

บทที่ 3

อุปสงค์การบริการขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับออกทางอากาศ

อุปสงค์การบริการขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุปสงค์สืบเนื่อง จากอุปสงค์ในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับอันเกิดจากความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับในต่างประเทศ ซึ่งในที่นี้ให้เท่ากับมูลค่าการส่งออก ดังนั้นในบทนี้จึงทำการศึกษาถึงโครงสร้างการผลิต ลักษณะตลาดส่งออกที่สำคัญ มูลค่าการส่งออกในตลาดที่สำคัญ และขั้นตอนการจำหน่ายสินค้าที่ทำการส่งออก เพื่อให้เข้าใจความต้องการการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

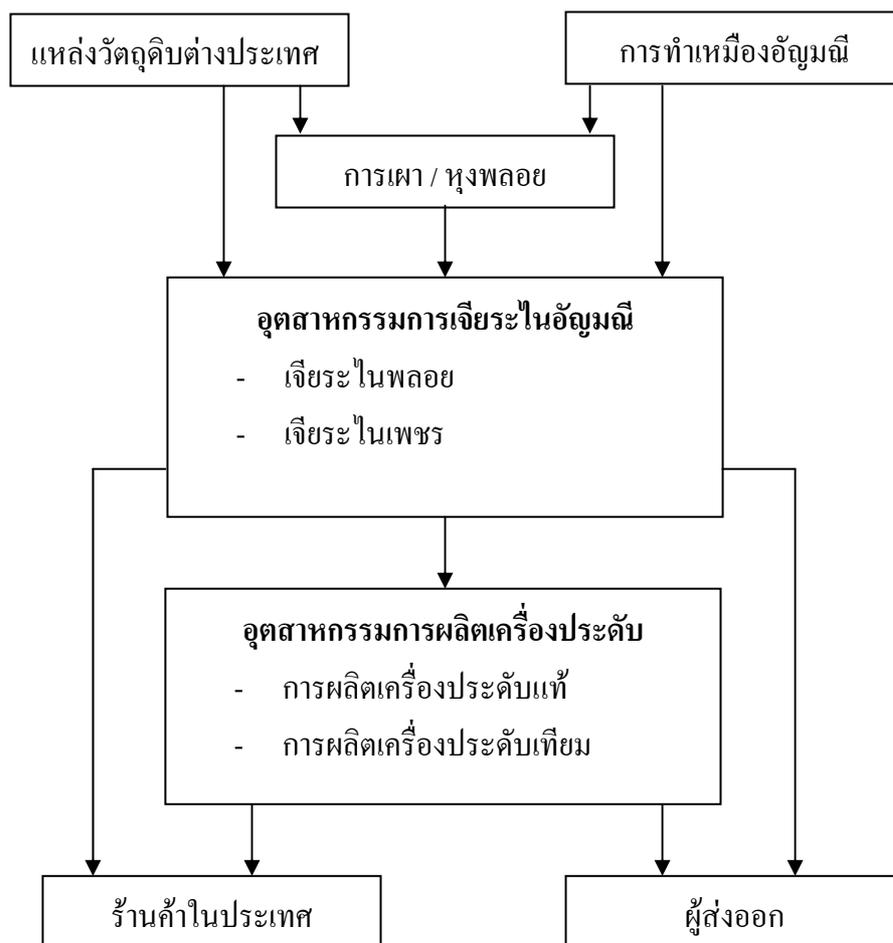
โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เริ่มต้นจากอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และอุตสาหกรรมในครัวเรือนพัฒนาจนกระทั่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลักอยู่ 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี ได้แก่ การเจียรไนเพชร พลอย และ อุตสาหกรรมเครื่องประดับ ประกอบด้วย เครื่องประดับแท้ และเครื่องประดับเทียม โดยมีโครงสร้างการผลิตดังนี้

1. วัตถุดิบ เหมืองพลอยภายในประเทศไทยจะอยู่ตามแหล่งอัญมณีที่สำคัญของไทย คือ จังหวัดจันทบุรี ทราด และกาญจนบุรี กรรมวิธีการขุดพลอยมี 2 วิธี คือ การขุดบ่อพลอยและการทำแบบเหมืองพลอย แต่อย่างไรก็ตามการทำเหมืองพลอยในประเทศไทยได้ลดลงไปจำนวนมาก เหมืองพลอยหลายแห่งหยุดการผลิต เนื่องจากปริมาณของพลอยที่ผลิตได้ มีจำนวนน้อยลง ผลตอบแทนไม่คุ้มต่อการลงทุน จึงต้องใช้พลอยดิบจากต่างประเทศ อาทิ ประเทศพม่า กัมพูชา เวียดนาม และลาว นอกจากนี้มีการนำเข้าพลอยดิบในทวีปแอฟริกา เช่น ประเทศมาดากัสการ์ เคนยา แทนซาเนีย และไนจีเรีย หลังจากได้พลอยดิบแล้ว จะนำไปเพิ่มมูลค่าด้วยการหุงหรือเผา แล้วส่งไปเจียรไนต่อไป

2. อุตสาหกรรมเจียรไนพลอย เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้งบลงทุนมากนัก เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ไม่ซับซ้อน และราคาถูก อุตสาหกรรมเจียรไนพลอยจึงมีผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน และมีกระจายอยู่ทั่วไปตามชนบทในภาคตะวันออก เฉียงเหนือ โดยมีศูนย์กลางการเจียรไนอยู่ที่กรุงเทพฯ และจันทบุรี นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรม

ที่มีความได้เปรียบ คู่แข่งขัน ทางด้านฝีมือการเจียระไนที่ประณีต และเทคโนโลยีการหุงหรือเผาพลอยซึ่งทำให้พลอยมีสีสวยและราคาสูงขึ้น จึงทำให้พลอยเจียระไนของไทยได้รับการยอมรับไปทั่วโลก โดยเฉพาะทับทิมและไพลิน



ภาพที่ 3 โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

ที่มา: อัญมณีและเครื่องประดับ, ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2549)

3. อุตสาหกรรมเจียระไนเพชร เกิดจากการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีชื่อเสียงในการเจียระไน เพชร เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ เนื่องจากไทยได้เปรียบในด้านค่าจ้างที่ต่ำกว่า และมีฝีมือในการเจียระไน โดยเพชรเจียระไนของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดค้าเพชรและแหล่งประเทศที่ผลิต จึงทำให้ไทยเป็นแหล่งเพชรเจียระไนขนาดเล็กที่สำคัญของโลกแห่งหนึ่ง

