

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกถือเป็นแหล่งรายได้หลักทางหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งสินค้าที่ส่งออกนั้นเป็นสินค้าที่ไทยทำการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ และถ้ามีปริมาณเกินกว่าความต้องการภายในประเทศแล้วจึงส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย อาทิ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป เป็นต้น โดยที่การค้าขายระหว่างประเทศนั้นสามารถเกิดได้ทั้งการขาดดุลและเกินดุล ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประเภท ทั้งมูลค่าสินค้าที่ส่งออกและนำเข้า อัตราแลกเปลี่ยน ณ ช่วงเวลานั้นๆ หรือนโยบายอัตราภาษี โควตา การส่งออกหรือนำเข้าสินค้าประเภทต่างๆ โดยสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกเป็นจำนวนมากมีทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม โดยมูลค่าสินค้าส่งออก 5 อันดับแรกของไทย แสดงดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าโดยรวมของไทย 5 อันดับแรก ปี 2553

| ลำดับที่ | รายการ                                  | มูลค่า (ล้านบาท) |
|----------|---|------------------|
| 1        | เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 596,677.7        |
| 2        | รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ             | 561,108.8        |
| 3        | อัญมณีและเครื่องประดับ                  | 366,818.3        |
| 4        | แผงวงจรไฟฟ้า                            | 255,322.1        |
| 5        | ยางพารา                                 | 249,262.5        |

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

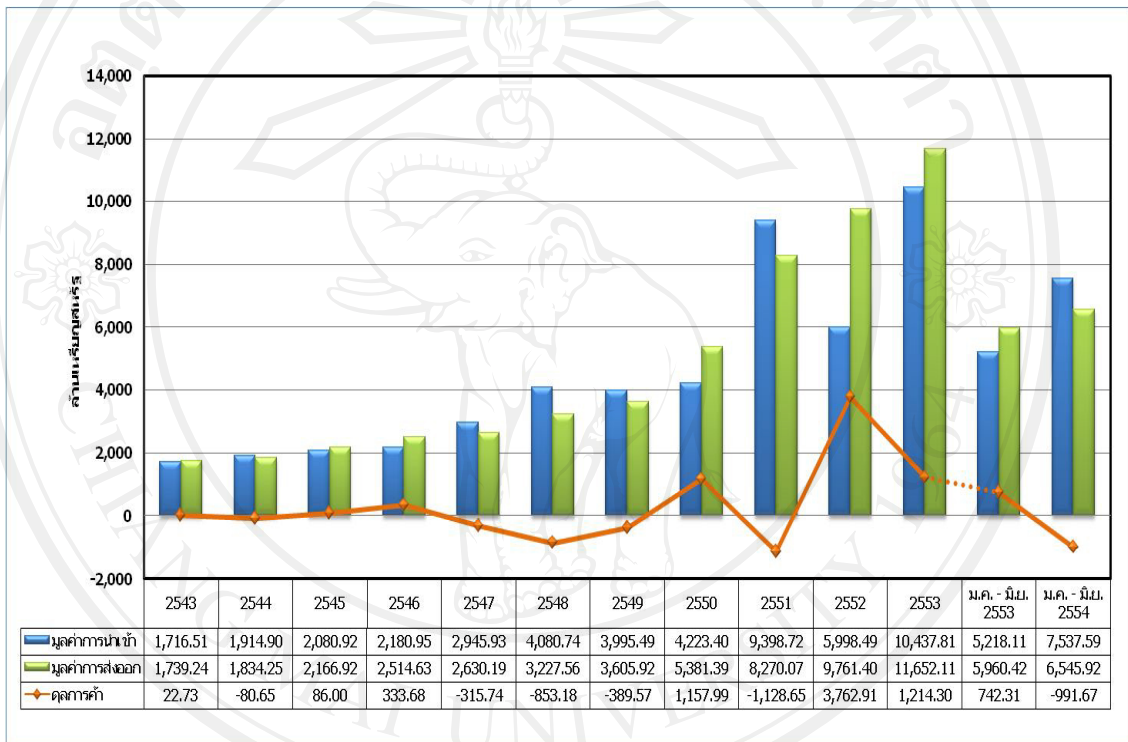
จากตารางที่ 1.1 สินค้าส่งออกอันดับแรก คือเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มีมูลค่าส่งออกมากที่สุด รองลงมา คือรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ ตามลำดับ ซึ่งสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีมูลค่าการส่งออกถึง 366,818.3 ล้านบาท ถือเป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.94 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2553) เป็นหนึ่งในสินค้าอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มส่งออกสูงขึ้นและมีอัตราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยมีจุดแข็ง

