทุกด้าน เช่น ใบมาตรฐานเพชรและพลอยสี กฎหมายแรงงานต่างด้าว ฯ
- หากจะปรับกฎหมายแรงงานขอให้พิจารณากฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น พาณิชย์ แรงงาน คลัง (ให้คนที่รู้ปัญหา มาแก้ปัญหา)
- แรงงานผิดกฎหมายหลายอย่าง เช่น ใช้แรงงานเด็ก แรงงานฝึกจนมีความชำนาญแล้ว แรงงานลาออก
- ฝึกแรงงานเริ่มต้นต้องมีทุน มีอาจารย์สอน เริ่มต้นฝึกตั้งแต่อายุน้อยจะดีกว่า
- มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสมาชิก 15,000 บาท มีความเหมาะสมแล้ว (จำนวนสมาชิก 900 ราย)

- GIT ควรช่วยผลักดันในเรื่องนี้ และเห็นด้วยกับทีมงานวิจัยในเรื่อง location คือบางรัก และอาจใช้พื้นที่สำนักงานสมาคมอัญมณีและเครื่องประดับได้
- อยากให้มีความสามัคคีของคนในวงการอัญมณีเพื่อผลักดันให้การค้าอัญมณีการค้าก้าวหน้ากว่านี้
- ก่อนจะผลักดันให้ระบุวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งให้ชัดเจน : profit หรือ non profit
- ภาครัฐควรสนับสนุนให้เยาวชนใช้เวลาว่างมาเรียนความรู้เรื่องอุตสาหกรรมนี้
- ปัญหาของพลอยคือ ไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน
- อยากให้เข้าใจในธรรมชาติของอุตสาหกรรม ระยะเวลาการทำงานในอุตสาหกรรมสั้น เริ่มตั้งแต่อายุน้อยจนถึงอายุประมาณสี่สิบปี เนื่องจากการทำงานในอุตสาหกรรมนี้ต้องใช้สายตาค่อนข้างมาก ระยะเวลาในการทำงานจึงสั้นกว่าอาชีพอื่นเนื่องจากปัญหาสายตา เมื่ออายุประมาณสี่สิบหรือสี่สิบกว่าๆ ต้องออกไปทำอาชีพอื่น จึงขอเสนอให้นำคนเหล่านั้นมาเป็นผู้สอนให้กับแรงงานที่เข้ามาใหม่ ดีกว่าปล่อยให้ไปทำอาชีพอื่นหรือถูกดึงตัวไปทำงานต่างประเทศ เพราะเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ

ความคิดเห็นของผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ

- GIT ควรร่วมมือกับผู้ประกอบการ เข้าไปหารือกับภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
- หน่วยงานที่จะรับผิดชอบจัดตั้งและดูแล ควรจะเป็นองค์กรที่ no profit หรือ profit (ขึ้นอยู่กับเจตนาในการจัดตั้งและกระบวนการในการดำเนินการต่อ)
- กระทรวงอุตสาหกรรม เห็นว่าอุตสาหกรรมนี้ขาดแคลนแรงงาน ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับกระทรวงศึกษาให้เด็กสามารถเรียนในโรงเรียนและฝึกงานในโรงงานของผู้ประกอบการ
- กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอให้คณะวิจัยโครงการนี้ร่วมมือกับผู้ประกอบการเสนอต่อสำนักนายกฯ โดยตรง
- ไม่อยากให้พิจารณาเฉพาะพื้นที่ในเมืองในการจัดตั้งเท่านั้น
- จีนและเวียดนามให้ทุนไปเรียนต่อปริญญาโทในประเทศของตน ทำให้บุคลากรด้านนี้ถูกดึงตัวไปต่างประเทศ (เป็นทุนให้เปล่าและหางานให้ทำในประเทศจีนด้วย)
- GIT : กระทรวงพาณิชย์เสนอให้ GIT เป็น hub
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม : เห็นว่าข้อมูลโครงการที่คณะผู้วิจัยนำเสนอค่อนข้างดี และละเอียด สำนักงานฯ ยินดีให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการตามบทบาทของสำนักงานฯ เอง

ความคิดเห็นคณะผู้วิจัย

- มศว. มีการสอนและฝึกอบรมให้กับเยาวชน โดยการตั้งเป็นชมรมเจียรพลอย และร่วมมือกับโรงเรียนเทศบาลต่างๆ ในจังหวัดตาก
- คณะผู้วิจัยจะไปจัดทำ Business Model มานำเสนอ