อุตสาหกรรมเจียรไนเพชรนี้ต้องอาศัยเงินลงทุนสูง ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทต่างชาติหรือร่วมทุนกับต่างชาติ และจะได้รับหรือเคยได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI

4. อุตสาหกรรมเครื่องประดับ แบ่งได้เป็น

4.1 อุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ ได้แก่ เครื่องประดับเงิน ทอง และเครื่องประดับอัญมณีที่ประกอบเป็นตัวเรือน การผลิตเครื่องประดับมักเป็นผู้ผลิตเพื่อการส่งออก โรงงานขนาดเล็กจะกระจายอยู่บริเวณเขตกรุงเทพ ตัวเมืองใหญ่ๆ ตามภูมิภาคต่างๆ เช่น นครราชสีมา เชียงใหม่ เชียงราย เป็นต้น วัตถุดิบอัญมณีที่ใช้ได้จากอุตสาหกรรมเจียรไนเพชรพลอยในประเทศ และการนำเข้าเพชรพลอยที่เจียรไนแล้ว ส่วนโลหะมีค่าในการผลิตตัวเรือนหรือโลหะมีค่าโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ ทองคำ (Gold) ทองคำขาว (Platinum) และเงิน (Silver) โดยทองคำส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก เช่น สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรีย สหราชอาณาจักร เยอรมนี เป็นต้น ทองคำขาว(Platinum) นำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ฮองกง สิงคโปร์ เป็นต้น และเงิน(Silver)นำเข้าเงินจากประเทศ ฮองกง เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย เป็นต้น

4.2 อุตสาหกรรมเครื่องประดับเทียม ลักษณะเด่นคือตัวเรือนทำจากโลหะผสมจำพวกทองเหลือง, ดีบุกชุบเคลือบทองคำ, เงินหรือโรเดียมประดับเพชรพลอยสังเคราะห์ การผลิตเครื่องประดับเทียม มีตั้งแต่การผลิตเป็นงานหัตถกรรมในครัวเรือน โรงงานขนาดเล็กไปจนถึงการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เพื่อการส่งออก ซึ่งนอกจากผู้ประกอบการไทยจะขยายการผลิตแล้ว ยังมีผู้ผลิตจากต่างประเทศ เช่น สวิสเซอร์แลนด์ ไต้หวัน และญี่ปุ่น ย้ายฐานการผลิตเข้ามาในไทย เนื่องจากการได้เปรียบในด้านค่าแรง ประกอบกับฝีมือที่ประณีต โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) เครื่องประดับอัญมณีเทียมเลียนแบบเครื่องประดับแท้ ได้แก่ เข็มกลัด ต่างหู แหวน สร้อย และกำไล ซึ่งสามารถเลียนแบบได้คล้ายเครื่องประดับแท้ เครื่องประดับเทียม ประเภทนี้เป็นที่นิยมของตลาดและมีราคาแพงกว่า เครื่องประดับเทียมประเภทอื่น

2) เครื่องประดับเทียมที่ทำจากพลาสติก ได้แก่ เครื่องประดับผม กำไล ต่างหู สร้อยคอ สร้อยข้อมือ การผลิตใช้เครื่องจักรเป็นส่วนใหญ่

3) เครื่องประดับที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ เช่น หินสี เปลือกหอย ลูกปัด กะลา เขาสัตว์ และเซรามิค เป็นต้น การผลิตส่วนใหญ่เป็นงานหัตถกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว มีการส่งออกเพียงเล็กน้อย

ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

1. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเจียรไนที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2547 ดังตารางที่ 3.1 พบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้นรวม 139 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวน 55 โรง ขนาดกลาง 38 โรง และขนาดใหญ่ 46 โรง แต่จำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลทุกประเภท ณ สิ้นปี 2547 กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ตาราง 3.2) มีจำนวนทั้งหมด 174 ราย มีจำนวนผู้ประกอบการที่ทำการจดทะเบียนนิติบุคคลและจดทะเบียนโรงงานรวมทั้งสิ้นจำนวน 43 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 24.71 ของจำนวนผู้จดทะเบียนนิติบุคคล

2. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2547 ดังตารางที่ 3.1 พบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้นรวม 575 โรง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวน 159 โรง ขนาดกลาง 237 โรง และขนาดใหญ่ 179 โรง แต่จำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลทุกประเภท ณ สิ้นปี 2547 กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ตาราง 3.2) มีจำนวนทั้งหมด 987 ราย มีจำนวนผู้ประกอบการที่ทำการจดทะเบียนนิติบุคคลและจดทะเบียนโรงงานรวมทั้งสิ้นจำนวน 183 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 18.54 ของจำนวนผู้จดทะเบียนนิติบุคคล

ขั้นตอนการจำหน่าย

1. การจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับแท้

1.1 เพชร การจำหน่ายเพชรเจียรไนจะส่งขายเป็นเม็ดให้กับผู้ขายส่ง โดยจะขายต่อไปยังพ่อค้าปลีก หรือขายต่อให้โรงงานผลิตเครื่องประดับ, จำหน่ายให้กับโรงงานผลิตเครื่องประดับโดยตรงเพื่อประกอบเป็นตัวเรือน, จำหน่ายให้กับผู้ส่งออก ซึ่งจะขายต่อให้กับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ หรือการส่งออกโดยตรงให้กับผู้นำเข้าจากต่างประเทศ

1.2 พลอย มีขั้นตอนการจำหน่ายตั้งแต่พลอยดิบ โดยจะมีการจำหน่ายในกรณี خودเอง ผู้จุด / เจ้าของบ่อ จะจำหน่ายพลอยที่จุดให้พ่อค้าคนกลางซึ่งเป็นพ่อค้าในท้องถิ่น หรือพ่อค้าจาก กรุงเทพฯ โดยพ่อค้าคนกลางจะทำการรวบรวมไปขายยังโรงงานเจียรไนพลอย หรือจำหน่ายให้กับโรงงานเจียรไนโดยตรง ส่วนพลอยเจียรไนมีวิธีการจำหน่ายเช่นเดียวกับเพชร

เครื่องประดับแท้ ที่ประกอบเป็นตัวเรือน เพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าส่ง หรือ ส่งออกไปจำหน่ายต่อยังต่างประเทศ

2. การจำหน่ายเครื่องประดับเทียม ประกอบเป็นตัวเรือนแล้วจะจำหน่ายให้พ่อค้าส่ง หรือส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