อยู่ที่ทักษะฝีมือการเจียรไนอัญมณีของช่างไทยและการปรับปรุงคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างชาติเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมอัญมณีที่สำคัญในไทยคือ อุตสาหกรรมพลอย และอุตสาหกรรมเพชร โดยเฉพาะอุตสาหกรรมพลอยสีที่แม้ว่าไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ แต่ฝีมือของช่างในประเทศที่มีความสามารถพิเศษในการหุงหรือเผาพลอย การเจียรไน การออกแบบ การทำและประกอบตัวเรือน และการเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีที่ใหญ่แห่งหนึ่งของโลก (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552) จึงทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งในด้านการนำเงินตราเข้าสู่ประเทศจากการขนส่งสินค้าไปยังตลาดโลก การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า และการจ้างงานจำนวนมาก หากรวมแรงงานทั้งระบบแล้วอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอาจมีการจ้างงานสูงกว่าล้านคน ซึ่งรวมถึงการจ้างงานบางส่วนจากแรงงานเกษตรกรรมนอกฤดูกาลด้วย (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2553)

นอกจากนี้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าสูงขึ้น ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำไปจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ อุตสาหกรรมต้นน้ำได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ อัญมณีได้ ยกตัวอย่างเช่น การหุงหรือเผาพลอยให้มีความใสยิ่งขึ้น รวมถึงการเจียรไนอัญมณีต่างๆ ให้มีประกายสวยงามและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5-40 (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2553) ขึ้นอยู่กับขนาดและประเภทของอัญมณี ส่วนอุตสาหกรรมปลายน้ำได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้นหลายเท่าตัวด้วยการนำอัญมณีที่เจียรไนแล้วมาตกแต่งบนตัวเรือนของเครื่องประดับ ซึ่งในขั้นตอนนี้หากมีการออกแบบสินค้าที่ตรงความต้องการของผู้บริโภค และมีการตลาดอย่างเหมาะสมก็จะยิ่งช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอัญมณีสูงขึ้นไปอีก ตลอดจนส่งผลให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจขนส่ง และการประกันภัย เป็นต้น เกิดการขยายตัวและสร้างรายได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

อีกทั้งการจ้างงานในแต่ละขั้นตอนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังมีความหลากหลาย ตั้งแต่ระดับฝีมือแรงงาน ระดับการศึกษา เพศและอายุ อีกทั้งวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับเกือบทั้งหมดซึ่งดำเนินการโดยผู้ประกอบการรายย่อยของไทยและไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและเงินทุนจากต่างชาติมากนัก ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีผู้ประกอบการในรูปแบบอุตสาหกรรมธุรกิจประมาณ 6,876 ราย และเป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนมากกว่า 10,000 ราย ก่อให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมทั้งสิ้นประมาณ 900,000 คน โดยอยู่ในภาคการผลิตเพื่อส่งออก 700,000 คน และอีก 200,000 คนเป็นแรงงานผลิตเพื่อตลาดภายในประเทศ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 2553) แต่ยังคงประสบ

ปัญหาต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศและขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบด้านการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ และการมีตราสินค้า (Brand Name) เป็นของตนเอง อีกทั้งยังขาดแผนการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การกระจาย และ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านแรงงานที่เพิ่มขึ้นจากการขาดแคลนช่างฝีมือที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ขาดแคลนนักออกแบบที่มีความสามารถสูงอีกด้วย กลายเป็นจุดอ่อนที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในอนาคต

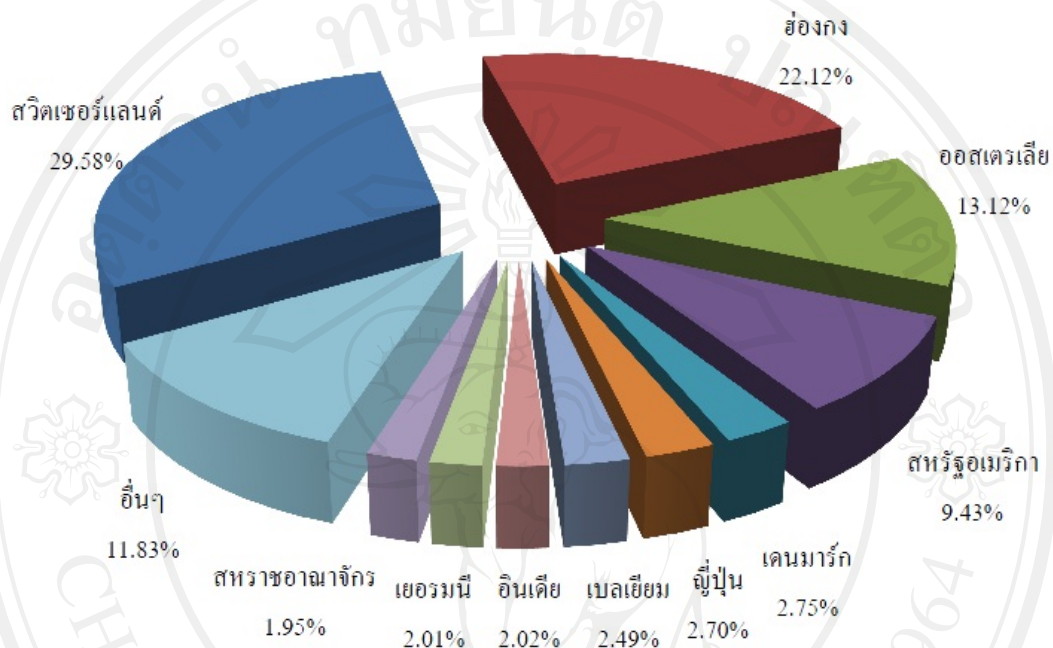


ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับไทย

### รูปที่ 1.1 มูลค่าการนำเข้าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2543-2554

จากรูปที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการนำเข้าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปีพ.ศ. 2543-2554 ซึ่งถึงแม้ว่าไทยจะมีแนวโน้มอัตราการส่งออกและนำเข้าสูงขึ้นในแต่ละปีอย่างเห็นได้ชัด แต่ไทยก็ยังขาดดุลการค้ากับประเทศคู่ค้ามาตลอด จนกระทั่งในปี 2552 ที่ไทยกลับมาเกินดุลอย่างมาก มีมูลค่าถึง 127,685.69 ล้านบาท (3,762.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และในปีต่อมา ปี 2553 ประเทศไทยยังคงได้ดุลการค้าอย่างต่อเนื่อง แต่มูลค่าลดลงเหลือเพียง 29,485.91 ล้านบาท (1,214.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งเป็นผลจากการนำเข้าวัตถุดิบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีต้นทุนในการผลิตในปริมาณที่สูงขึ้นมาก โดยเฉพาะราคาทองคำในตลาดโลกที่ยังมีความ

ผันผวนอยู่และมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งตลาดส่งออกสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีมูลค่าสูงสุด 3 อันดับแรก ในปี 2553 คือ สวิตเซอร์แลนด์ ฮังการีและออสเตรเลีย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 29.58, 22.12 และ 13.12 ตามลำดับ ดังในรูปที่ 1.2



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

**รูปที่ 1.2** ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2553

จากรูปที่ 1.2 แสดงให้เห็นสัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังประเทศต่างๆ โดยสินค้าที่ส่งออกไปยังสวิตเซอร์แลนด์มากที่สุด คือทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป ส่วนสินค้าหลักที่ส่งออกไปฮังการีครั้งหนึ่งเป็นทองคำกึ่งสำเร็จรูป ส่วนที่เหลือเป็นเครื่องประดับแท้โดยเฉพาะเครื่องประดับทอง และเพชรที่เจียระไนแล้ว โดยจากการพิจารณามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แยกประเภทของสินค้าที่ส่งออกดังแสดงในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี2552-2553

| 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           |                      |
| <b>1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป</b> | <b>194,135.92</b> | <b>203,850.27</b> | <b>58.17</b>     | <b>55.57</b> | <b>5.00</b>          |
| <b>2. เครื่องประดับแท้</b>                              | <b>84,945.08</b>  | <b>98,540.12</b>  | <b>25.45</b>     | <b>26.45</b> | <b>16.00</b>         |
| 2.1 เครื่องประดับเงิน                                   | 32,516.34         | 41,069.36         | 9.74             | 11.20        | 26.30                |
| 2.2 เครื่องประดับทอง                                    | 47,411.76         | 51,267.22         | 14.21            | 13.98        | 8.13                 |
| 2.3 เครื่องประดับแพลตินัม                               | 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                |
| <b>3. เพชร</b>  | <b>27,861.81</b>  | <b>34,750.76</b>  | <b>8.35</b>      | <b>9.47</b>  | <b>24.73</b>         |
| 3.1 เพชรก้อน  | 3,804.49          | 6,022.04          | 1.14             | 1.64         | 58.29                |
| 3.2 เพชรที่เจียรไนแล้ว                                  | 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               |
| <b>4. พลอยสี</b>  | <b>13,571.89</b>  | <b>15,011.05</b>  | <b>4.07</b>      | <b>4.09</b>  | <b>10.60</b>         |
| 4.1 พลอยก้อน  | 560.16            | 633.01            | 0.17             | 0.17         | 13.00                |
| 4.2 พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว                         | 6,112.68          | 7,268.46          | 1.83             | 1.98         | 18.91                |
| 4.3 พลอยเนื้ออ่อนที่เจียรไนแล้ว                         | 6,899.04          | 7,109.59          | 2.07             | 1.94         | 3.05                 |
| <b>5. เครื่องประดับเทียม</b>                            | <b>7,262.58</b>   | <b>9,105.27</b>   | <b>2.18</b>      | <b>2.48</b>  | <b>25.37</b>         |
| <b>6. อัญมณีสังเคราะห์</b>                              | <b>2,049.88</b>   | <b>2,596.52</b>   | <b>0.61</b>      | <b>0.71</b>  | <b>26.67</b>         |
| <b>7. อื่นๆ</b>   | <b>3,892.04</b>   | <b>2,965.38</b>   | <b>1.17</b>      | <b>0.82</b>  | <b>-23.81</b>        |
| <b>รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)</b>                      | <b>333,719.19</b> | <b>366,819.37</b> | <b>100</b>       | <b>100</b>   | <b>9.92</b>          |

