

บทที่ 4

สภาพการณ์ทั่วไปการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

การศึกษาในบทนี้เป็นการศึกษาในเรื่องสภาพทั่วไป สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ มาตราการกีดกันทางการค้าในรูปแบบภาษีและมิใช่ภาษี กฎระเบียบการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และความเป็นมาของความสามารถในการแข่งขันและนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย โดยการศึกษาจาก หนังสือ บทความ เอกสารทางวิชาการต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการเรียงหัวข้อที่ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

4.1 สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

4.1.1 ข้อตกลงทางการค้าของกลุ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับสวิตเซอร์แลนด์ที่ได้ทำไปแล้ว

การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร หรือ GSP

GSP ย่อมาจาก Generalized System of Preferences (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2550) หมายถึง ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปที่ประเทศพัฒนาแล้วให้แก่สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศที่กำลังพัฒนา โดยการลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้าแก่สินค้าที่อยู่ในข่ายได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า ซึ่งประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษจะเป็นผู้ให้สิทธิแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เงื่อนไขเพื่อเป็นสิ่งตอบแทน ในปัจจุบันมีประเทศที่พัฒนาแล้วเข้าร่วมโครงการนี้รวม 28 ประเทศ

สวิตเซอร์แลนด์เริ่มให้สิทธิ GSP แก่ประเทศกำลังพัฒนาจำนวน 117 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2515 ซึ่งสวิตเซอร์แลนด์ไม่ได้กำหนดระยะเวลาของโครงการการให้สิทธิ GSP ไว้ และการให้สิทธิก็ยังคงครอบคลุมถึงสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับจนถึงปัจจุบัน โดยสินค้าที่ได้รับสิทธิจะต้องมีคุณสมบัติตามเงื่อนไขและกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าตามที่สวิตเซอร์แลนด์ได้กำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

เงื่อนไขการขอรับสิทธิ GSP

- 1) ต้องเป็นสินค้าที่อยู่ในรายการสินค้าที่สวิตเซอร์แลนด์ให้สิทธิ GSP
- 2) ผลิตถูกต้องตามกฎหมายแหล่งกำเนิดภายใต้สิทธิพิเศษที่สวิตเซอร์แลนด์กำหนด
- 3) ส่งตรงจากประเทศที่ทำการผลิตไปยังสวิตเซอร์แลนด์ หรือในกรณีที่สินค้าส่งจากประเทศผู้ผลิตไปยังประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปหรือนอร์เวย์แล้วจึงส่งต่อไปสวิตเซอร์แลนด์จะถือว่าเป็นการส่งตรงจากประเทศผู้ผลิตไปยังสวิตเซอร์แลนด์ โดยมีเงื่อนไขว่าสินค้านี้จะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของศุลกากรสหภาพยุโรปหรือนอร์เวย์ และต้องไม่มีการดำเนินการใดๆกับสินค้านั้น มากไปกว่าการขนส่ง หรือการดำเนินการให้สินค้าอยู่ในสภาพดี
- 4) มีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าประกอบการขอใช้สิทธิ

กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า

- 1) เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยใช้วัตถุดิบที่เกิดขึ้นภายในประเทศทั้งหมด หรือ
- 2) สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบนำเข้า ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะมีคุณสมบัติถูกต้องก็ต่อเมื่อได้ผ่านการแปรสภาพอย่างเพียงพอภายในประเทศผู้รับสิทธิ GSP และจะต้องใช้วัตถุดิบนำเข้าในสัดส่วนที่กำหนดไว้เท่านั้น

4.1.2 ข้อตกลงทางการค้าของสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ ระหว่างไทยกับสวิตเซอร์แลนด์ที่อยู่ระหว่างการเจรจาตกลงกัน

ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป หรือ EFTA

ความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับ สมาคมการค้าเสรียุโรป หรือ EFTA (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554) เกิดขึ้นจากการที่ประธานาธิบดีแห่งสมาพันธ์รัฐสวิสได้เสนอให้มีการจัดทำเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป ในระหว่างการเยือนไทยอย่างเป็นทางการระหว่างวันที่ 17-19 มีนาคม 2547 ซึ่งนายกรัฐมนตรีของไทย (ในขณะนั้น คือ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร) ได้ให้ความเห็นชอบ ซึ่งคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้มีมติเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2547 ให้ผู้ช่วยรัฐมนตรีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ในขณะนั้น คือ นายเกริกไกร จีระแพทย์) เป็นหัวหน้าคณะเจรจาและเริ่มการเจรจาอย่างเป็นทางการในเดือน กันยายน 2548 ซึ่งมีกรอบการเจรจาครอบคลุมเรื่องการค้าสินค้า การค้าบริการและการลงทุน และความร่วมมือต่างๆระหว่างกัน

