

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากอดีตเป็นอย่างมาก ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาคเศรษฐกิจมีการขยายตัวและพัฒนาเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากภาคการส่งออกของประเทศ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นในระยะเวลาหลายปีหลังมานี้ ซึ่งประเทศไทยได้มีการสนับสนุนการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 โดยรัฐบาลภายใต้การนำของ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรก นับตั้งแต่ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504-พ.ศ. 2509) จนกระทั่งปัจจุบันฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-พ.ศ.2554) ตลอดจนสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ที่ประเทศไทยได้ทำกับหลายๆประเทศ อาทิเช่น สนธิสัญญาเขตการค้าเสรีที่ได้ลงนามแล้ว คือ เขตการค้าเสรี อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ เขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน และที่รอลงนาม คือ เขตการค้าเสรี ไทย-ยุโรป เป็นต้น นับเป็นระยะเวลาหลายปีที่เศรษฐกิจของประเทศไทย เจริญเติบโตเพิ่มขึ้นมาก และโครงสร้างการส่งออกของไทยที่เปลี่ยนแปลงจากการส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลักในอดีต แต่ในปัจจุบันการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมีบทบาทเป็นอย่างมากและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเป็นภาคธุรกิจที่สำคัญภาคหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและนํารายได้เข้าสู่ประเทศจากการส่งออกสินค้าเป็นจำนวนมาก

จากตาราง 1.1 จะเห็นได้ว่าการส่งออกสินค้าภาคอุตสาหกรรมของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 - 2553 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้นในปี พ.ศ. 2552 ที่มีมูลค่าลดลงเล็กน้อย แต่ในปี พ.ศ. 2553 การส่งออกสินค้าภาคอุตสาหกรรมก็กลับมามีมูลค่าเพิ่มขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับก็เป็นอีกภาคธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย จากตาราง 1.2 แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าการส่งออกที่สูงเป็นอันดับสาม รองจากสินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และ สินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ซึ่งมูลค่าการส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ณ ปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่าสูงถึง 11,651.87 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 5.97 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย

ตาราง 1.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทย ปี พ.ศ. 2549 - 2553

ประเภทสินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ				
	2549	2550	2551	2552	2553
สินค้าเกษตรกรรม	13,131.2	15,167.7	20,139.4	16,429.9	21,526.1
สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร	7,970.6	9,489.5	11,714.0	11,264.5	13,222.8
สินค้าอุตสาหกรรม	100,068.1	120,559.6	133,826.4	116,405.8	150,090.2
สินค้าแร่และเชื้อเพลิง	6,894.9	7,510.9	12,095.1	8,326.0	10,472.2
สินค้าอื่นๆ	1,655.6	1,137.4	0.3	0.0	0.2
รวมทั้งสิ้น	129,720.4	153,865.0	177,775.2	152,426.3	195,311.6

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

ตาราง 1.2 สินค้าออกสำคัญ 5 อันดับแรก ปี พ.ศ.2553

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	18,836.65
2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	17,713.26
3. อัญมณีและเครื่องประดับ	11,651.87
4. แผงวงจรไฟฟ้า	8,066.16
5. ยางพารา	7,896.03

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี และอุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับ โดยในปีพ.ศ. 2546 มีโรงงาน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 849 โรง ซึ่ง กว่าร้อยละ 80 เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีการจ้างงานรวมประมาณ 58,906 คน และคาดว่ามีความสามารถในการจ้างงานกระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 1 ล้านคน ดังนั้นจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมาก ซึ่งแรงงานเหล่านั้น จำเป็นต้องอาศัยทักษะฝีมือและความชำนาญเฉพาะทางสูง และการพัฒนาศักยภาพของแรงงานโดยการ พัฒนาทักษะและฝีมือเฉพาะทางในแต่ละสาขาการผลิต ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้อัญมณีและ เครื่องประดับของไทยสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

ตาราง 1.3 มูลค่าการส่งออกและอัตราการขยายตัวของอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ปี

พ.ศ. 2549 - 2553

ประเภทสินค้า	มูลค่า : ล้านบาทหรือดอลลาร์สหรัฐ				
	2549	2550	2551	2552	2553
อัญมณีและเครื่องประดับ	3,668.29	5,381.75	8,270.07	9,761.30	11,651.87
อัตราการขยายตัว:ร้อยละ	13.48	46.71	53.67	18.03	19.37

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2554)