ตารางที่ 3.1 จำนวนโรงงานอัญมณีและเครื่องประดับที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2547

(หน่วย: โรง)

ประเภทโรงงาน	โรงงาน			รวม
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดใหญ่	
อัญมณี	55	38	46	139
สัดส่วนประเภทโรงงาน (ร้อยละ)	39.57	27.34	33.09	
เครื่องประดับ	159	237	179	575
สัดส่วนประเภทโรงงาน (ร้อยละ)	27.65	41.22	31.13	
รวม	214	275	225	714
สัดส่วนประเภทโรงงาน (ร้อยละ)	29.97	38.52	31.51	

หมายเหตุ: ขนาดการผลิตของโรงงาน แบ่งเป็น

1. ขนาดเล็ก ได้แก่โรงงานที่มีเครื่องจักรไม่เกิน 20 แรงม้า และคนงานไม่เกิน 20 คน
2. ขนาดกลาง ได้แก่โรงงานที่มีเครื่องจักรไม่เกิน 50 แรงม้า และคนงานไม่เกิน 50 คน
3. ขนาดใหญ่ ได้แก่โรงงานที่มีเครื่องจักรเกิน 50 แรงม้า และคนงานเกิน 50 คน

ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม (2548)

ตารางที่ 3.2 จำนวนผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่จดทะเบียนนิติบุคคลทุกประเภทกับ
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ สิ้นปี 2547

ประเภทผู้ผลิต	ผู้จดทะเบียนโรงงาน และจัดทำเบียนกรม พัฒนาธุรกิจการค้า	ผู้จดทะเบียนกับกรม พัฒนาธุรกิจการค้า	สัดส่วนผู้จดทะเบียนโรงงาน และจัดทำเบียนกรมพัฒนาธุรกิจ การค้าต่อผู้จดทะเบียนกับกรม พัฒนาธุรกิจการค้า
	(ราย)	(ราย)	(ร้อยละ)
อัญมณี	43	174	24.71
เครื่องประดับ	183	987	18.54
รวม	226	1161	19.47

ที่มา: กรมโรงงานอุตสาหกรรม และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2548)

การค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

1. ตลาดในประเทศ

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ความต้องการสินค้าขึ้นอยู่กับความ
พอใจ รสนิยม รูปแบบ คุณภาพ ราคา และรายได้ของผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของจึงอยู่กับ
ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและสูง และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย แหล่งค้า
อัญมณีและเครื่องประดับจะอยู่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งที่มีอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและ
เครื่องประดับ หรือโรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยว ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ห้างสรรพสินค้าชั้น
นำ และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศ ปัจจุบันตลาดอัญมณีและ
เครื่องประดับในประเทศได้มีการขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการหันมาสนใจตลาดใน
ประเทศมากขึ้น โดยพยายามผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เช่น เครื่องประดับทองคำ 99.99% และเริ่ม
ขยายตลาดโดยวิธีการขยายสาขาในลักษณะแฟรนไชส์ ซึ่งมีผลดีในเรื่องราคาและคุณภาพของสินค้า
ที่มีความแน่นอน การเข้าตลาดของผู้ลงทุนรายใหม่จะใช้ กลยุทธ์ทางด้านราคา ประกอบกับกลยุทธ์
ด้านการออกแบบตัวสินค้า เครื่องประดับเพชรก็ได้รับความนิยม โดยพยายามใช้สื่อในวาระสำคัญ

ต่าง ๆ เป็นสิ่งจูงใจ พร้อมทั้งเน้นการขายตรง การบริการหลังการขายในลักษณะที่รับดูแล
ซ่อมแซมและให้ความปลอดภัยในตัวสินค้า

2. ตลาดต่างประเทศ

การแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก อาจแบ่งเป็น 3
ระดับคือ (อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ, 2543)

2.1 ตลาดระดับบน (สินค้านี้มีคุณภาพดี และราคาแพง) ไทยยังเป็นรองประเทศอิตาลีและ
ฮ่องกง เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีข้อได้เปรียบด้านเทคโนโลยีการผลิต การออกแบบ และการทำ
ตัวเรือนที่แปลกใหม่

2.2 ตลาดระดับกลาง (สินค้านี้มีคุณภาพพอสมควร และมีราคาปานกลาง) เป็นตลาดซึ่ง
ไทยมีจุดแข็งในด้านฝีมือและความประณีตในการเจียรระโน นอกจากนี้ค่าแรงงานยังต่ำกว่าประเทศ
ที่พัฒนาแล้ว

2.3 ตลาดระดับล่าง (สินค้านี้มีคุณภาพค่อนข้างต่ำ และราคาถูก) ผลิตภัณฑ์จากจีน อินเดีย
และศรีลังกา มีบทบาทมากขึ้นในตลาดระดับนี้ เนื่องจากมีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าไทยและประเทศ
พัฒนาแล้วมาก ทำให้ฐานการผลิตถูกย้ายไปสู่ประเทศดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นผู้ผลิตไทยจะต้อง
พัฒนารูปแบบเพื่อเข้าสู่ตลาดระดับกลางให้มากขึ้น

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

การค้าอัญมณีและเครื่องประดับกับต่างประเทศของประเทศไทย เมื่อดูตลาดส่งออกสินค้า
อัญมณีและเครื่องประดับเป็นรายประเทศพบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2542 – 2547 การส่งออกไปยัง
ประเทศ สหรัฐอเมริกา อิสราเอล เบลเยียม และญี่ปุ่น มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอัญมณีและ
เครื่องประดับเฉลี่ยรวมกันประมาณร้อยละ 60 (ตารางที่ 3.3) ของการส่งออกอัญมณีและ
เครื่องประดับทั้งหมด ซึ่งลักษณะของตลาดแต่ละประเทศมีดังนี้

1. ตลาดสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับอันดับหนึ่งของไทย โดยในปี พ.ศ. 2547 (ตารางที่ 3.3) มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับร้อยละ 27.14 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยผู้บริโภครส่วนใหญ่นิยมเพชรและเครื่องประดับเพชรค่อนข้างมาก และให้ความสำคัญต่อเครื่องหมายการค้าและคุณภาพของเครื่องประดับเป็นพิเศษ (กระแสดรรชนี, 2546) การตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของผู้บริโภคชาวอเมริกาจะดูที่ราคาสินค้าเป็นสำคัญ โดยสินค้านำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา คือ เครื่องประดับแท้ พลอย และเพชร เมื่อดูมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในช่วงปี 2542 – 2547 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น มูลค่าส่งออกในปี 2542 มีมูลค่า 18,360.1 ล้านบาท และมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 28,847.9 ล้านบาทในปี 2547 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.56 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 9.96 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนมูลค่าของการส่งออกทางอากาศในช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2547 (ตารางที่ 3.4) เฉลี่ยร้อยละ 96.48 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังสหรัฐอเมริกา โดยการขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับทางอากาศจากไทยไปยังสหรัฐอเมริกา มีเที่ยวบินตรงไปยังสหรัฐฯ แต่มีการแวะจอดพักเพื่อเติมเชื้อเพลิงเนื่องจากระยะทางไกล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละสายการบินว่าจะทำการจอด ณ สนามบินไหน ดังนั้นไม่มีการขนถ่ายสินค้าไปยังเครื่องบินลำอื่นระหว่างการจอดพัก

การนำเข้าสินค้านำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐอเมริกา สามารถนำเข้าได้อย่างเสรี โดยมีการเก็บภาษ้นำเข้าอยู่ระหว่างร้อยละ 0 – 10 (ตารางผนวกที่ 1) แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (The Generalized Systems of Preference: GSP) ในสินค้านำเข้าประเภทนี้ โดยมีอัตราภาษ้นำเข้าเป็นศูนย์ ยกเว้นอัญมณีและเครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะเงินที่ถูกตัดสิทธิแล้ว เอกสารการขอรับสิทธิ ไม่จำเป็นต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าไปแสดงเพื่อประกอบการนำเข้าสินค้า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา โดยผู้ส่งออกต้องรับรองในบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ว่าใช้วัตถุดิบถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า

2. ตลาดอิสราเอล เป็นตลาดที่มีสัดส่วนการส่งออกเป็นอันดับรองลงมาจกตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมีสัดส่วนในปี 2547 ร้อยละ 13.70 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด โดยตลาดอิสราเอลถือเป็นศูนย์กลางการค้า (One-Stop) เพชรและอัญมณีของโลก เนื่องจากเป็นตัวกลางในการนำเข้าวัตถุดิบ (rough stones) และส่งออกต่อไปยังแหล่งอื่นๆ เพื่อดำเนินการขั้นตอนต่อไป เช่น ขัด ตัดและเจียรไน เป็นต้น โดยสินค้าส่งออกของไทยไปยัง

อิสราเอลที่สำคัญได้แก่ เครื่องประดับแท้ และเพชร มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยไปยังอิสราเอลในช่วงปี 2542- 2545 (ตารางที่ 3.3) มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น จากเดิมในปี 2542 มีมูลค่า 8,868.2 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเป็น 14,999.8 ล้านบาทในปี 2545 ทั้งนี้เนื่องจากในปี 2543 ประเทศอิสราเอลได้ขยายฐานการผลิตมายังประเทศไทย โดยเข้ามา ร่วมลงทุนในอุตสาหกรรมเจียรไนเพชร และมีการส่งออกไปประกอบเป็นตัวเรือนที่อิสราเอล ทำให้มูลค่าการส่งออกไปยังตลาดนี้เพิ่มสูงขึ้น ส่วนในปี 2546 – 2547 มีการขยายตัวลดลง ทั้งนี้เนื่องมาจากปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ อีกทั้งคู่แข่งอย่างจีน และอินเดียที่มีต้นทุนค่าแรงในการเจียรไนเพชรต่ำกว่าประเทศไทยทำให้การส่งออกเพชรของไทยลดลง โดยมีสัดส่วนมูลค่าของการส่งออกทางอากาศในช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2547 (ตารางที่ 3.4) เฉลี่ยร้อยละ 90.31 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังอิสราเอล ซึ่งการขนส่งสินค้าทางอากาศไปยังอิสราเอล มีเที่ยวบินตรงไปยังประเทศปลายทาง

การนำเข้าสินค้าอัญมณีทั้งหมดของอิสราเอลต้องทำการแจ้งต่อหน่วยงานที่ชื่อ The Office of the Diamond Controller เพื่อเปิดตรวจหีบ / ห่อที่บรรจุอัญมณี โดยหน่วยงานนี้เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงการค้าอุตสาหกรรมและแรงงาน ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและการค้าของอุตสาหกรรมเพชรและอัญมณีอิสราเอล ซึ่งโดยทั่วไปการนำเข้าวัตถุดิบอัญมณีได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร และภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ยกเว้นสินค้าเครื่องประดับที่ต้องเสียภาษีนำเข้า ร้อยละ 12 และภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 17 ให้กับศุลกากร

3. ตลาดเบลเยียม มีสัดส่วนการส่งออกเป็นอันดับสาม โดยในปี 2547 ร้อยละ 11.26 ของมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมสินค้าคุณภาพสูงและมีเครื่องหมายการค้าหรือออกแบบโดยนักออกแบบที่มีชื่อเสียง และมีการออกไปรับรองคุณภาพสินค้า เครื่องประดับทองจะได้รับความนิยมกว่าเครื่องประดับเงิน ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อเครื่องประดับจากกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปด้วยกันเอง เพราะมีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์และเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย นอกจากนี้เบลเยียมถือเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีที่ใหญ่แห่งหนึ่งในโลก โดยเฉพาะการเจียรไนเพชร

ตารางที่ 3.3 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกรายประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 - 2547