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

จากตารางที่ 1.2 แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดของปี 2553 คือทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป โดยมีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5 ส่วนการส่งออกเครื่องประดับแท้ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับ 2 รองลงมาจากทองคำ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 สามารถแบ่งได้เป็น เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับแพลตินัม ซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 8.13, 26.30 และ 49.58 ตามลำดับ ส่วนอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญอื่นๆ อย่างเพชร พลอยสี เครื่องประดับเทียม และอัญมณีสังเคราะห์ ก็มีอัตราการเติบโตไปในทางที่ดีขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจะขยายตัวได้ดีเรื่อยมา แต่จากแนวโน้มราคาทองคำและโลหะเงินในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นมากในปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตและผู้ส่งออกเครื่องประดับไทยเป็นอย่างมาก ทำให้ราคาของอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ วิกฤตินี้สาธารณะในยุโรปที่ยังไม่คลี่คลาย และช่วงระหว่างการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา ล้วนเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังประเทศเหล่านี้

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจึงควรติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะสามารถวางแผนการผลิตและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับภาวะตลาดส่งออกต่างๆ และเสริมสร้างความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะของตลาดเป้าหมายให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น การศึกษาในครั้งนี้จึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยเน้นเฉพาะกลุ่มประเทศส่งออกหลักของประเทศไทย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยไปยังประเทศส่งออกหลักของประเทศไทย

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ไปยังประเทศส่งออกหลักของประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเห็นทิศทางของอัตราแลกเปลี่ยนและป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยใช้ประกอบการพิจารณาให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศส่งออกหลักของประเทศไทย ได้กำหนดให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อสกุลเงินของต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของต่างประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบของไทยและต่างประเทศเป็นตัวแปรอิสระ และมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังต่างประเทศเป็นตัวแปรตาม โดยใช้ข้อมูลแบบพาแนล (Panel Data) ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross Sectional Data)

เป็นประเทศที่ไทยส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับได้มากที่สุด 4 อันดับ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮอลแลนด์ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิอนุกรมเวลา (Time Series Data) รายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2544 ถึงไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2553 จำนวน 40 ไตรมาส ดังนั้น จำนวนค่าสังเกตของข้อมูล คือ 160 ค่าสังเกต ดังที่ได้รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิ รายงานสถิติ การวิจัยค้นคว้าจากหน่วยงานต่างๆ กรมส่งเสริมการส่งออก สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ ศูนย์การเงินและการลงทุน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Finance and Investment Center: FIC) เป็นต้น

### 1.5 นิยามศัพท์

**อัญมณี** แร่รัตนชาติทุกชนิด เช่น เพชร หรือพลอย ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เรียกว่า อัญมณีแท้ ส่วนอัญมณีที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เรียกว่า อัญมณีเทียมหรืออัญมณีสังเคราะห์ ซึ่งอาจเกิดจากการสังเคราะห์ขึ้นจากการทดลอง หรือการนำวัสดุที่มีลักษณะใกล้เคียงมาใช้แทน เรียกว่า อัญมณีเลียนแบบ

**เครื่องประดับ** เครื่องประดับที่ผลิตขึ้นจากอัญมณีชนิดต่างๆที่ผ่านการเจียรไนแล้ว นำมาตกแต่งบนวัสดุให้เกิดความสวยงาม ซึ่งเครื่องประดับที่ผลิตขึ้น หรือตกแต่งด้วยอัญมณีแท้ เรียกว่า เครื่องประดับแท้ ส่วนเครื่องประดับที่ไม่ได้ผลิตหรือตกแต่งด้วยอัญมณีแท้ หรือทำขึ้นด้วยอัญมณีเทียม เรียกว่า เครื่องประดับเทียม