ตารางที่ ก.1 รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมมนารับฟังความคิดเห็น

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1.	นายชิษณุพงศ์ อติลักษณ์เมธี	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ	กรมการท่องเที่ยว
2.	นางสาวพรรณรัตน์ ศรีประชุม	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
3.	นางสาวเกศรา ผลภาษี	เศรษฐกร	สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
4.	นางสาวพรพิมล ทรงกิติพิศาล	เศรษฐกร	สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
5.	นายบุญทวี ศรีประเสริฐ	รองผู้อำนวยการสถาบันฯ	สถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
6.	นางวิลาวัลย์ อติชาติ	ที่ปรึกษาสถาบันฯ	สถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
7.	นายวิสุทธิ์ พิสุทธอนนท์	ที่ปรึกษาสถาบันฯ	สถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
8.	นางสาวกวีนิดา กฤตภาสกรวงศ์	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล	สถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
9.	นางนธิมา จันกลิ่น	หัวหน้าฝ่ายนโยบายและแผน	สถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
10.	นางนภัสชล กรรณสูตร	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
11.	นางสาวศิริพร ชินตระกูลรัตน์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
12.	นางสาวปิยพร อินทรประเสริฐ	เจ้าหน้าที่กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
13.	นางสาวสุนิสา ตามไท	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
14.	นางสาวชัตติยา วิสรัตน์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	สำนักงานเศรษฐกิจ

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
			อุตสาหกรรม
15.	รศ.ดร.จักรพันธ์ สุทธิรักษ์	ผู้อำนวยการฝ่ายการวิจัยมุ่งเป้า	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
16.	นางสาวพิทยา เตียสุวรรณ	กรรมการบริษัท	บริษัท บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)
17.	นายยศ เลิศปัญญาวงศ์	ผู้จัดการ	บริษัท My Laboratory จำกัด
18.	นางสาวมนัสนา ใจเลิศ	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	บริษัท My Laboratory จำกัด
19.	นายฐานันท์ ภัทรธรา	ผู้จัดการ	บริษัท World Corundum จำกัด
20.	นางสาวปทุมมา บุญศิริรัตนโชค		S.V.D. Gem Co., LTD.
21.	นายรัชพงศ์ พ่วงโกศล		S.V.D. Gem Co., LTD.
22.	นายสมเกียรติ วีระวุฒิพงศ์	ผู้จัดการฝ่ายส่งออก	Premier Gems Trading
23.	นายบดินทร์ ดุรงค์พิทยา	Assistant Marketing Director	Premier Diamond Cutting
24.	นายธนวิชญ์ ดุรงค์พิทยา	Assistant Marketing Director	Premier Diamond Cutting
25.	นางนภาพร ทองผุด	เจ้าหน้าที่บัญชี	บริษัท สุคาเดีย สโตนส์ จำกัด
26.	นายชัยวัฒน์ วงศ์จินดาเวศน์		บางกอกพลอยไทย
27.	นายพิทักษ์ ปัญชาธิ์เรศ		บางกอกพลอยไทย
28.	นางกนกวรรณ ชำนาญศิลป์		สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
29.	นางสิริวิริญญ์ จิตเจริญ		สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
30.	นายปิยะพงษ์ วิฑูรปัญญากิจ		สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
31.	รศ.ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา	คณะผู้วิจัย	สถาบันการขนส่ง จุฬาฯ
32.	ผศ.ดร.วชิระ บุญยเนตร	คณะผู้วิจัย	สถาบันการขนส่ง จุฬาฯ
33.	นายกุลเชษฐ วุฒิมานานนท์	คณะผู้วิจัย	สถาบันการขนส่ง จุฬาฯ
34.	นางสาววรรณภา วัฒนกุลเลี้ยง	คณะผู้วิจัย	สถาบันการขนส่ง จุฬาฯ



ภาพที่ ก.1 บรรยากาศการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 3 สิงหาคม 2561
ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ



ภาพที่ ก.2 บรรยากาศการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 3 สิงหาคม 2561
ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ



ภาพที่ ก.3 บรรยากาศการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 3 สิงหาคม 2561
ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ



ภาพที่ ก.4 บรรยากาศการสัมมนารับฟังความคิดเห็นฯ ในวันที่ 3 สิงหาคม 2561
ณ โรงแรม Holiday Inn Bangkok สีลม กรุงเทพฯ