ประเทศ	มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ (ล้านบาท)						สัดส่วนมูลค่าการส่งออก (ร้อยละ)							
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	เฉลี่ย	2542	2543	2544	2545	2546	2547	เฉลี่ย
สหรัฐอเมริกา	18,360.1	20,315.1	25,423.0	23,547.4	25,629.3	28,847.9	23,687.1	27.21	29.27	31.27	25.30	24.52	27.14	27.45
อิสราเอล	8,868.2	11,109.1	11,830.1	14,999.8	14,713.5	14,559.3	12,680.0	13.14	16.01	14.55	16.11	14.07	13.70	14.60
เบลเยียม	6,385.2	8,720.6	9,230.8	9,366.8	10,310.0	11,968.8	9,330.4	9.46	12.57	11.35	10.06	9.86	11.26	10.76
สวิตเซอร์แลนด์	8,555.7	2,637.4	2,728.0	9,171.6	15,175.5	2,888.5	6,859.5	12.68	3.80	3.35	9.85	14.52	2.72	7.82
ญี่ปุ่น	5,611.2	4,842.5	5,767.2	5,214.3	4,906.0	5,344.5	5,281.0	8.32	6.98	7.09	5.60	4.69	5.03	6.28
ฮ่องกง	3,192.1	3,082.8	4,774.8	4,605.1	5,522.8	7,688.6	4,811.0	4.73	4.44	5.87	4.95	5.28	7.23	5.42
สหราชอาณาจักร	2,467.1	2,755.0	3,748.8	4,388.1	5,502.0	6,478.5	4,223.3	3.66	3.97	4.61	4.71	5.26	6.10	4.72
เยอรมนี	4,026.2	3,777.5	3,688.1	3,875.2	4,239.7	4,494.1	4,016.8	5.97	5.44	4.54	4.16	4.06	4.23	4.73
ฝรั่งเศส	2,310.6	2,370.4	2,655.4	2,373.4	2,424.3	2,550.5	2,447.4	3.42	3.42	3.27	2.55	2.32	2.40	2.90
อิตาลี	903.5	1,124.2	1,654.7	1,455.5	1,425.5	1,591.6	1,359.2	1.34	1.62	2.03	1.56	1.36	1.50	1.57
อื่นๆ	6,799.4	8,662.3	9,811.4	14,085.0	14,691.3	19,866.6	12,319.3	10.08	12.48	12.07	15.13	14.05	18.69	13.75
รวม	67,479.3	69,396.9	81,312.3	93,082.2	104,539.9	106,278.9	87,014.9	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางที่ 3.4 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกรายประเทศที่สำคัญตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 – 2547

(หน่วย: พันล้านบาท)

ปี	มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปประเทศ										
	สหรัฐอเมริกา		เบลีซ		อิสราเอล		ญี่ปุ่น		อื่น ๆ		
พ.ศ.	ทั้งหมด	สัดส่วน (ร้อยละ)	ทั้งหมด	สัดส่วน (ร้อยละ)	ทั้งหมด	สัดส่วน (ร้อยละ)	ทั้งหมด	สัดส่วน (ร้อยละ)	ทั้งหมด	สัดส่วน (ร้อยละ)	
2542	16.45	18.36	89.60	6.24	6.39	97.65	6.94	8.87	4.87	5.61	86.81
2543	20.03	20.32	98.57	8.72	8.72	99.97	10.31	11.11	4.62	4.84	95.45
2544	25.08	25.42	98.66	9.20	9.23	99.67	10.85	11.83	4.14	5.77	71.75
2545	23.3	23.55	98.94	9.33	9.37	99.57	13.96	15.00	4.96	5.21	95.20
2546	24.96	25.63	97.39	10.30	10.31	99.90	13.87	14.71	4.57	4.91	93.08
2547	27.61	28.85	95.70	11.97	11.97	99.99	13.34	14.56	5.06	5.34	94.76

ที่มา: กรมศุลกากรต่างประเทศ และกรมศุลกากร (2548)

มีศูนย์กลางการค้าอัญมณีอยู่ ณ เมือง Antwerp ส่วนสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกไปยังเบลเยียมที่สำคัญ คือ เพชร และเครื่องประดับ ซึ่งในช่วงปี 2542 – 2547 (ตารางที่ 3.3) มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังเบลเยียมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จากปี 2542 มีมูลค่าการส่งออก 6,385.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 11,968.8 ล้านบาท หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 14.01 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด โดยมีสัดส่วนมูลค่าของการส่งออกทางอากาศในช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2547 (ตารางที่ 3.4) เฉลี่ยร้อยละ 99.49 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังเบลเยียม การขนส่งสินค้าทางอากาศไปยังเบลเยียมไม่มีเที่ยวบินตรงไปยังปลายทาง ต้องทำการขนถ่ายสินค้าเปลี่ยนท่า โดยทำการจอดเปลี่ยนถ่ายสินค้า ณ สนามบินใหญ่ในยุโรป แล้วบินจากสนามบินในยุโรปไปยังปลายทาง

การนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของเบลเยียมจะเสียภาษีนำเข้าอยู่ระหว่างร้อยละ 0 – 4 (ตารางผนวกที่ 2) และได้ทำการยกเว้นการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) นอกจากนี้ไทยยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (The Generalized Systems of Preference: GSP) ในสินค้าประเภทนี้ โดยมีอัตราภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ ซึ่งเป็นระบบเดียวกันกับประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป เอกสารประกอบการขอรับสิทธินี้จะต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า แบบฟอร์มเอ (Form A) ซึ่งออกให้โดยกรมการค้าต่างประเทศ

4. ตลาดญี่ปุ่น เป็นตลาดที่มีการส่งออกในจำนวนที่สูงอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่ชาวญี่ปุ่นนิยมบริโภคเครื่องประดับประเภททองคำขาวหรือแพลทินัม เนื่องจากชาวญี่ปุ่นจะให้คุณค่ากับสีขาวของเงินและทองคำขาว ในกลุ่มผู้บริโภคระดับบนนิยมเครื่องประดับที่มีตราสินค้าทั้งที่เป็นของต่างประเทศ และที่เป็นตราสินค้าของญี่ปุ่นเอง ส่วนเครื่องประดับที่มีราคาระดับปานกลางถึงต่ำจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มคนทำงาน การเลือกซื้อเครื่องประดับของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล เมื่อดูจากตารางที่ 3.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2542 – 2546 นั้นมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นชะลอตัวลงตามเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ดังนั้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยจึงลดลง แต่อย่างไรก็ดีในปี 2547 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น โดยสาเหตุเนื่องมาจากสถานการณ์เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเริ่มฟื้นตัวอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2546 – 2547 ด้วยอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 1.4 และร้อยละ 2.7 ตามลำดับ (กระแสดรรชนี, 2548) โดยรวมปี 2547 เพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่า 5,344.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.9 เมื่อเทียบกับปี 2546 โดยสินค้าที่มีการขยายตัวมากที่สุดได้แก่ เพชร รองลงมาได้แก่

เครื่องประดับเทียม เครื่องประดับแท้ และพลอย ตามลำดับ โดยมีสัดส่วนมูลค่าของการส่งออกทางอากาศในช่วงปีพ.ศ. 2542 – 2547 (ตารางที่ 3.4) เฉลี่ยร้อยละ 89.50 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังญี่ปุ่น โดยการขนส่งสินค้าทางอากาศไปยังประเทศญี่ปุ่นมีเที่ยวบินตรงจากกรุงเทพฯ - ญี่ปุ่น

การนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนั้นสามารถนำเข้าได้อย่างเสรี โดยมีระบบภาษีนำเข้าในอัตราของสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งจะต่ำกว่าภาษีนำเข้าอัตราปกติซึ่งมีไว้สำหรับประเทศที่มีได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (ตารางผนวกที่ 3) นอกจากนี้ประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) สำหรับสินค้าเครื่องประดับแท้และเครื่องประดับเทียม แต่กำหนดโควตาสำหรับการให้สิทธิไว้ปีละประมาณ 4,300 ล้านบาท ถ้าส่งเกินโควตาจะต้องเสียภาษีในอัตราปกติเฉพาะส่วนที่เกินโควตานั้น ซึ่งผู้ที่ได้รับสิทธิจะต้องมีใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบฟอร์มเอ (Form A) ซึ่งออกให้โดยกรมการค้าต่างประเทศ

นโยบายรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

1. การสนับสนุนการลงทุน รัฐบาลไทยได้มีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ปี 2519 เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกให้เพิ่มมากขึ้น มีดังนี้

1.1 การส่งเสริมการลงทุน ในปี 2543 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ลงทุน ได้จัดให้กิจการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ การเจียรไนเพชร การเจียรไนพลอย จัดอยู่ในบัญชีประเภทกิจการที่ให้การส่งเสริมหมวด 3 อุตสาหกรรมเบาโดยมีข้อกำหนดในการลงทุนทั่วไป ดังนี้

1) ขนาดการลงทุนขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 2 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) และจะต้องส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขายทั้งสิ้น แต่ในปัจจุบันคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ยกเลิกสัดส่วนการส่งออกนี้แล้ว เพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองแก่ผู้ผลิตเพื่อขายในประเทศอันอาจได้รับผลกระทบด้านการแข่งขันจากสินค้านำเข้าตามสัดส่วนการส่งออกตามข้อตกลง TRIMs (Trade-Related Investment Measures)

2) หากว่าผู้ถือหุ้นของกิจการเป็นชาวต่างประเทศล้วนจะต้องส่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ทั้งหมดออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

1.2 การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี ภายใต้การควบคุมดูแลของกรมนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยร่วมกับบริษัทไอจีเอส จำกัด ซึ่งเริ่มจัดตั้งในปี 2536 แล้วเสร็จในปี 2538 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ดำเนินการผลิตในอุตสาหกรรมอัญธานีและเครื่องประดับให้ครบวงจร นอกจากนี้ผู้ผลิตยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรหลายประการ เช่น ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าจากกรมศุลกากร ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากกรมสรรพากร ยกเว้นภาษีเงินได้จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้รับการอำนวยความสะดวกทางภาษีศุลกากร

2. มาตรการด้านภาษี รัฐบาลออกมาตรการทางด้านภาษี เพื่อจูงใจทางด้านรายได้และลดภาระทางภาษีให้กับผู้ส่งออก ให้สามารถผลิตสินค้าอัญธานีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้น

2.1 การคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ให้กับผู้ส่งออกเริ่มใช้ในปี 2544 โดยกรมสรรพากรได้จัดระดับกลุ่มผู้ส่งออกแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มลูกค้าที่มีประวัตินำเข้าเชื่อถือดี สามารถคืนภาษีได้ทันทีโดยไม่ต้องค้ำประกัน การตั้งฎีกาเบิกจ่ายจะสามารถคืนเงินได้ภายใน 2 สัปดาห์

2) กลุ่มที่ต้องมีการสุ่มตรวจ ใช้เวลาพิจารณา 45 – 60 วัน หากพิจารณาไม่เสร็จจะคืนเงินก่อน โดยผู้เสียภาษีนำหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินมาวาง

3) กลุ่มที่ต้องตรวจอย่างระมัดระวังใช้เวลาพิจารณา 45 – 60 วัน หากพิจารณาไม่เสร็จจะคืนเงินก่อน โดยผู้เสียภาษีนำหนังสือค้ำประกันจากสถาบันการเงินมาวาง

2.2 การคืนภาษีตามมาตรา 19 ทวิ เป็นการคืนอากรนำเข้าวัตถุดิบที่ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก กรมศุลกากรได้จัดระดับการบริการการคืนภาษีให้กับผู้ส่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

ตารางที่ 3.5 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทางอากาศของประเทศไทยไปประเทศที่สำคัญจำนวนรายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 – 2547

(หน่วย: ล้านบาท)

ปี	ไตรมาส ที่	สหรัฐอเมริกา	อิสราเอล	เบลเยียม	ญี่ปุ่น
2542	1	3,531.23	1,625.05	1,142.40	1,267.94
	2	3,316.46	1,609.16	1,305.45	1,091.03
	3	4,360.44	1,772.94	1,731.25	1,906.13
	4	5,240.30	1,937.01	2,064.07	1,416.82
2543	1	3,863.29	2,180.43	3,863.29	1,226.71
	2	4,046.19	2,576.51	2,075.77	1,037.31
	3	5,513.03	2,386.96	2,125.01	1,025.39
	4	6,660.38	3,165.90	2,515.21	1,334.88
2544	1	5,591.87	2,751.07	2,397.15	1,460.33
	2	5,228.19	2,884.75	2,602.91	1,385.06
	3	7,090.57	2,630.29	2,206.85	1,399.25
	4	7,173.05	2,586.09	1,991.93	1,284.27
2545	1	5,067.12	3,096.80	1,956.72	1,241.48
	2	5,417.39	3,880.08	2,578.16	1,242.48
	3	6,005.71	3,479.02	2,295.70	1,173.37
	4	6,814.45	3,508.29	2,503.45	1,301.36
2546	1	5,287.14	3,640.16	2,429.23	1,022.19
	2	5,267.03	3,374.22	2,721.64	992.85
	3	7,147.67	3,226.28	2,621.01	1,235.97
	4	7,259.61	3,628.51	2,529.92	1,361.30
2547	1	6,240.17	3,136.51	2,607.13	1,301.71
	2	6,157.05	3,205.14	2,863.08	1,178.29
	3	7,244.77	3,298.28	3,010.79	1,271.71
	4	7,965.11	3,700.87	3,486.04	1,307.44

ที่มา: กรมศุลกากร (2548)