จากตาราง 1.3 และ ตาราง 1.4 จะเห็นได้ว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับของไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 - 2553 ซึ่ง สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับประเภททองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป และเครื่องประดับแท้ มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ 203,850.27 ล้านบาท และ 98,540.12 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.57 และร้อยละ 26.86 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมดของไทย ในปี พ.ศ. 2553 และเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ ของปี พ.ศ. 2553 กับปีก่อนหน้า พ.ศ. 2552 โดยจำแนกประเภทสินค้าออกเป็น 7

ประเภท คือ ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เครื่องประดับแท้ เพชร พลอยสี เครื่องประดับเทียม และอัญมณีสังเคราะห์ จะพบว่า อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก ส่วนใหญ่แล้วทุกประเภทสินค้าจะมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น

ตาราง 1.4 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย จำแนกตามประเภทสินค้า ระหว่างเดือน มกราคม - ธันวาคม ปี พ.ศ. 2552 - 2553

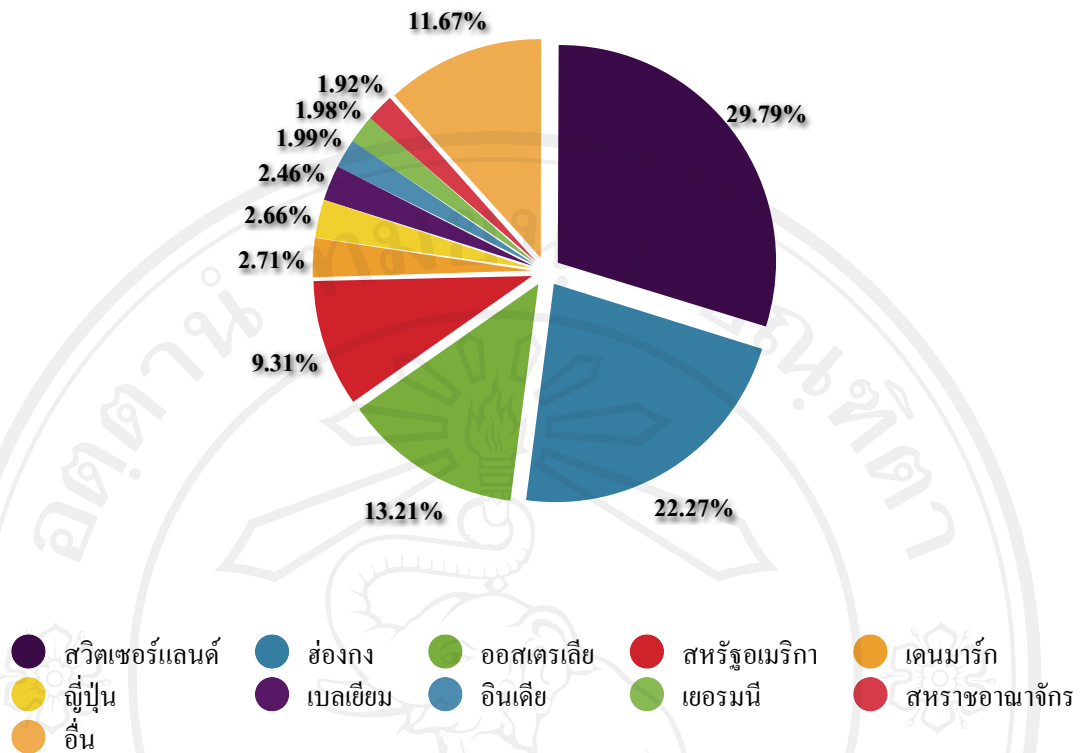
รายการ	มูลค่า : ล้านบาท		สัดส่วน : ร้อยละ		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค. - ธ.ค. 52	ม.ค. - ธ.ค. 53	ม.ค. - ธ.ค. 52	ม.ค. - ธ.ค. 53	
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	194,135.9	203,850.3	58.17	55.57	5.00
2. เครื่องประดับแท้	84,945.08	98,540.12	25.45	26.86	16.00
2.1 เครื่องประดับเงิน	32,516.34	51,267.22	9.74	11.20	26.30
2.2 เครื่องประดับทอง	47,411.76	51,267.22	14.21	13.98	8.13
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	886.78	1,326.46	0.27	0.36	49.58
2.4 อื่นๆ	4,130.20	4,877.08	1.24	1.33	18.08
3. เพชร	27,861.81	34,750.76	8.35	9.47	24.73
3.1 เพชรก้อน	3,804.49	6,022.04	1.14	1.64	58.29
3.2 เพชรที่เจียรระไนแล้ว	24,012.01	28,719.31	7.20	7.83	19.60
3.3 อื่นๆ	45.31	9.41	0.01	0.00	-79.24
4. พลอยสี	13,571.89	15,011.05	4.07	4.09	10.60
4.1 พลอยก้อน	560.16	633.01	0.17	0.17	13.00

ตาราง 1.4(ต่อ) มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย จำแนกตามประเภทสินค้าระหว่าง
เดือนมกราคม - ธันวาคม ปี พ.ศ. 2552 - 2553

รายการ	มูลค่า : ล้านบาท		สัดส่วน : ร้อยละ		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค. - ธ.ค.	ม.ค. - ธ.ค.	ม.ค. - ธ.ค.	ม.ค. - ธ.ค.	
	52	53	52	53	
4.2 พลอยเนื้อแข็งที่เจียรระไนแล้ว	6,112.68	7,268.46	1.83	1.98	18.91
4.3 พลอยเนื้ออ่อนที่เจียรระไนแล้ว	6,899.04	7,109.59	2.07	1.94	3.05
5. เครื่องประดับเทียม	7,262.58	9,105.27	2.18	2.48	25.37
6. อัญมณีสังเคราะห์	2,049.88	2,596.52	0.61	0.71	26.67
7. อื่นๆ	3,892.04	2,965.38	1.17	0.82	-23.81
รวมทั้งสิ้น	333,719.2	366,819.4	100.00	100.00	9.92

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
(2554)

จากข้อมูลการวิจัยของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ พบว่าตลาดการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่ใหญ่ที่สุด คือ ประเทศสวีเดน โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 29.79 ของการส่งออกสินค้าอัญมณีทั้งหมด รองลงมาเป็น ประเทศฮ่องกง ร้อยละ 22.27 และถัดมา เป็นประเทศ ออสเตรเลีย ร้อยละ 13.21 ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.31 ในส่วนของตลาดส่งออกอื่น ๆ ที่มีมูลค่าการส่งออกรองลงมาอีก ได้แก่ เดนมาร์ก ญี่ปุ่น เวียดนาม อินเดีย และเยอรมนี ตามลำดับ



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2554)

รูป 1.1 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่สำคัญในปี พ.ศ. 2553

ประเทศสวิตเซอร์แลนด์แม้จะเป็นประเทศที่มีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆในโลก แต่ในภาพรวมแล้วจัดได้ว่าสวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงประเทศหนึ่ง ด้วยอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP-real growth rate) ร้อยละ 2.7 ต่อปี และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อคนต่อปี (GDP-per capita) เท่ากับ 34,000 เหรียญสหรัฐ (ข้อมูลปี 2549) ซึ่งนับว่าสูงติดอันดับ 1 ใน 20 อันดับแรกของโลก สวิตเซอร์แลนด์ยังถือเป็นศูนย์กลางทางการเงิน และยังเป็นประเทศผู้นำระดับโลก ด้านเวชกรรม เกษษกรรม เครื่องจักร และการผลิตนาฬิกา โดยในภาพรวมอุตสาหกรรมการผลิตของสวิตเซอร์แลนด์นั้นมีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง นอกจากนี้เครื่องจักรที่ผลิตจากสวิตเซอร์แลนด์ถือว่ามีดีที่สุดในแห่งหนึ่งในโลกเช่นกัน ทางด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับนั้น สวิตเซอร์แลนด์เป็นแหล่งผลิตทองคำแท่งที่มีชื่อเสียงในนาม “ทองคำแท่งสวิส (Swiss Gold Bar)” รวมถึงเครื่องประดับแท้ราคาสูงอีกหลากหลายแบรนด์ อีกทั้งสวิตเซอร์แลนด์ยังเป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้านอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดงานหนึ่งของโลก คือ งาน Basel

World ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปี ณ ศูนย์แสดงนิทรรศการเมืองบาเซิล (Basel Exhibition Centre) โดยในแต่ละปีจะมีผู้ประกอบการทั้งที่เป็นผู้ค้าปลีกและค้าส่งจากทั่วโลกกว่าแสนราย รวมถึงสื่อมวลชนแขนงต่างๆ หลายพันรายเข้าร่วมงาน จะเห็นได้ว่าการแข่งขันในตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์นั้นมีค่อนข้างสูง อีกทั้งศักยภาพของอุตสาหกรรมภายในประเทศและมีเทคโนโลยีสูง ทำให้สวิตเซอร์แลนด์เป็นหนึ่งในประเทศที่ดำเนินอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งในโลก

จากฐานข้อมูล Global Trade Atlas (2554) ซึ่งนำมาจัดแสดงในตาราง 1.5 จะเห็นได้ว่าประเทศผู้ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ที่มีมูลค่ามากที่สุด 4 อันดับแรก คือ ประเทศเวียดนาม โดยมีมูลค่าสูงถึง 2,395.517 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเป็นร้อยละเท่ากับ 12.44 อันดับที่สองเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่า 1,481.357 คิดเป็นร้อยละเท่ากับ 11.93 ส่วนอันดับที่สามและสี่ เป็นประเทศเยอรมนี และฝรั่งเศส โดยมีมูลค่าเท่ากับ 1,355.978 และ 1,287.551 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 25 โดยมีมูลค่าการส่งออกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ เท่ากับ 87.826 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคิดเป็นร้อยละเท่ากับ 0.72

ตาราง 1.5 มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศสวิตเซอร์แลนด์จากทุกประเทศทั่วโลก เรียงตามลำดับ ปี พ.ศ.2553

ลำดับ	ประเทศ	มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ	ร้อยละ
1	Vietnam	2,395.517	12.44
2	United States	1,481.357	11.93
3	Germany	1,355.978	8.79
4	France	1,287.551	7.26
...
25	Thailand	87.826	0.72

ที่มา: ฐานข้อมูล Global Trade Atlas.(2554)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจุบันมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจะมีอัตราการขยายตัวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่จากสภาพการณ์ที่แท้จริงในปัจจุบัน อุตสาหกรรมก็ยังคงต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงหลายประการ คือ การปรับตัวสูงขึ้นของต้นทุนในการผลิต เช่น ราคาทองคำและเงิน ที่ยังคงผันผวนในระดับสูง ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจและการฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าหลัก เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และค่าเงินบาทที่ยังมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสินค้าของไทยแล้ว ยังส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาถึง ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ไปยังตลาดประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นตลาดผู้นำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีมูลค่าสูงและมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ รวมถึงศึกษาสถานการณ์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปัญหาและอุปสรรค ในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศสวีเดนแล้วด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและสถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวีเดน
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องประดับและอัญมณีของไทยไปยังตลาดประเทศสวีเดนโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวีเดน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออก รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวีเดน
2. ทำให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวีเดน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

3. สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการศึกษา เพื่อให้ผู้ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ นักเรียนหรือนักศึกษา ตลอดจนผู้ที่สนใจทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต และทางด้านการตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มทางการค้า ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในอนาคตต่อไป

1.4 นิยามคำศัพท์

การส่งออก หมายถึง การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

ความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ หมายถึง การที่เมื่อประเทศหนึ่งมีประสิทธิภาพของแรงงานในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งมากกว่าอีกประเทศในการผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน โดยประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า คือการได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตสินค้าที่ต่ำกว่า

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ หมายถึง การที่เมื่อประเทศหนึ่งมีต้นทุนในการผลิตสินค้าโดยเปรียบเทียบที่ต่ำกว่า หรือการมีต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตสินค้าที่ต่ำกว่า ซึ่งต้นทุนค่าเสียโอกาสในที่นี้หมายถึง ต้นทุนของการนำเอาปัจจัยการผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง ไปผลิตสินค้าชนิดอื่นแทน

เครื่องประดับ หมายถึง เครื่องประดับที่ผลิตขึ้นด้วยวัสดุที่เป็น ทองคำขาว ทองคำ เงิน และโลหะอื่นๆ

พลอย หมายถึง แร่รัตนชาติอื่นทุกชนิดที่นอกเหนือจาก ทับทิม ไพลิน มรกต

อัญมณี หมายถึง เพชร พลอย หรือแร่รัตนชาติทุกชนิด ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ

อัญมณีเทียม หมายถึง อัญมณีที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ อาจเกิดจากการสังเคราะห์ขึ้นในห้องทดลอง ซึ่งเรียกว่าอัญมณีสังเคราะห์ หรือการนำเอาวัสดุชนิดอื่นๆที่มีลักษณะใกล้เคียงมาใช้แทน ซึ่งเรียกว่า อัญมณีเลียนแบบ