การเจรจาจัดตั้งเขตการค้าเสรีในครั้งนี้จะส่งผลถึงสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโดยตรง เนื่องจากในข้อตกลงเขตการค้าเสรีซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินการเจรจา ภาณินำเข้าไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ของสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมจะเป็น 0 ทศรายการ ตามพิกัดศุลกากร 25 - 97 ซึ่งรวมถึงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในพิกัดศุลกากร 71 ด้วย ซึ่งสถานะการเจรจาที่ผ่านมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ประเทศไทยและสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป ได้มีการเจรจาอย่างเป็นทางการมาแล้ว 2 รอบ โดยรอบที่ 1 เมื่อวันที่ 11-15 ตุลาคม พ.ศ. 2548 ณ จังหวัดภูเก็ต และรอบที่ 2 เมื่อวันที่ 16-20 มกราคม พ.ศ.2549 ณ จังหวัดเชียงใหม่ แต่การเจรจาได้หยุดชะงักไปเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการเมืองของไทย ซึ่งต่อมาฝ่าย EFTA ได้เสนอให้ไทยกลับไปเริ่มเจรจาใหม่อีกครั้ง แต่เนื่องจากไทยมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 โดยมาตรา 190 ได้กำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินการ ก่อนการเจรจารวมถึงการขอความเห็นชอบการเจรจาจากรัฐสภาอีกครั้งซึ่งเป็นกระบวนการที่ใช้เวลา ซึ่งขณะนี้ยังอยู่ในระหว่างการดำเนินการ

4.1.3 โครงสร้างการผลิต

อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มิถุนายน 2545) ซึ่งเป็นการแบ่งตามลักษณะการผลิตโดยในแต่ละอุตสาหกรรมจะประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมย่อยซึ่งมีรายละเอียดโดยแบ่งออกเป็น อุตสาหกรรมต้นน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ ดังนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ

อุตสาหกรรมต้นน้ำของอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ คือ อุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณี โดยสามารถแบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมย่อยได้เป็น 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร และอุตสาหกรรมการเจียรไนพลอย

อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร

อุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรส่วนใหญ่แล้วเกิดจากการย้ายฐานการผลิตมาจากประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านการเจียรไนเพชรมานาน เช่น ประเทศเบลเยียม ประเทศอิสราเอล และประเทศอังกฤษ เนื่องจากประเทศไทยมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าและแรงงานมีทักษะฝีมือในการเจียรไนที่เป็นที่

ยอมรับ การลงทุนในอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรต้องอาศัยเงินลงทุนจำนวนมาก เนื่องจากต้องใช้เครื่องมือที่มีเทคโนโลยีสูง มีความซับซ้อน ซึ่งมีราคาแพงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนจากต่างประเทศ หรือเป็นการร่วมลงทุนกันระหว่างนักลงทุนชาวไทยกับชาวต่างประเทศ ดังนั้นในอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร นักลงทุนจากต่างประเทศจะนำเข้าวัตถุดิบ เทคโนโลยีและเครื่องจักรต่างๆ มาใช้ในการผลิตในประเทศไทยเพื่อการส่งออกเป็นหลัก

อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอย

อุตสาหกรรมการเจียรไนพลอยมีอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลานานแล้ว เกิดจากการที่ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการค้าพลอยและมีแหล่งวัตถุดิบพลอยที่มีมูลค่าสูงและมีช่างเจียรไนพลอยที่มีทักษะฝีมือเป็นที่ยอมรับ และพลอยที่ผ่านการเจียรไนแล้วของไทยก็เป็นที่ยอมรับระดับสากลโดยเฉพาะทับทิมและไพลินที่มีการส่งออกเป็นจำนวนมาก การลงทุนในอุตสาหกรรมการเจียรไนพลอยใช้เงินลงทุนน้อย เนื่องจากเครื่องมือและอุปกรณ์ไม่ซับซ้อน และมีราคาถูก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

อุตสาหกรรมปลายน้ำของการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ คือ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ

ในอดีตอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนและเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าผลผลิตทั้งหมด เป็นเครื่องประดับแท้ที่ทำมาจากโลหะประเภททองคำ ทองคำขาว และเงิน ประดับด้วยอัญมณีแท้ ที่เหลือร้อยละ 10 เป็นเครื่องประดับเทียมที่ทำจากโลหะประเภทอื่น เช่น ดีบุก ตะกั่ว และทองเหลือง ประดับด้วยอัญมณีสังเคราะห์ ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ทองคำหรือเงิน นำเข้าจากสวิตเซอร์แลนด์ ทองคำขาวและไข่มุกนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น เพชรและพลอยนำเข้าจากอินเดีย และอัญมณีสังเคราะห์นำเข้าจากจีนและออสเตรเลีย เป็นต้น