1) ผู้ส่งของออกกระดัดพิเศษ จะใช้เวลาในการตรวจความถูกต้องของรายงานการคืนภาษีอากรตามมาตรา 19 ทวิ จนถึงขั้นตอนอนุมัติดำเนินการภายใน 15 วันทำการ การตรวจรับและตรวจสอบชุดคำขอรับเงินชดเชย จนถึงขั้นตอนอนุมัติดำเนินการภายใน 10 วันทำการ

2) ผู้ส่งของออกกระดัดดี จะใช้เวลาในการตรวจความถูกต้องของรายงานฯ จนถึงขั้นตอนอนุมัติดำเนินการภายใน 20 วันทำการ ส่วนการตรวจรับและตรวจสอบชุดคำขอรับเงินชดเชย จนถึงขั้นตอนอนุมัติดำเนินการภายใน 15 วันทำการ

3) ผู้ส่งของออกกระดัดทั่วไป จะใช้เวลาในการตรวจความถูกต้องของรายงานฯ จนถึงขั้นตอนอนุมัติดำเนินการภายใน 30 วันทำการ ส่วนการตรวจรับและตรวจสอบชุดคำขอรับเงินชดเชย จนถึงขั้นตอนอนุมัติดำเนินการภายใน 20 วันทำการ

3. ด้านการส่งเสริมการส่งออก เป็นมาตรการทางการตลาดของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้ต่างประเทศได้รู้จักสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้า อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการค้าในตลาดใหม่ๆ

3.1 รัฐอนุญาต ให้นักทัศนอากรสามารถนำเพชร พลอย เครื่องรูปพรรณและเครื่องรูปพรรณทองคำขาวติดตัวออกไปได้โดยไม่จำกัดมูลค่า รวมถึงการพยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย โดยเป็นความร่วมมือระหว่างสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว เพื่อมิให้นักท่องเที่ยวถูกหลอกลวงในการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทย โดยดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540

3.2 รัฐให้การยกเว้นภาษีการค้า สำหรับอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524

3.3 รัฐให้การสนับสนุนส่งเสริม โดยใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และจัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อมุ่งหวังให้พ่อค้านักธุรกิจในวงการอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศเข้ามาพบกับพ่อค้านักธุรกิจชาวไทย โดย

การจัดแสดงสินค้าในประเทศนั้น กรมส่งเสริมการส่งออก และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้ร่วมกันจัดงานแสดงสินค้าสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับปีละ 2 ครั้ง โดยมีชื่อว่า “Bangkok Gems & Jewelry Fair” นอกจากนี้รัฐบาลยังมีโครงการผลักดันการส่งออกไปยังตลาดใหม่ โดยมีมาตรการทางด้านการตลาด รับผิดชอบโดยกรมส่งเสริมการส่งออก มาตรการทางการเงิน รับผิดชอบโดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และมาตรการทางด้านภาษี รับผิดชอบโดยกรมสรรพากร

4. โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น จัดตั้งขึ้นเพื่ออุตสาหกรรมแฟชั่นซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนา รูปแบบของสินค้าให้มีเอกลักษณ์ เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น และเพิ่มมูลค่าของสินค้า อันจะก่อให้เกิดรายได้กับประเทศเพิ่มขึ้น โดยได้มุ่งเน้นการเพิ่ม มูลค่าเพิ่ม การปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า การพัฒนาเครื่องหมายการค้า พัฒนาสินค้าใหม่ พัฒนาการตลาดเฉพาะ การส่งเสริมการสนับสนุนการเชื่อมโยงทั้งวงจรการผลิต และการพัฒนาศักยภาพประสิทธิภาพบุคลากรภาคธุรกิจอุตสาหกรรม โดยหลักการที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนจากระบบ “ผู้รับจ้างผลิต” หรือ OEM (Original Equipment Manufacturing) มาเป็น “ผู้ออกแบบสินค้า” หรือ ODM (Original Design Manufacturing) และมีตราหือสินค้าเป็นของตนเอง หรือ OBM (Original Branding Manufacturing) ทั้งนี้การพัฒนาอุตสาหกรรมจะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้มีการจัดทำกรอบการดำเนินงานเพื่อให้มี ความชัดเจนประกอบด้วย แผนยุทธศาสตร์การสร้างภาพลักษณ์ แผนงาน การส่งเสริมศูนย์ธุรกิจแฟชั่น แผนการส่งเสริมการตลาดในภูมิภาคและแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานธุรกิจแฟชั่น ซึ่งมีการดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545

5. การเปิดเสรีทางการค้า ในปัจจุบันประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์และข้อผูกพันที่ประเทศไทยได้ตกลงกับกลุ่มประเทศต่างๆ ในการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทั้งในด้านบวกและด้านลบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สำหรับความตกลงการค้าระหว่างประเทศที่จะกล่าวถึงในที่นี้ได้แก่

5.1 การเปิดเสรีตามพันธกรณีขององค์การการค้าโลก (WTO) ในการเจรจารอบอุรุกวัย ประเทศไทยได้มีพันธกรณีที่ปรับลดอัตราภาษีนำเข้าลงปีละเท่าๆ กัน ภายในระยะเวลา 5 ปี

(พ.ศ. 2538 – 2542) ซึ่งต้องลดอัตราภาษีลงให้เหลือร้อยละ 1 – 30 ภายในปี 2542 จากการปรับลดอัตราภาษีตามข้อผูกพันดังกล่าว เป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับได้มากขึ้น เพราะตลาดที่สำคัญของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เป็นต้น ก็มีการปรับลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการตกลงกันในมาตรการอื่นๆ ที่มีใช้ภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญได้แก่ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า อันเป็นเครื่องมือที่ประเทศผู้นำเข้าใช้ในการพิสูจน์หรือตรวจสอบความถูกต้องของแหล่งกำเนิดสินค้าเพื่อกำหนดอัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้า กำหนดปริมาณโควตา เก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด หรือภาษีต่อต้านการอุดหนุน ใช้เป็นมาตรการปกป้อง กำหนดเครื่องหมายแสดงแหล่งกำเนิด และการจัดซื้อโดยรัฐ เป็นต้น

