

## ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ในตลาดต่างประเทศ

### THE COMPETITIVENESS OF THAI GEMS AND JEWELRY INDUSTRIES IN INTERNATIONAL MARKET

เฉลิมเกียรติ นิลคูหา<sup>1</sup>

ศักดา ศิริภัทรโสภณ<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการวิเคราะห์ศักยภาพในการผลิต สถานการณ์การส่งออก และมูลค่าการส่งออก รวมไปถึงศึกษาถึงความได้เปรียบข้อเสียเปรียบ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และใช้แนวคิดทฤษฎี Diamond Model เป็นกรอบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นรองจีนและอินเดียทั้งด้านปัจจัยการผลิต อุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมต่อเนื่องและสนับสนุน โครงสร้างอุตสาหกรรม รวมไปถึงนโยบายของภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจากผลการศึกษาความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีจุดแข็งในด้านแรงงานที่มีฝีมือ และมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ ในขณะที่จุดอ่อนเกิดจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศ โดยอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีโอกาสที่ดีในการขยายตลาด เนื่องจากความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลกมีมากขึ้น แต่ยังคงต้องพบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลกด้วยเช่นกัน

**คำสำคัญ :** ความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ต่างประเทศ

#### Abstract

The objectives of this study were to examine the competitiveness of Thai gems and jewelry exporting by The analysis of the production potentials, conditions of exporting and value of the exports were conducted , which may affect the advantage and disadvantage of Thai gems and jewelry. The secondary data was collected from both public and private sectors while the primary data was obtained from in-depth interviews with relevant agencies. The data then was descriptively analyzed by using the framework of the concept of the Diamond Model.

The study found that competitiveness of Thai gems and jewelry industries has lower when compared to China and India in terms of factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, industries structure and rivalry, and government policies relating to the industry. Result from the Diamond Model and SWOT analysis indicated that strength of Thai gems and jewelry was derived from the cheaper skill laborers while its weakness were caused by the shortage of domestic raw materials. The great opportunity for Thai gems and jewelry industries was seen due an increasing demand for gems and jewelry in the world market. But there still had a relevant threat to Thai gems and jewelry industries due to highly competition in the world market.

**Keywords :** competitiveness, gems and jewelry industries, international

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร  
E-mail Tao.chalermkiat@gmail.com โทร 086-005-0078

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร 10120

## บทนำ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีการพัฒนาที่น่าสนใจ โดยเริ่มต้นจากอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศแล้วจึงพัฒนาจนเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้น ๆ การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับทำให้เกิดการจ้างงานและก่อให้เกิดรายได้แก่แรงงานเป็นจำนวนมาก และด้วยอุตสาหกรรมนี้จำเป็นที่จะต้องใช้แรงงานที่มีทักษะและความประณีต ความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบ โดยแรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือและความละเอียดในกระบวนการผลิตค่อนข้างสูงซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับแนวหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเจียรระโนเพชรพลอย ประกอบกับการส่งเสริมภูมิปัญญาการหุ่ยพลอยที่มีมาอย่างยาวนาน ขณะเดียวกันประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนานาชาติในฐานะเป็นศูนย์กลางการเจียรระโนอัญมณีที่สำคัญของโลก ส่งผลให้ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และสร้างรายได้เข้าประเทศได้อย่างมาก หากพิจารณาที่มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับแล้วจะพบว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 รองลงมาจากอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ และมูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรม 5 อันดับแรก อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับนั้นมีการขยายตัวมากที่สุดถึง 9.27% นับได้ว่าอัญมณีและเครื่องประดับสามารถทำรายได้ให้อุตสาหกรรมและนำพาเม็ดเงินเข้าประเทศไทยได้อย่างมาก

ดังนั้นการศึกษา “ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ” เพื่อจะได้ทราบถึงขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันและความได้เปรียบเสียเปรียบในการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาสถานการณ์การส่งออก และมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ รวมถึงปัจจัยการแข่งขันการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

## ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จำนวน 4 ท่านโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ในช่วงเดือน เมษายน - พฤษภาคม 2559
2. การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ ครั้งนี้ทำการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2554-2558 เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยนำข้อมูลทุติยภูมิ จากรายงานการศึกษางานวิจัย เอกสารวิชาการ บทความ หนังสือพิมพ์ สถิติของหน่วยงานราชการและองค์กรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันตามแบบจำลอง Diamond Model เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ

## วิธีดำเนินงาน

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในต่างประเทศ” ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลระดับทุติยภูมิในการวิเคราะห์ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ

(1) การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและเปรียบเทียบในการแข่งขันของประเทศ (Competitive Advantage of Nations) โดยใช้เครื่องมือตัวแบบเพชรพลัด

(2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป โดยผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางขั้นตอนและ วิธีการศึกษา ดังนี้ ผู้ศึกษาจะทำการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ “ทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแบบเพชรพลัด” (Dynamic Diamond Model) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (SWOT Analysis) จากแหล่งข้อมูลในช่วงปี 2554-2558 และ การใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลระดับปฐมภูมิ (Primary Data) โดยจะทำการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องหรือผู้ประกอบการหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยในการสัมภาษณ์ครั้งนี้จะใช้คำถามที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ศึกษาค้นคว้าตามทฤษฎีการแข่งขันระหว่างประเทศ (Competitive Advantage of Nations) ทั้งหมด 6 ด้าน ของ Michael E. Porter โดยแบบสัมภาษณ์ที่จะเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) การสัมภาษณ์จะมีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ตัวแทนการสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระในแต่ละประเด็นคำถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์จะออกมาในรูปแบบการนำเสนอใน 2 ส่วน ดังนี้ คือ การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (Competitive Advantage of Nations) โดยการใช้แบบจำลองเพชร (Diamond Model) โดยทำการเปรียบเทียบกับประเทศจีนและอินเดีย การวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ และการสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับไทย

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขัน และความได้เปรียบเสียเปรียบของการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับไทย ต่างประเทศ เป็นดังนี้

**ตารางที่ 1** สรุปผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเสียเปรียบของการส่งออกอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไทย จีน และอินเดีย