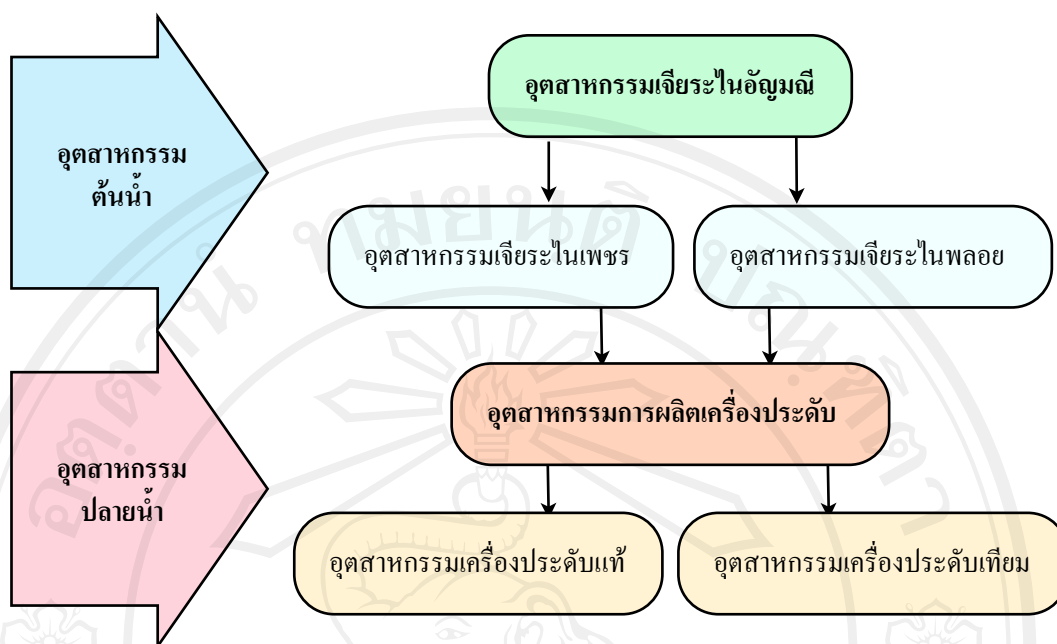
อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม คือ

1. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับแท้

ปัจจุบันผู้ผลิตเครื่องประดับแท้มีจำนวนมากขึ้นกว่าในอดีตมาก เนื่องจากการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในต่างประเทศ ทั้งในด้านการแข่งขันทางด้านคุณภาพและราคาสินค้า โดยจะสามารถแบ่งผู้ผลิตเพื่อการส่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ผลิตไทยที่พัฒนามาจากผู้ผลิตสำหรับตลาดภายในประเทศ และกลายเป็นผู้ส่งออกอัญมณีและผู้ค้าพลอยในประเทศ กับผู้ผลิตในประเทศที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ โดยหุ้นส่วนชาวต่างชาติจะเป็นผู้ผลิตซึ่งอยู่ในประเทศอื่นและมาลงทุนในประเทศไทยเพื่อเป็นฐานการผลิตให้แก่บริษัทในเครือและลูกค้าของตนเองในประเทศนั้นๆ

2. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับเทียม

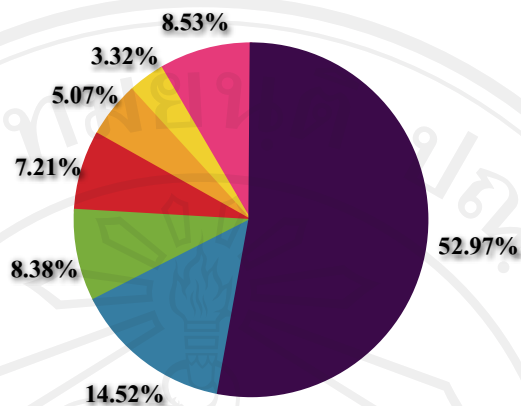
อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีเทียมในอดีตเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบและเทคนิคการผลิตจนสามารถผลิตสินค้าให้มีลักษณะได้ใกล้เคียงกับเครื่องประดับอัญมณีแท้และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ขณะเดียวกันรสนิยมและสภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จากการใช้เครื่องประดับอัญมณีแท้ที่มีราคาแพงมาสู่การใช้เครื่องประดับเทียมที่มีราคาถูกกว่าส่งผลให้อุตสาหกรรมมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งนอกจากผู้ผลิตในประเทศจะขยายการลงทุนและการผลิตเพิ่มขึ้นแล้ว ก็ยังมีผู้ผลิตและนักลงทุนจากต่างประเทศ เช่น ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ไต้หวัน และญี่ปุ่น ได้ย้ายฐานการผลิตเข้ามาภายในประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย



รูป 4.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

4.1.4 โครงสร้างของผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

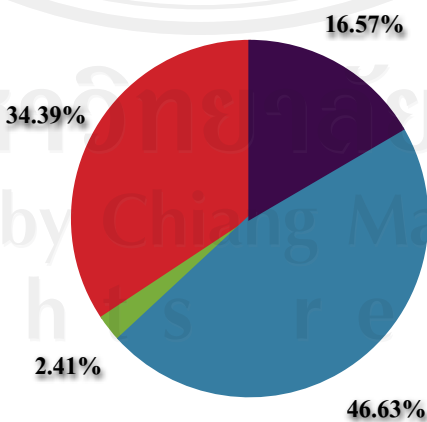
การผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยประมาณร้อยละ 90 ของการผลิตทั้งหมด เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งจะกระจายอยู่ทั่วไปในกรุงเทพมหานครฯ และภูมิภาค ซึ่งจากการที่การผลิตส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมนี้เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีผู้ผลิตจำนวนมากไม่ได้ไปจดทะเบียนประกอบการอุตสาหกรรมกับกระทรวงอุตสาหกรรมทำให้ไม่สามารถทราบถึงจำนวนผู้ผลิตและจำนวนโรงงานที่แน่นอนได้ แต่อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการสำรวจสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย (คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2553) พบว่าสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่สำรวจได้ มีจำนวนทั้งสิ้น 15,777 แห่ง ซึ่งมีการกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ โดยส่วนใหญ่มีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครฯ จำนวน 8,359 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.97 รองลงมาเป็นภาคกลางมีจำนวน 2,291 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.52 ภาคใต้มีจำนวน 1,344 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.53 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวน 1,322 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.38 ภาคเหนือมีจำนวน 1,137 คิดเป็นร้อยละ 7.21 ภาคตะวันออกมีจำนวน 800 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.07 และภาคตะวันตกมีจำนวน 524 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 3.32