5.2 เขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) เป็นความตกลงระหว่าง 2 ประเทศหรือมากกว่านั้นก็ได้ มีวัตถุประสงค์เพื่อจะลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกันให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดการค้าเสรีระหว่างประเทศคู่สัญญา ถือเป็นเครื่องมือทางการค้าสำคัญที่ประเทศต่างๆ ใช้เพื่อขยายโอกาสในการค้า สร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ พร้อมๆ กับเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้แก่สินค้าของตน โดยอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับถือเป็นสินค้าส่งออกที่สามารถแข่งขันในระหว่างประเทศได้ เขตการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้วได้แก่ ไทย-อินเดีย เริ่มปี พ.ศ. 2547 ลดภาษีอัญมณีและเครื่องประดับลงร้อยละ 50 และลดลงให้เหลือร้อยละ 0 ในปี พ.ศ. 2549 ไทย-ออสเตรเลีย มีผลบังคับใช้เมื่อปี พ.ศ. 2548 โดยลดภาษีอัญมณีและเครื่องประดับลงให้เหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่เริ่มบังคับใช้ ไทย - นิวซีแลนด์ เริ่มบังคับใช้ 1 กรกฎาคม 2548 มีการลดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับลงเหลือร้อยละ 0 ยกเว้นเครื่องประดับบางรายการที่ทยอยลดภาษี (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2548)

การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศที่มีข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศต้องมีใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า จึงจะสามารถได้รับสิทธิลดหย่อนภาษีตามอัตราภาษีที่ตกลงกันได้ ซึ่งเป็นอัตราภาษีที่ต่ำกว่า อัตราภาษีนำเข้าปกติ ทำให้ผู้ส่งออกของไทยสามารถส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศโดยมีต้นทุนการส่งออกที่ลดลง สามารถแข่งขันทางด้านราคากับสินค้าจากประเทศต่างๆ ได้ ส่งผลให้เกิดการส่งออกเพิ่มมากขึ้น

อุปสงค์การบริการการขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับออกทางอากาศ

การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ต้องอาศัยวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นสำคัญไม่ว่าจะเป็นอัญมณี หรือโลหะมีค่า เพื่อนำมาเจียรไน และประกอบตัวเรือนเครื่องประดับ เพื่อทำการส่งออกต่อไป โดยอุตสาหกรรมการเจียรไนพลอย และเพชร รวมทั้งอุตสาหกรรมเครื่องประดับแท้ และเครื่องประดับเทียม ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีขนาดโรงงานการผลิตขนาดปานกลาง ไปจนถึงขนาดเล็กกรวมร้อยละ 68.49 (ตารางที่ 3.1) ของโรงงานผลิตอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด นอกจากนี้ผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่มีได้เป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกเอง มีสูงถึงร้อยละ 80.53 (ตารางที่ 3.2) ซึ่งผู้ส่งออกเหล่านี้จะทำการจ้างผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็กทำการผลิตเพื่อส่งออก

การส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ทางรัฐบาลได้มีนโยบายและมาตรการต่างๆ เพื่อให้การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น อาทิ การส่งเสริมการลงทุน การลดคืนภาษี การทำการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลให้การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เพิ่มสูงขึ้น เมื่อดูจากตารางที่ 5.4 ผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เบลเยียม อิสราเอล และญี่ปุ่น ในช่วงปีพ.ศ. 2548 – 2550 มีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น มีลักษณะมูลค่าการส่งออกเป็นแบบฤดูกาล โดยผลการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในไตรมาสที่ 4 และมูลค่าการส่งออกต่ำสุดอยู่ในไตรมาสที่ 2 ส่วนประเทศอิสราเอลมีมูลค่าส่งออกสูงสุดในไตรมาสที่ 1 และมีมูลค่าการส่งออกต่ำสุดอยู่ในไตรมาสที่ 3 และประเทศเบลเยียมมีมูลค่าส่งออกสูงสุดในไตรมาสที่ 2 และมีมูลค่าการส่งออกต่ำสุดอยู่ในไตรมาสที่ 3 จากมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศที่สำคัญจะเห็นได้ว่าช่วงที่มีมูลค่าการส่งออกสูงอยู่ในช่วงไตรมาสที่ 4 เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงของเทศกาลที่สำคัญ ชาวต่างประเทศมีความต้องการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเป็นของขวัญในช่วงเทศกาล อาทิ คริสมาสต์ และปีใหม่ ซึ่งทำให้การส่งออกในไตรมาสนี้มีปริมาณการส่งออกมากกว่าไตรมาสอื่นๆ (ตารางที่ 4.4)

ปัญหาและอุปสรรค

1. อุปสรรคในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศที่ทำการศึกษา ได้แก่ การทำเอกสารใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ตามกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า กล่าวคือ การจะได้รับสิทธิทางภาษีในประเทศที่ให้สิทธิจะต้องมีเอกสารที่บ่งบอกถึงการผลิตที่เกิดขึ้นในประเทศนั้นๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ส่งออกของไทยที่มีได้จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากการทำเอกสารขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า จะต้องระบุเลขทะเบียนโรงงาน ทำให้ผู้ส่งออกหลายรายไม่สามารถใช้สิทธินี้ได้ จากตารางที่ 3.1 และ 3.2 พบว่าจำนวนผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่จดทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรมและจดทะเบียนนิติบุคคลมีจำนวนร้อยละ 19.47 ของจำนวนผู้ส่งออกทั้งหมด ดังนั้นมีผู้ส่งออกที่มีได้จดทะเบียนโรงงานเกินกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ส่งออกทั้งหมดที่จดทะเบียนนิติบุคคล ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งออกไปยังต่างประเทศของผู้ส่งออกเหล่านั้นมีราคาสูงกว่ารายอื่นๆ ที่ได้รับสิทธิลดหย่อนทางภาษีแบบเดียวกัน ส่งผลให้เกิดความเสียเปรียบในการแข่งขันทางด้านราคา

นอกจากนี้เอกสารประกอบการขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีของประเทศที่ทำการศึกษาแตกต่างกัน โดยประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าได้โดยไม่ต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าจากทางกรมการค้าต่างประเทศ แตกต่างจากประเทศเบลเยียม และญี่ปุ่น ที่ยังใช้อยู่ ทำให้ผู้ส่งออกเกิดความสับสนในการทำเอกสารการขอรับสิทธิฯ อาจเกิดความผิดพลาดในการส่งออกได้

2. การพัฒนาการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดในต่างประเทศ ตามโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นยังได้รับการสนับสนุนที่น้อยเกินไป เนื่องจากที่ผ่านมาโครงการที่สนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับยังมีน้อย ทั้งนี้สินค้าที่ส่งออกไปยังประเทศที่ทำการศึกษานั้น ส่วนใหญ่เป็นระดับกลางถึงสูงคือนิยมของดี มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ดังนั้นการส่งเสริมในการออกแบบอัญมณีจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรได้รับการสนับสนุน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้