	ไทย	จีน	อินเดีย
<b>สภาพปัจจัยการผลิต</b>	+แรงงานมีทักษะฝีมือและประณีตสูง +มีชื่อเสียงในการหุงเผา เพชรและพลอย -ขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศ -ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้เทคนิคการผลิตทักษะการเจียรในเพชรพลอย	+มีวัตถุดิบในประเทศจำนวนมากเกือบทุกประเภท +ผลิตสินค้าจำนวนมากได้ในราคาต่ำ -ผลิตสินค้าไม่ได้มาตรฐานเดียวกันทั้งหมด -ส่งมอบสินค้าที่ล่าช้าไม่ตรงเวลา	+เป็นเครือข่ายการผลิต การค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก ส่งผลให้สามารถเข้าถึงวัตถุดิบได้โดยตรง -ในบางสินค้า ชิ้นงานยังคงมีความละเอียดน้อยกว่าไทย เนื่องจากส่วนใหญ่ยังใช้เครื่องจักรในการผลิต
<b>เงื่อนไขทางอุปสงค์</b>	+ลูกค้าต่างชาติมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้า -อุปสงค์ในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำมาก -เศรษฐกิจในหลายยุโรปและสหรัฐมีความผันผวน ทำให้มีผลต่อความต้องการเครื่องประดับ	+ชนชั้นกลางของจีนจะเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 60 แสดงถึงโอกาสทางธุรกิจภายใต้แรงขับเคลื่อนของชนชั้นกลาง +กำลังซื้อที่สำคัญของจีน คือ กลุ่มคนต่างจังหวัดที่ทำอาชีพเกษตรกรในต่างจังหวัดของจีน	+ตลาดเครื่องประดับเงินขยายตัวอย่างมาก +สตรีวัยทำงานมีกำลังซื้อสูง มีรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าที่มีตราสินค้ามากขึ้น (Branded Retail Jewelry)
<b>อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน</b>	+ผู้ประกอบการเสียเปรียบด้านเงินทุนเทคโนโลยี และต้นทุนการผลิต -ขาดความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจขนส่งและธุรกิจการประกันภัย -ศูนย์ทดสอบอัญมณียังมีไม่เพียงพอ	+ความเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรม มีโครงข่ายมหาศาล ทั้งทางน้ำ และทางบก +กำลังแรงงานที่มีอยู่อย่างมหาศาลเทคโนโลยี การผลิตที่ทันสมัย และเงินทุนที่มีอย่างไม่จำกัด -เทคโนโลยียังไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด	+อุตสาหกรรมได้รับการสนับสนุนเงินทุนเป็นอย่างดีจากธนาคารพาณิชย์กว่า 50 แห่ง -โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไม่เพียงพอเช่น การขาดแคลนพลังงานระบบสาธารณูปโภคต่างๆ
<b>กลยุทธ์ของกิจการ โครงสร้างอุตสาหกรรม และคู่แข่ง</b>	+อุตสาหกรรมครบวงจรภายในประเทศ คือ มีการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ +ผู้ประกอบการเครือข่ายวิสาหกิจอัญมณีมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน -การซื้อขายยังไม่เป็นสากลขาดการกำหนดมาตรฐานคุณภาพและราคา	+เน้นกลยุทธ์ด้านราคา เจาะตลาดกลางและตลาดล่าง แต่ระยะหลังเริ่มหันมาเจาะตลาดบนเพิ่ม +พัฒนาด้านดีไซน์และความหลากหลายผ่านการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญด้านอัญมณีและเครื่องประดับจากฝั่งตะวันตกมากขึ้น	+พัฒนาสินค้ารองรับตลาดบน ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต และเร่งพัฒนาการออกแบบ +ขยายศูนย์กระจายสินค้ามากขึ้นทั้งในสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป +ใช้ตราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงประชาสัมพันธ์สินค้า
<b>โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย</b>	+รูปแบบการค้าเปลี่ยนไปสู่การค้าออนไลน์ -ภัยก่อการร้ายและความขัดแย้งทางการเมือง -อัตราแลกเปลี่ยนยังคงความเสี่ยงที่จะมีความผันผวนอยู่ในระดับสูง	+ร้อยละ 60 เป็นชาวเงินยุคใหม่หรือเรียกว่า กลุ่มมิลเลนเนียล คือ มีพฤติกรรมเปิดรับสินค้ารูปแบบใหม่ๆ พร้อมจ่ายหากพึงพอใจ -สินค้ากลุ่มเครื่องประดับและสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆถูกกล่าวหาว่าเป็นสินค้ายอดนิยมที่ภาคเอกชนใช้ในการติดสินบนภาครัฐ	+การขายตัวอย่างรวดเร็วของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ +ความนิยมของคนอินเดียรุ่นใหม่ หันมาสวมใส่เครื่องประดับเงินกันอย่างแพร่หลาย
<b>รัฐบาล</b>	+ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับการนำเข้าเพื่อขายในกลุ่มสินค้าอัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรในเหลือภาษี 0% เป็นการถาวร	-นโยบายลดการทุจริตคอร์รัปชัน หรือ การปราบปรามทุจริตคอร์รัปชันในจีน นโยบายห้ามให้ของกำนัลที่มีมูลค่าสูง เช่น อย่านอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อป้องกันและต่อต้านการคอร์รัปชัน	+รัฐบาลอินเดียมุ่งมั่นที่จะทำให้อินเดียเป็นจุดศูนย์กลางของการผลิตและฐานส่งออกสินค้า +นำสินค้าอินเดียให้เป็นแบรนด์ระดับโลกและยกระดับคุณภาพสินค้าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ของอินเดีย

หมายเหตุ : (+) หมายถึง ความได้เปรียบ  
(-) หมายถึง ความเสียเปรียบ

## การวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT Analysis

### จุดแข็ง (Strengths)

1. ผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการหุงพลอยอันเกิดจากภูมิปัญญาที่สืบทอดมาช้านาน
2. ทักษะฝีมือแรงงานของไทยอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลก โดยเฉพาะงานเจียรไน เทคนิคการเจียรไนของไทยมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
3. ไทยเป็นศูนย์กลางค้าพลอยสีของโลกทำให้มีสินค้าพลอยสีจากทั่วโลกมากมายมาซื้อขายในไทย
4. ประเทศไทยมีความยืดหยุ่นในการผลิต สามารถปรับรูปแบบตามแฟชั่นต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว
5. ชุมชนดั้งเดิมของไทยมีการพัฒนาเครื่องประดับที่มีลวดลายลักษณะเฉพาะตัว เช่น เครื่องประดับ

### จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ประเทศไทยยังต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในระดับสูง และมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าคู่แข่ง
2. การออกแบบของนักออกแบบไทยส่วนใหญ่เป็นการลอกเลียนแบบของต่างประเทศ
3. ผู้ประกอบการไทยไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรของตนเอง
4. ไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเน้นผลิตตาม

คำสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นหลัก

### โอกาส (Opportunities)

1. ประเทศไทยยังมีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดโลก
2. รัฐบาลเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น
3. การเปิดตลาดการค้าเสรีมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมเติบโตรวมถึงการจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับออนไลน์
4. มีอุตสาหกรรมต่อเนื่องซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สนับสนุนที่ค่อนข้างเข้มแข็ง

### อุปสรรค (Threats)

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการประสานงานและบูรณาการแผนการปฏิบัติงาน
2. วัตถุดิบ เช่น ทองคำ มีราคาผันผวนและทรงตัวในระดับสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเครื่องประดับสูงขึ้น
3. แรงงานไทยมีอัตราค่าจ้างที่สูงเมื่อเทียบกับค่าแรงในจีนและเวียดนาม
4. การแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งสำคัญ อาทิ จีน และอินเดียซึ่งมีความได้เปรียบทั้งด้านต้นทุนค่าจ้างและความพร้อมของด้านวัตถุดิบ
5. ในตลาดโลกมักมีการแข่งขันสูง โดยผู้ผลิตต่างๆ จะมีการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ในรูปแบบใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการการของผู้บริโภค

## สรุป

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการวิเคราะห์ศักยภาพในการผลิต สถานการณ์การส่งออก และมูลค่าการส่งออก รวมไปถึงศึกษาถึงความได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และใช้แนวคิดทฤษฎี Diamond Model เป็นกรอบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นรองจีนและอินเดียทั้งด้านปัจจัยการผลิต อุปสงค์ภายในประเทศ อุตสาหกรรมต่อเนื่อง

และสนับสนุน โครงสร้างอุตสาหกรรม รวมไปถึงนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ผลการศึกษาความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีจุดแข็งในด้านแรงงานที่มีฝีมือ และมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ ในขณะที่จุดอ่อนเกิดจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศ โดยอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีโอกาสดีในการขยายตลาด เนื่องจากความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลกมีมากขึ้น แต่ยังคงต้องพบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลกด้วยเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยรวมในพิกัดศุลกากรที่ 7101- 7118 โดยไม่มีการแยกพิกัดศุลกากร การศึกษาครั้งต่อไปหากต้องการรายละเอียดในแต่ละหมวดพิกัดศุลกากรและสามารถนำมาวิเคราะห์แต่ละรายการได้ เพื่อให้เห็นความชัดเจนของความสามารถในการแข่งขันของแต่ละพิกัดศุลกากร หรือแต่ละประเภทสินค้าชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาถึงตลาดการส่งออกในตลาดอื่นๆ เช่น ตลาดการส่งออกยังกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการส่งออกไปยังตลาดใหม่อย่างกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งยังมีโอกาสที่จะเติบโตอีกมาก ในอนาคต

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดต่างประเทศ” ซึ่งการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้ลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาให้คำแนะนำและการสนับสนุนจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความรู้ ข้อมูล กระบวนการคิดและให้การสนับสนุนตลอดจนคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ขอขอบพระคุณตัวแทนสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับที่สละเวลาให้สัมภาษณ์เชิงลึกด้วยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดอัญมณีและเครื่องประดับของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำการศึกษาครั้งนี้ด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กัตัญญู หิรัญสมบุรณ์. (2547). **การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: เท็กซ์แอนด์เจอร์นัล พับลิเคชั่น.
- [2] จิรศักดิ์ สุรังคพิพรรธน์. (2549). **เศรษฐศาสตร์ทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- [3] ชนานารถ ศรีเบญจกลางกูร. (2548). ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย. ค้น เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2559, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/122088.pdf>
- [4] ชัยยันต์ กิตติวิศิษฐ์. (2546). **ความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างไทยกับจีน**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [5] ฐาปนา ฉันทไพศาล. (2547). **การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.
- [6] ดิชีลา วิจิตร. (2012). ความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศไทยในประเทศ

- จีน.RMUTT Global Business and Economics Review.ปีที่ 7 (ฉบับที่ 2), หน้า 216-224
- [7] นิสา อินจ๊ะสงค์. (2552). ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน+6. ภาคนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะพัฒนาการ เศรษฐกิจสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์