ที่มา: รายงานสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า.(2553)

รูป 4.2 สัดส่วนสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกตามภูมิภาค

ในด้านขนาดของสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีจำนวน 5,425 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 34.39 รองลงมาเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง 2,615 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.57 และวิสาหกิจขนาดใหญ่ 380 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.41 และไม่ระบุขนาดจำนวน 7,357 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.63

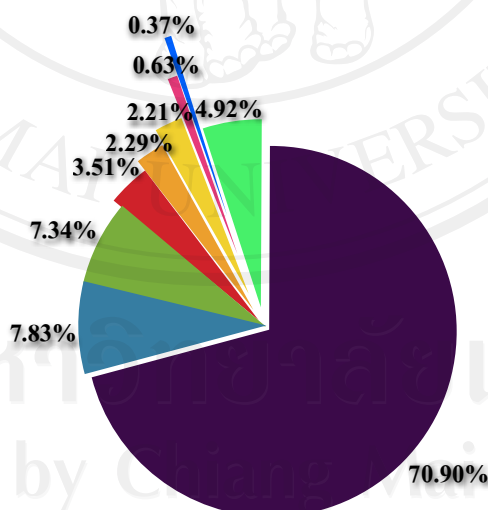


ที่มา: รายงานสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า.(2553)

รูป 4.3 สัดส่วนสถานประกอบการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

ทางด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีมากที่สุด คือ เครื่องประดับแท้ โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 11,184 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 70.90 ซึ่งในนี้ประกอบด้วยเครื่องประดับทองรูปพรรณ 4,957 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 31.42 เครื่องประดับแท้ประกอบอัญมณีจำนวน 3,915 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.81 และเครื่องประดับทอง-เงินรูปพรรณ จำนวน 1,818 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.52 เครื่องประดับเงินรูปพรรณ 494 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 3.13

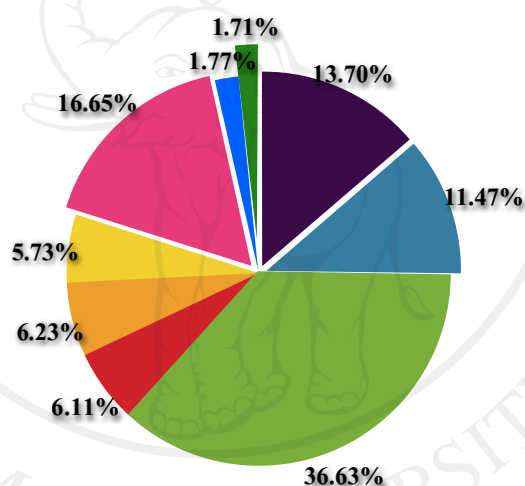
ประเภทผลิตภัณฑ์ที่รองลงมา คือ พลอย มีจำนวน 1,235 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.83 ถัดมาเป็นเพชร-พลอย มีจำนวน 1,158 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 7.34 เครื่องประดับแท้-เทียม มีจำนวน 553 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 3.51 เครื่องประดับเทียม จำนวน 361 แห่ง เพชร มีจำนวน 348 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2.29 และ 2.21 ตามลำดับ ถัดลงมาเป็น อัญมณีสังเคราะห์ มีจำนวน 99 แห่ง เครื่องประดับมุก จำนวน 58 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.63 และ 0.37 ตามลำดับ และอีก 781 แห่ง ไม่ระบุประเภทผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 4.92



ที่มา: รายงานสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า.(2553)

รูป 4.4 สัดส่วนสถานประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทของกิจการของสถานประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีกภายในประเทศ มีจำนวน 5,710 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 36.63 รองลงมาเป็นผู้ผลิตจำนวน 2,177 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 13.70 ถัดมาเป็นผู้ผลิต ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกภายในประเทศ จำนวน 1,824 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.47 รองลงมาเป็นผู้นำเข้า-ส่งออก ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกภายในประเทศ จำนวน 991 แห่ง เป็นผู้ค้าส่งภายในประเทศ จำนวน 972 แห่ง เป็นผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 910 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.23 ร้อยละ 6.11 และร้อยละ 5.73 ตามลำดับ เป็นผู้ผลิตและผู้นำเข้า-ส่งออก จำนวน 281 คิดเป็นร้อยละ 1.77 เป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้า-ส่งออก ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกภายในประเทศ จำนวน 271 คิดเป็นร้อยละ 1.71 และพบว่าไม่ระบุประเภทกิจการ จำนวน 2,641 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.65



- ผู้ผลิต
- ผู้ผลิต ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกภายในประเทศ
- ผู้ค้าปลีกภายในประเทศ
- ผู้ค้าส่งภายในประเทศ
- ผู้นำเข้า-ส่งออก ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกภายในประเทศ
- ผู้นำเข้า-ส่งออก
- ไม่ระบุประเภทกิจการ
- ผู้ผลิตและผู้นำเข้า-ส่งออก
- ผู้ผลิต ผู้นำเข้า-ส่งออก ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกภายในประเทศ

ที่มา: รายงานสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้า.(2553)

รูป 4.5 สัดส่วนสถานประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกตามประเภทของกิจการ

4.2 สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2551 จนถึงปี พ.ศ. 2553 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 2,436.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี พ.ศ. 2552 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 2,612 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นเป็น 3,440 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ ของการเพิ่มขึ้นเท่ากับ 24.06 แต่เมื่อหักทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูปออกแล้วจะพบว่ามูลค่าการส่งออกจะเท่ากับ 148.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงร้อยละ 2.42 จากปีพ.ศ.2552 เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมแล้วจะเห็นว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนั้นมีการหดตัวลงและหดตัวในเกือบทุกหมวดสินค้า (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2554)

ตาราง 4.1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกตามพิภคสกุลการจากไทยไปยังประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ และอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ ปี พ.ศ. 2551-2553

พิภค สกุลการ	รายการ	มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ			การ เปลี่ยนแปลง (%) 2552-2553
		2551	2552	2553	
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	1257.97	2612.35	3440.05	24.06
	หัก ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป หรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	994.43	2460.73	3292.02	-
71	อัญมณีและเครื่องประดับ	263.54	151.62	148.03	-2.42
7113	เครื่องประดับแท้	121.67	83.98	75.82	-10.75
7102	เพชร	88.78	36.52	44.02	17.04
7103	รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ	51.38	29.49	26.55	-11.06
7117	เครื่องประดับเทียม	1.01	0.80	0.94	13.90
7104	อัญมณีสังเคราะห์	0.16	0.20	0.33	36.86

ตาราง 4.1 (ต่อ) มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำแนกตามพิกัตศุลกากรจากไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ ปี พ.ศ. 2551-2553

พิกัตศุลกากร	รายการ	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ			การเปลี่ยนแปลง (%) 2552-2553
		2551	2552	2553	
7114	เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของของดังกล่าว	0.28	0.54	0.27	-93.44
7105	ฝุ่นและผงของรัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ	0	0.0036	0.03473	89.56
7101	ไข่มุก	0.1633	0.0003	0.0105	96.31
7109	โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยทองคำ	0.0011	0	0.0102	100
7115	ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือโลหะที่หุ้มด้วยโลหะมีค่า	0.0257	0.0343	0.0058	-487.90
7118	เหรียญกษาปณ์	0.0412	0	0.0026	100
7116	ของทำด้วยไข่มุก รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ	0.0023	0.0124	0.0002	-4596.24

ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ.(2554)

4.3 ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในปัจจุบัน

จากสถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในปัจจุบันกำลังประสบปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ เนื่องจากความเสี่ยงหลายประการดังสรุปได้ดังนี้ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2554)

1) การปรับตัวสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบทองคำและเงิน

ในเดือนธันวาคม 2553 ราคาทองคำโดยเฉลี่ยปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนมกราคมในปีเดียวกันถึงร้อยละ 24.38 ในขณะที่เงินมีราคาโดยเฉลี่ยสูงขึ้นถึงร้อยละ 65.00 จะเห็นได้ว่าการปรับตัวสูงขึ้นของราคาทองคำและเงิน อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิตของผู้ประกอบการและระดับอุปสงค์การบริโภคของผู้บริโภค เนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นจึงมีความ

ยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้ามาก คือหากราคาของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นเพียงเล็กน้อยก็จะทำให้อุปสงค์ของสินค้าลดลงมากกว่าราคาที่เพิ่มขึ้น และอาจทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยลดลงตามไปด้วยในที่สุด

2) วิกฤตหนี้สาธารณะของประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป

ภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและปัญหาหนี้สาธารณะของประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป อาจส่งผลกระทบต่อประเทศสวีเดนและเดนมาร์กซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่อกันได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระดับอุปสงค์ในสินค้าลดลง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคที่พยายามปรับตัวกับสภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น ถึงแม้ว่าในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจของประเทศในสหภาพยุโรปจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเป็นการฟื้นตัวที่ยั่งยืนหรือไม่ ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้

3) ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นมากกว่าสกุลเงินท้องถิ่นของประเทศคู่แข่ง

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าค่าเงินบาทตลอดปี พ.ศ. 2553 มาขึ้นได้แข็งค่าขึ้นถึงร้อยละ 8.83 และแข็งค่ากว่าหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น ประเทศเวียดนาม และค่าเงินบาทยังมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสินค้าของไทย และส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการของผู้ส่งออก โดยสินค้าจากประเทศไทยจะคู่แข่งขึ้นมากกว่าสินค้าจากประเทศอื่นๆ ในสายตาผู้บริโภค

4.4 มาตรการกีดกันทางการค้าในรูปแบบภาษีอากรและมีใช้ภาษีอากร

ตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสวีเดนและเดนมาร์กในปัจจุบัน นับว่ามีความเสรีและไม่มีข้อจำกัดหรือมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีอากรใดๆ ที่จะเป็นการกีดกันทางการค้าสำหรับการนำเข้าสินค้าในกลุ่มนี้ (กรมศุลกากร, 2554) โดยอัตราภาษีในการนำเข้าสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากประเทศไทยของสวีเดนและเดนมาร์กจะมีลักษณะ คือ เรียกเก็บในสกุลเงินสวีเดนสำหรับการนำเข้าสินค้า 100 กิโลกรัม รายละเอียดดังปรากฏในตาราง 4.2

ตาราง 4.2 อัตราภาษีอากรขาเข้าของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยไปยังสวิตเซอร์แลนด์

รหัสพิกัด ศุลกากร	รายการ	อัตราอากร (CHF/100 kg.)
7101	ไข่มุก	797-800
7102	เพชร	80-800
7103	รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ	80-800
7104	อัญมณีสังเคราะห์	80-797
7105	ฝุ่นและผงของรัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ	79-80
7106	เงิน	7-159
7107	โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยเงิน	71
7108	ทองคำ	0-320
7109	โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยทองคำ	240
7110	แพลทินัม	80-1,599
7111	โลหะสามัญ เงิน หรือทองคำที่หุ้มติดด้วยแพลทินัม	237
7112	เศษและของที่ชำไม่ได้อื่นๆ ที่มีโลหะมีค่าหรือที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า	8
7113	เครื่องประดับแท้	238-3,999
7114	เครื่องทองหรือเครื่องเงินและส่วนประกอบของของดังกล่าว	159-3,823
7115	ของอื่นๆ ทำด้วยโลหะมีค่าหรือโลหะที่หุ้มด้วยโลหะมีค่า	240-2,313
7116	ของทำด้วยไข่มุก รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ	627-2,627
7117	เครื่องประดับเทียม	71-233
7118	เหรียญกษาปณ์	0

ที่มา: กรมศุลกากร.(2554)

นอกจากอากรขาเข้าแล้ว ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ยังเรียกเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมอื่นๆ นอกเหนือจากอากรขาเข้าอีก ได้แก่ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2554)

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

จัดเก็บที่อัตราร้อยละ 7.6 ยกเว้น ทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป (พิกัด 7108) แพลทินัม (พิกัด 7110) โลหะสามัญ เงิน หรือทองคำหุ้มติดด้วยแพลทินัม (พิกัด 7111) เศษและของที่ใช้ไม่ได้อื่นๆ ที่มีโลหะมีค่าหรือโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า (พิกัด 7112) และเหรียญกษาปณ์ (พิกัด 7118.90) ไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม

ภาษีด้านปศุสัตว์ (Veterinary Tax)

จัดเก็บเฉพาะในเครื่องประดับแท้ (พิกัด 7113) และเครื่องประดับเทียม (พิกัด 7117) ในอัตรา 13 สวิสฟรังก์ ต่อการนำเข้าสินค้า 100 กิโลกรัม โดยสินค้านี้จะต้องไม่ขัดกับอนุสัญญาคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพันธุ์ใกล้สูญพันธุ์ (CITES)

สามารถกล่าวได้ว่าในปัจจุบันสวิตเซอร์แลนด์ไม่มีนโยบายหรือมาตรการ ที่จะเป็นการกีดกันทางการค้าทั้งที่อยู่ในรูปแบบภาษีและมิใช่ภาษี และตามข้อตกลงของขององค์การการค้าโลก หรือ WTO ซึ่งสวิตเซอร์แลนด์เป็นสมาชิกและจะต้องปฏิบัติตาม มีข้อกำหนดการลดอัตราภาษีสำหรับสินค้าต่างๆ ให้ต่ำลงทุกปี รวมทั้งสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งคาดว่าจะในช่วง 5-7 ปีข้างหน้าจะมีอัตราภาษีนำเข้าลดลง หรือเทียบเท่ากับร้อยละ 0 ต่อไปในอนาคต

4.5 กฎระเบียบว่าด้วยการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์

สวิตเซอร์แลนด์มีกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ดังต่อไปนี้ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2554)

กฎหมายป้องกันการฟอกเงินและต่อต้านการก่อการร้าย (Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism: AML/CFT)

เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาที่เกิดจากการฟอกเงินรวมถึงต่อต้านการก่อการร้าย รัฐบาลสวิตเซอร์แลนด์จึงได้กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจัดทำบันทึกรายละเอียดการทำธุรกรรม รวมถึงข้อมูลของลูกค้าเพื่อแสดงต่อ Switzerland's Financial Intelligence Unit

ระเบียบว่าด้วยค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า

เครื่องประดับที่นำเข้ามาจะต้องมีค่าความบริสุทธิ์ดังนี้ คือ ทองคำจะต้องมีค่าความบริสุทธิ์ไม่ต่ำกว่า 9 กระรัต เงินและแพลทินัมจะต้องมีปริมาณโลหะดังกล่าวเป็นส่วนประกอบอย่างน้อย 800 ส่วน ใน 1,000 ส่วน และ 850 ส่วน ใน 1,000 ส่วน ตามลำดับ

ระเบียบว่าด้วยการนำเข้าเพชร (Kimberley Process)

เนื่องจากสวิตเซอร์แลนด์เป็นสมาชิกภายใต้กรอบความตกลง Kimberley Process Certification Scheme (KPCS) ดังนั้น การนำเข้าเพชรจะต้องดำเนินการและมีเอกสารที่ถูกต้องตามข้อตกลงดังกล่าว

4.6 ความสามารถในการแข่งขันและนโยบายที่ส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จากภาครัฐบาลตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

จากบทความและงานวิจัยของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ และข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในตลาดโลก และนโยบายการส่งเสริมการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจากภาครัฐ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้ดังต่อไปนี้

4.6.1 ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

ในปี พ.ศ.2546-2549 ภาวะการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังคงมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ประมาณ 2,400 - 3,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจัดเป็นสินค้าในกลุ่มสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุด 10 อันดับแรกของไทยและมีตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา อิสราเอล เบลเยียม ญี่ปุ่น และฮ่องกง ตามลำดับ ซึ่งสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องประดับแท้ เพชร พลอยสี และทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูปที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นมากเกือบเท่าตัว หากพิจารณาโดยรวมแล้วความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากการส่งออกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับนโยบายของทางภาครัฐมีการเน้นการขยายการค้ากับประเทศต่างๆ และส่งเสริมการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมในรูปของการทำข้อตกลงทางการค้าเสรี หรือ FTA ซึ่งสินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่อยู่ในกลุ่มแรกที่กำหนดให้มีการลดภาษีระหว่างกันทันที ส่งผลให้การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมในเรื่องของการปรับตัวให้ทันต่อนโยบายของภาครัฐ และการ

แข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นระหว่างผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการมีความกดดันเพิ่มขึ้น

ในปี พ.ศ. 2550-2553 ภาวะการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยมีมูลค่าการส่งออกโดยประมาณอยู่ระหว่าง 5,000-11,000 ล้านดอลลาร์ โดยอัตราการขยายตัวมากที่สุดอยู่ในปี พ.ศ.2551 ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 48 โดยสินค้าส่งออกสำคัญยังคงเป็น เครื่องประดับแท้ ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป และเพชร โดยทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูปมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด ตลาดส่งออกที่สำคัญในต้นปี พ.ศ. 2550 ยังคงเป็นสหรัฐอเมริกา แต่เนื่องจากในปีเดียวกันนี้สหรัฐอเมริกาได้ตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร หรือ GSP ที่เคยให้กับประเทศไทย ทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาลดลง ทำให้ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2553 การส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจึงไม่ได้มีมูลค่าการส่งออกที่สูงสุดอีกต่อไป ประกอบกับวิกฤตซับไพร์มยังคงเป็นปัญหายืดเยื้อ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเข้าสู่ภาวะซบเซาและผู้บริโภคลดการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยลง ส่วนประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญอื่น คือ สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ก็มีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยในอัตราที่ทรงตัวและเพิ่มขึ้นค่อนข้างต่ำ

ในช่วงระหว่างปีพ.ศ 2551-2553 ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ฮอลแลนด์ และออสเตรเลียมีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น และประเทศสวิตเซอร์แลนด์ได้กลายเป็นประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยเป็นอันดับหนึ่ง โดยสินค้าที่มีอัตราเติบโตมากที่สุดคือทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เนื่องมาจากราคาทองคำที่เพิ่มสูงขึ้นมากในตลาดโลก ทำให้เกิดการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูปไปยังต่างประเทศเพื่อรับเอากำไรส่วนต่างจากราคาในประเทศที่ต่ำกว่า แต่หากไม่นับการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูปแล้วการส่งออกสินค้าอื่น คือ เพชร พลอยสี อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับแท้และเทียม มีมูลค่าการส่งออกที่ลดลงประมาณร้อยละ 13 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาวะการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีการหดตัวลง ซึ่งสาเหตุอาจเกิดจากสภาพเศรษฐกิจและวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า การที่ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นทำให้สินค้าคู่แข่งในสายตาผู้บริโภคต่างประเทศ ราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้น รวมถึงการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นในโลกยุคปัจจุบัน จึงทำให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลกลดลง ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกมีค่าลดลงตามลำดับ

4.6.2 มาตรการและนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจากภาครัฐ

1. นโยบายการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีการค้า สำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับแก่บุคคลธรรมดาและผู้ประกอบการ

การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มแก่บุคคลธรรมดา

ตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2553 รัฐบาลได้ยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มแก่ผู้นำเข้าหรือผู้ขายพลอยก้อนที่เป็นบุคคลธรรมดา (สมาคมผู้ค้าอัญมณีแห่งประเทศไทย, 2554) จากการนำเข้ามาเพื่อขาย และเมื่อพลอยก้อนที่นำเข้ามาถูกขายออกไป ผู้นำเข้าจะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในรูปของภาษีหัก ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละ 1 โดยผู้ซื้อเป็นผู้หักภาษีไว้ กล่าวโดยสรุปคือผู้นำเข้าจะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 7 แต่จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่อัตราร้อยละ 1 แทน และไม่ได้มีการจำกัดจำนวนหรือมูลค่าของพลอยก้อนที่มีการนำเข้าแต่อย่างใด แต่มีการกำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

- 1) ต้องไม่เป็นการนำเข้าพลอยดังกล่าวมาเพื่อใช้ในกิจการของตนเองหรือบุคคลอื่นโดยมิใช่การนำเข้ามาเพื่อขาย
- 2) ต้องไม่เป็นการนำเข้าพลอยดังกล่าวมาเพื่อการรับจ้างเจียรไนหรือการรับจ้างผลิตอัญมณีที่เป็นเครื่องประดับหรือของใช้ใดๆ
- 3) ต้องไม่เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ใช้สิทธิยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามมาตรา 3 แห่งพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 311) พ.ศ.2540
- 4) ต้องนำเข้าพลอยก้อนมาพร้อมกับการเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรและต้องยื่นแบบแสดงรายการการนำเข้า-ส่งออกอัญมณีที่ยังมิได้เจียรไน พร้อมกับแสดงพลอยก้อนนำเข้าดังกล่าว ต่อเจ้าพนักงานศุลกากรในขณะที่เดินทางเข้ามาในอาณาจักร

นอกเหนือจากนโยบายดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีมาตรการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถนำอัญมณีและเครื่องประดับออกนอกประเทศได้โดยไม่จำกัดมูลค่าอีกด้วย

การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ประกอบการ

สำหรับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการจะยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่การนำเข้าหรือการขายวัตถุดิบทั้งอัญมณีและโลหะมีค่า (สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ, 2554) โดยผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ คือ

- 1) เป็นสมาชิกสมาคมอัญมณีสมาคมใดสมาคมหนึ่งหรือเป็นสมาชิกหอการค้าไทย หรือเป็นสมาชิกสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หรือเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- 2) มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ
- 3) ได้แจ้งการประกอบกิจการต่ออธิบดีกรมสรรพากร ตามแบบแจ้งการประกอบกิจการนำเข้าหรือขายอัญมณีแล้ว ตามกระบวนการของกรมสรรพากร

2. นโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาตั้งแต่อดีต โดยเริ่มต้นเมื่อปีพ.ศ. 2543 (สมาคมผู้ค้าอัญมณีแห่งประเทศไทย, 2554) ซึ่งสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับก็เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมหนึ่งที่รัฐบาลเล็งเห็นว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมีการสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมและล่าสุด เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2553 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้มีประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 1/2553 เกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมการลงทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลายๆชนิดที่ได้รับการส่งเสริม โดยมีสิทธิประโยชน์ และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

สิทธิประโยชน์

- 1) ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรไม่ว่าจะตั้งอยู่ในเขตใด
- 2) ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ไม่ว่าจะตั้งอยู่ในเขตใด โดยไม่กำหนดสัดส่วนการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 3) สิทธิและประโยชน์อื่นๆ ให้ได้รับตามหลักเกณฑ์ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 1/2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2543

เงื่อนไข

- 1) จะต้องมีการลงทุนไม่น้อยกว่า 500,000 บาท(ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)
- 2) จะต้องเป็นคนไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน
- 3) จะต้องใช้อัตรานี้สินต่อทุนไม่เกิน 3:1
- 4) อนุญาตให้นำเครื่องจักรใช้แล้วในประเทศมาใช้ในโครงการที่ขอรับการส่งเสริมได้ มีมูลค่าไม่เกิน 10 ล้านบาท และจะต้องลงทุนเครื่องจักรใหม่มีมูลค่าไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของมูลค่าเครื่องจักรใช้แล้ว
- 5) โครงการที่ขอรับการส่งเสริมแต่ละโครงการจะต้องมีการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่เกิน 20 ล้านบาท แต่เมื่อรวมทั้งกิจการแล้ว จะต้องมีส่วนทรัพย์สินถาวรสุทธิหรือขนาดการลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนไม่เกิน 200 ล้านบาท

3. การจัดงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair และการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมนิทรรศการแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั่วโลก

งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งจัดขึ้นโดยสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Thai Gem and Jewelry Traders Association) โดยการสนับสนุนของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ โดยจุดประสงค์ของการจัดงานก็เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในด้านการส่งออกไปสู่ตลาดโลก อีกทั้งเพื่อแสดงศักยภาพด้านการผลิตและการออกแบบของผู้ประกอบการชาวไทยให้แก่ชาวต่างชาติ อีกจุดประสงค์หนึ่งก็คือ เพื่อเป็นที่พบปะระหว่างผู้ผลิต ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และผู้จำหน่ายอัญมณีทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการแสดงผลงานการออกแบบในรูปแบบต่างๆ การจัดสัมมนาให้ความรู้ผู้ประกอบการ และกิจกรรมพิเศษต่างๆ โดยจัดขึ้น 2 ครั้งต่อปี โดยครั้งล่าสุดเป็นครั้งที่ 48 จัดขึ้นเมื่อ วันที่ 14-18 กันยายน 2554 (สมาคมผู้ค้าอัญมณีแห่งประเทศไทย, 2554)

นอกจากการส่งเสริมให้เกิดการจัดงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair แล้วภาครัฐยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของไทยได้เข้าร่วมในงานนิทรรศการแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั่วโลกอีกด้วย โดยกรมส่งเสริมการส่งออกจะเป็นแกนนำในการนำผู้ประกอบการไปเข้าร่วมนิทรรศการในต่างประเทศ อาทิเช่น งาน Basel World ซึ่งจัดขึ้นทุกปี ณ เมือง

บาเซิล ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้หาตลาดใหม่ๆจากต่างประเทศแล้ว ผู้ประกอบการยังได้ศึกษาถึงรสนิยมของผู้บริโภคในต่างประเทศ และความแตกต่างของสินค้าของประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ที่เข้าร่วมงานเช่นเดียวกัน ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่จะนำไปปรับปรุงสินค้าของตนเองได้ในอนาคตต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved