

ศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการผลิต และการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

บุญกิต จิตรงามปลั่ง¹ สุปราณี ธรรมพิทักษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 60 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้กำหนดนโยบายกลุ่มผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์บริบทสภาพแวดล้อม โดยอ้างอิงทฤษฎี SWOT และการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในระดับประเทศ โดยอ้างอิงทฤษฎี Diamond Model

ผลการวิจัย สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยมีปัจจัยที่สำคัญ คือ 1) ทิศทางของนโยบายภาครัฐที่เห็นชอบและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก 2) ด้านการผลิต พบว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าที่แข็งแกร่ง และสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกเป็นลำดับที่ 3 ของประเทศ 3) ด้านการตลาด พบว่า มีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังมี การขยายตัวต่อเนื่อง และ 4) ด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ พบว่าภาครัฐจำเป็นต้องทบทวน และปรับปรุงกฎระเบียบ และกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต

คำสำคัญ: ศักยภาพ; อัญมณี; เครื่องประดับ; ศูนย์กลางการผลิตและการค้า

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131, ประเทศไทย
อีเมล: boonkij@bensonjewelry.com

² วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

Thailand's Potentials as World's Gems and Jewelry Manufacturing Center and Trading Hub

Boonkij Jitngamplang¹ Supranee Thampitug²

Abstract

The research objective was to evaluate Thailand's potential as the World's gems and jewelry manufacturing and trading hub. The findings result from analysis of both primary and secondary data. The primary research was conducted through in-depth interviews and comprehensive focus group of specific 60 stakeholders comprising policy makers, policy implementers, beneficiaries and other stakeholders. The secondary research was conducted on the examination of the relevant manifesto in published papers, mainly focusing on the context of prevailing milieu based on SWOT theory. In additions, the research also includes the inspection of the ability in competitiveness of Thai's gems and jewelry industry based on the Diamond Model theory.

The research leads to the summary that Thailand is proficient in the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub because of various supportive important factors. 1) direction of In the government's policy in approval and the progressive support to set Thailand as the world's gems and jewelry manufacturing and trading hub. 2) In the manufacturing capabilities, the gems and jewelry industry has great potentials as it encompassed the world's renowned production facilities and trading. The industry is able to earn the third largest export income of the country. 3) In the marketing, the industry has supportive market base both in domestic and overseas and continues to grow. 4) In the legal requirements, the government needs to improve laws and regulations in order to make them in line with the current situation and to prepare for the prevailing digitalized and online business and industry.

Keywords: Potentials; Gems; Jewelry; Manufacturing and Trading Hub

¹ Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Graduate School of Public Administration, Burapha University
169 Longhaad Bangsaen Road, Saenook, Mueang, Chonburi 20131, Thailand
E-mail: boonkij@bensonjewelry.com

² Graduate School of Public Administration, Burapha University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย จากสถิติมูลค่าสินค้าส่งออกของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2554- พ.ศ.2559) พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 3

รองจากรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ดังตาราง 1 โดยในปี 2559 มีมูลค่าการส่งออกถึง 501,151.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.6 ของมูลค่าการส่งออก (Office of the Permanent Secretary Ministry of Commerce, 2017)

ตาราง 1

มูลค่าสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของไทย ระหว่างปี 2554-2559

อันดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาท)					
		2554	2555	2556	2557	2558	2559
1	รถยนต์	511,503.	707,712.	738,113.	789,234.	863,828.	920,871.
	อุปกรณ์และส่วนประกอบ	6	2	4	8	4	3
2	เครื่องคอมพิวเตอร์	513,710.	588,398.	537,049.	588,613.	595,418.	587,404.
	อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1	7	3	8	6	5
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	371,239.	408,040.	305,838.	324,155.	371,071.	501,151.
		3	2	4	8	6	2
4	แผงวงจรไฟฟ้า	238,173.	206,462.	218,088.	240,854.	261,316.	270,333.
		4	1	0	6	8	6
5	เม็ดพลาสติก	265,381.	263,587.	270,792.	311,139.	278,334.	270,152.
		6	2	0	9	9	0

ลักษณะและรูปแบบการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆ กล่าวคือเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบธุรกิจครัวเรือน ใช้เงินทุนสูงและใช้แรงงานทักษะฝีมือสูง หากสรุปประเด็นปัญหาสำคัญตามห่วงโซ่อุปทานจะพบประเด็นสำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำพบปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนแหล่งวัตถุดิบในประเทศ ดังนั้น จึงต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่าง

ประเทศจำนวนมาก โดยเฉพาะในทวีปแอฟริกา ส่วนอุตสาหกรรมกลางน้ำ เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพาแรงงานทักษะฝีมือขั้นสูง แต่ในปัจจุบันขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่ระบบ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัด สำหรับอุตสาหกรรมปลายน้ำ เป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุด ในขณะที่ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ การพัฒนาการออกแบบ ช่องทางการจัดจำหน่าย และสร้างตราสินค้า

ให้กับผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความเคลื่อนไหวในตลาด (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2012) นอกจากนี้ เมื่อประเทศไทยได้มีการเจรจาการค้าเสรี (Free Trade Area) เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ และส่งเสริมให้ไทยเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ขณะเดียวกัน ก็ต้องเผชิญกับอุปสรรคการค้าและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบ ข้อกีดกันทางการค้าใหม่ๆ เช่น การแสดงประเทศที่สินค้ามีแหล่งกำเนิด มาตรการคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของคน รวมถึงคู่แข่งทางการค้าอย่างประเทศจีนและอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบทางด้านจำนวนแรงงานและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ มีแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศจำนวนมาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (Duangphastra, 2016) การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศให้เข้มแข็ง และเติบโตอย่างเป็นระบบเพื่อให้ก้าวทันกับเวทีโลก สามารถแข่งขันกับนานาประเทศอย่างเข้มแข็งและมั่นคง ตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ประเทศไทยต้องสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก นอกจากนี้ กลไกการค้าในยุคปัจจุบันถูกกำหนดด้วยระบบโลกาภิวัตน์ (Globalization) อันเป็นผลมาจากกติกาการค้าโลกภายใต้องค์การการค้าโลก หรือ WTO รวมถึงการเปิดเสรีทางการค้า (FTA) โดยเศรษฐกิจของประเทศไทยต้องพึ่งพากับการส่งออกในฐานะเป็น Export Oriented Country ซึ่งจะต้องมีขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับภาคธุรกิจและในระดับประเทศ ดังนั้น จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องพยายามปรับปรุงวิธีการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายใต้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด ขณะที่คุณภาพจะต้องมีการปรับปรุงให้สูงขึ้นตลอดเวลา และถ้ามองโดยภาพรวมแล้ว ประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้อย่างไม่ยากนัก เพราะมีความได้

เปรียบเชิงภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics Location) อีกทั้งประเทศไทยมีการทำข้อตกลงการค้า FTA กับหลายประเทศในกลุ่ม ASEAN รวมทั้งจีน ออสเตรเลีย และอินเดีย ก็ล้วนเป็นแรงสนับสนุนให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่จะเป็น World Gems and Jewelry ทั้งสิ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย เรื่อง ศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ภายใต้ประเด็นคำถามการวิจัยที่ว่า “ประเทศไทยมีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกหรือไม่” ทั้งนี้ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และภาคเอกชนในการนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

นิยามศัพท์เฉพาะ

อัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ตามระบบ Harmonizes system รหัส 71 ได้แก่ ไข่มุก เพชร รัตนชาติ และกึ่งรัตนชาติ อัญมณีสังเคราะห์ ฝุ่นหรือผงของรัตนชาติ หรือกึ่งรัตนชาติ เงิน โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยเงิน ทองคำ โลหะสามัญที่หุ้มติดด้วยทองคำแพลทินัม โลหะสามัญเงินหรือทองคำที่หุ้มด้วยแพลทินัม เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับแท้ เครื่องทองหรือเครื่องเงิน ของอื่นๆ ทำหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า ของทำด้วยมุก และรัตนชาติ เครื่องประดับอัญมณีเทียม

ศูนย์กลางการผลิตของโลก (Manufacturing Base) หมายถึง การเป็นผู้นำด้านการจัดการผลิตสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงมีศักยภาพที่จะแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ โดยพิจารณาจากการพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนากำลังคน การรักษามาตรฐานและภาพลักษณ์ การส่งเสริมการตลาดภายในและตลาดส่งออก ตลอดจนการปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรม

ศูนย์กลางการค้าของโลก (Trading Base) หมายถึง ศักยภาพในการกระจายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศต่างๆ ในโลก รวมถึงความสามารถในการผลิต หรือนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ แล้วส่งออก หรือกระจายสินค้าต่อไปยังตลาดต่างๆ (Re-export) โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลก ได้แก่ นโยบายของรัฐ การลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศ เทคโนโลยี การศึกษา แรงงาน องค์ความรู้ การบริโภคภายในประเทศ ตลาดส่งออก และการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยในการเป็น ศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ของโลก ทำการวิเคราะห์หองค์ประกอบ 6 ด้านที่ส่งผล ต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่ ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor Endowment, Factor Condition) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand Condition) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน (Related and Supporting Industries) กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) รัฐบาล (Government) และโอกาส (Chance)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานของรัฐ หรือภาคเอกชน ทราบถึง โอกาส ปัญหา อุปสรรค และความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนของไทย ในการพัฒนา อุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้เจริญ เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

2. สามารถนำสารสนเทศที่ได้จากการวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพแวดล้อม 2 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อม ภายนอก ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง รู้จัก สภาพแวดล้อมชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายใน ซึ่ง จะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ เกิดขึ้นภายนอก ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการ เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งข้อมูล เหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ ที่เหมาะสมต่อไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ องค์กร ประกอบด้วย (Humphrey, 2005)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เพื่อพิจารณา

- จุดแข็ง (Strengths: S) หมายถึง ความ สามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่ง

องค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้

- จุดอ่อน (Weakness: W) หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อย ความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อพิจารณา

- โอกาส (Opportunities: O) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การ ทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

- อุปสรรค (Threats: T) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กร ไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร

2. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

ประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงนั้น เนื่องมาจากประเทศนั้นๆ มีปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อให้

บริษัทในอุตสาหกรรมต่างๆ สามารถปรับปรุงและพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) ดังนั้นในการประเมินความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่า ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นมีคุณภาพสูง เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจ ปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวมี 4 ด้าน ซึ่ง Porter (1990) เรียกว่า “Diamond Model” ได้แก่

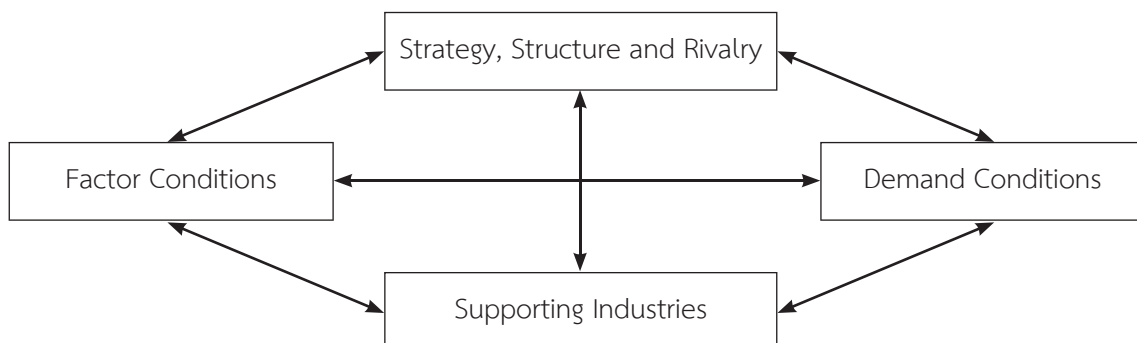
- เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

- เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

- อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

- กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างและบริบทของการแข่งขัน (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ทั้งนี้ Porter (1990) ได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของรัฐบาล (Government) ที่มีผลต่อปัจจัย แวดล้อมทั้ง 4 ด้านใน Diamond ซึ่งจะส่งผลทำให้ปัจจัยต่างๆ เอื้อหรือเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุง ประสิทธิภาพของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นๆ ซึ่งความสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้านนั้นสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ ดังภาพ 1



ภาพ 1 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิด Diamond Model ที่มา: Porter (1990)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย โดยอ้างอิงทฤษฎีจากแบบจำลองด้านการจัดการ 2 ประเภท ได้แก่

1. แบบจำลองการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกิจการ (SWOT Analysis) ของ Humphrey (2005) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

2. แบบจำลองความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม Diamond Model ของ Porter (1990) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ 6 ด้านที่ส่งผลต่อความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่ 2.1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor Endowment, Factor Condition) 2.2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand Condition) 2.3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) 2.4) กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) 2.5) รัฐบาล (Government) 2.6) โอกาส (Chance)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบของการวิจัย ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจำนวน 60 คน สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้กำหนดนโยบาย ได้แก่ ตัวแทนภาคการเมืองที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงศึกษาธิการ 2) เป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย หรือมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงาน

2. กลุ่มผู้ดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ตัวแทนข้าราชการหรือผู้บริหารงานภาครัฐที่เป็นผู้ดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ จำนวน 18 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2) เป็นผู้ที่มีบทบาทในการดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ หรือมีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินนโยบายไปปฏิบัติ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมายจากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน

3. กลุ่มผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบาย ได้แก่ ตัวแทนภาคเอกชน จำนวน 31 คน ประกอบด้วย 1) ผู้แทนจากสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีไทยและเครื่องประดับ จำนวน 8 คน ได้แก่ สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมการค้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สมาคมค้าทองคำ สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ 2) ผู้ประกอบการภาคเอกชน จำนวน 23 คน ประกอบ

ด้วย ภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าอัญมณีเพื่อการค้าภายในประเทศ (Domestic market) และภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าอัญมณีเพื่อการส่งออก (Exporters) จำนวน 6 คน และภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าเครื่องประดับเพื่อการค้าภายในประเทศ (Domestic market) และภาคเอกชนที่ผลิตสินค้าเครื่องประดับเพื่อการส่งออก (Exporters) จำนวน 17 คน

4. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบาย ได้แก่

1) ตัวแทนของภาควิชาการ เป็นนักวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีผลงานทางวิชาการด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างน้อย 1 เรื่องจำนวน 4 คน 2) ตัวแทนของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 4 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ได้แก่ เป็นตัวแทนกลุ่มผู้ใช้แรงงานในระดับหัวหน้า หรือรองหัวหน้า ซึ่งทำงานมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี เป็นผู้ที่มีบทบาท หรือมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้แรงงานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบหมาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก และประเด็นคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึก และประเด็นคำถามสำหรับการสนทนากลุ่มให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำเครื่องมือทั้ง 2 ประเภท มาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมเอกสารทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือรายงานการวิจัย เอกสารสิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ ตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และหอการค้าไทย รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ตัวแทนของภาคการเมือง จำนวน 3 คน ตัวแทนของข้าราชการหรือผู้บริหารงานภาครัฐ จำนวน 18 คน ตัวแทนของภาคเอกชน จำนวน 31 คน ตัวแทนของภาคประชาชน จำนวน 8 คน

3. สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยแบ่งเป็นกลุ่มภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จำนวน 13 คน

4. ทำการถอดเทปการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

5. ทำการจัดระเบียบข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

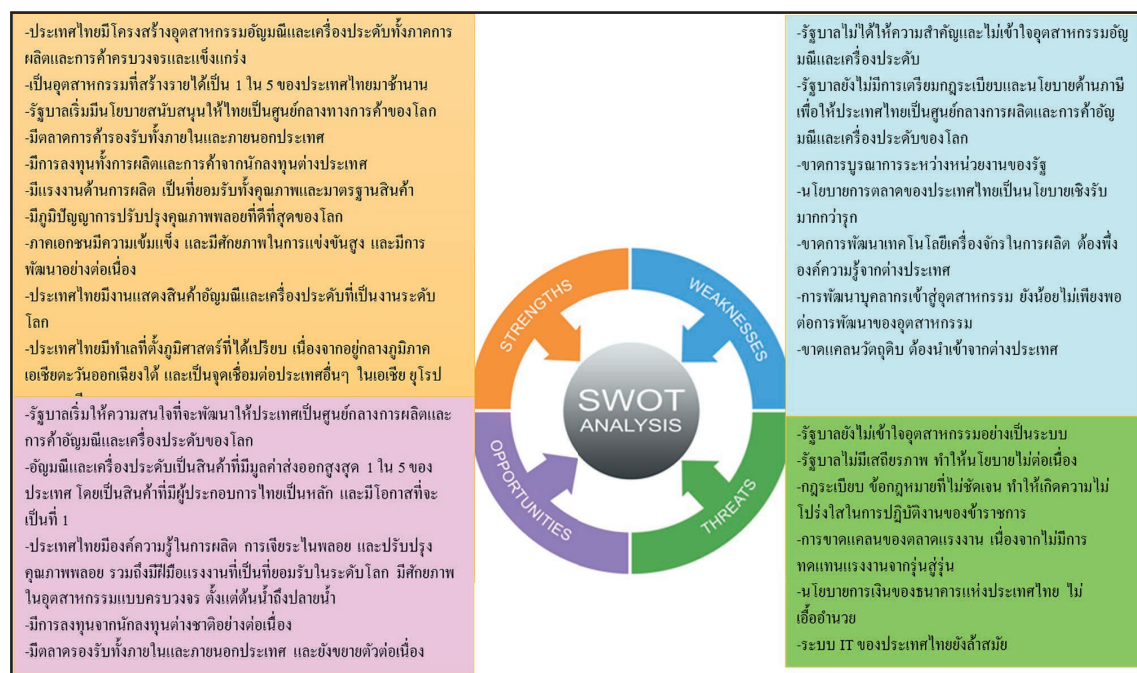
การวิเคราะห์ข้อมูล

ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะถูกวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบบหน่วยบริบท (Contextual Unit) รวมทั้งวิธีการวิเคราะห์อื่นๆ เช่น 1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยสร้างข้อมูลเป็นข้อสรุปชั่วคราวและเชื่อมโยงข้อสรุปย่อยต่างๆ เพื่อแสดงความสัมพันธ์และนำไปสู่ข้อสรุปที่ใหญ่ขึ้น 2) การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Comparative

Analysis) โดยการเปรียบเทียบจากความเหมือนและความแตกต่างที่มีอยู่ในคุณลักษณะ (Qualities) หรือคุณสมบัติ (Attributes) ของข้อมูล

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) สามารถสรุปได้ ดังภาพ 2



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis

ผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในระดับประเทศ โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ แบบจำลอง Diamond Model

การวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยใช้ Diamond Model พบว่า

1. ด้านนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก บทบาทของภาครัฐในการเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในด้านปัจจัยบวก ได้แก่ รัฐบาลเริ่มมีนโยบาย

สนับสนุน แต่ยังไม่ครอบคลุม ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การเปลี่ยนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน นโยบายการตลาดเป็นนโยบายเชิงรับมากกว่ารุก ระเบียบและข้อกฎหมายมีความซับซ้อนของหลายหน่วยงาน เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความไม่โปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ และเสถียรภาพของรัฐไม่แน่นอน ทำให้ไทยไม่ต่อเนื่อง

2. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ แบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับในประเทศ และระดับนานาชาติ

2.1) ในระดับประเทศ ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ ไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าครบวงจรและแข็งแกร่ง มีตลาดการค้ารองรับทั้ง

ภายในและภายนอก และภาคเอกชนมีความเข้มแข็ง ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ ปัจจุบันยังไม่มียุทธศาสตร์และแผนการพัฒนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างเป็นระบบ และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่จัดขึ้นที่ประเทศไทย คือ Bangkok Gems & Jewelry Fair ซึ่งเป็นงานระดับโลก ปัจจุบันได้รับความนิยมลดลง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านความไม่สามัคคีและไม่ร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการของภาคเอกชน

2.2) ในระดับนานาชาติ ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ประกอบการทั่วโลกในเรื่องคุณภาพการผลิตและช่างฝีมือที่มีความชำนาญ ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ สถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น

3. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านปัจจัยด้านลบ ได้แก่ ความผันผวนทางเศรษฐกิจในตลาดยุโรปและอเมริกา ส่งผลให้อุปสงค์จากต่างประเทศชะลอตัว ส่วนอุปสงค์ในประเทศยังมีไม่เพียงพอกับกำลังผลิต ความต้องการผู้บริโภคเปลี่ยนเร็ว ทำให้การวางแผน การออกแบบ กลยุทธ์ในการทำตลาดไม่สามารถทำในระยะยาว และสินค้าอื่นๆ สามารถนำมาเป็นเครื่องประดับแทน

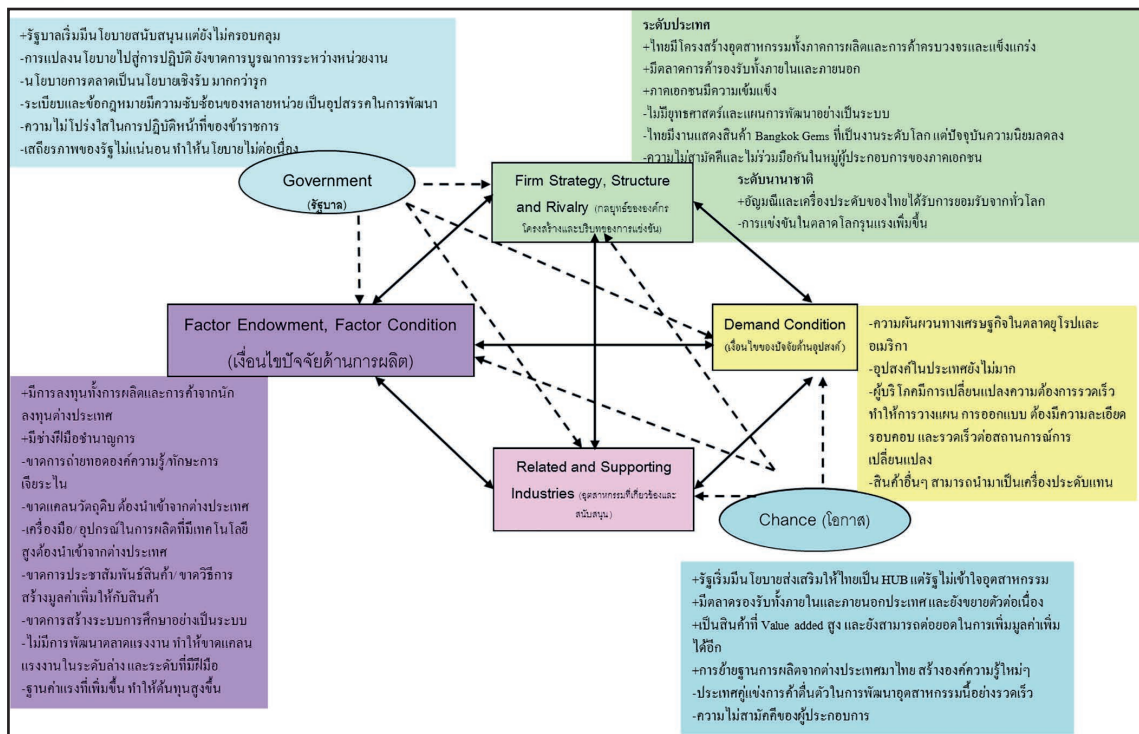
4. ด้านเงื่อนไขของผู้ผลิตและผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการเอกชน ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ มีการลงทุนทั้งการผลิตและการค่านักลงทุนต่างประเทศ และมีช่างฝีมือชำนาญการ แต่ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการเจียระไน รวมทั้งไม่มีการพัฒนาตลาดแรงงาน ทำให้ขาดแคลนแรงงานในระดับล่าง และระดับที่มีฝีมือ ส่วนด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตต้องนำเข้า

จากต่างประเทศ การขาดการประชาสัมพันธ์สินค้า และขาดวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า การขาดการสร้างระบบการศึกษาอย่างเป็นระบบ ฐานค่าแรงที่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

5. ด้านอุตสาหกรรม และปัจจัยอื่นๆ ที่สนับสนุนและเกื้อหนุน ได้แก่ ระบบสารสนเทศ การคมนาคม เป็นต้น

5.1) ด้านปัจจัยบวก ได้แก่ มีสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (GIT) ที่เป็นหน่วยงานของรัฐ และมีห้องปฏิบัติการตรวจสอบ (LAB) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมการผลิตและการสกัดโลหะที่มีค่าเพื่อนำกลับมาใช้ อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือนเครื่องประดับสำเร็จรูป อุตสาหกรรมการผลิตแม่พิมพ์ อุตสาหกรรมการผลิตยาง ชีพียิ่งและปูนปลาสเตอร์ที่ใช้ทำแม่พิมพ์ และอุตสาหกรรมเครื่องจักร รวมทั้งอุตสาหกรรมด้านการบริการ เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ การประกันภัย เป็นต้น

5.2) ด้านปัจจัยลบ ได้แก่ การไม่มีหน่วยงานกลางของรัฐ เป็นเจ้าภาพในการพัฒนาทั้งระบบ แม้ว่าสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน) (GIT) จะเป็นหน่วยงานกลางของรัฐ เครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางตลาดของประเทศไทยยังมีน้อยมาก ด้านระบบไอทีของประเทศไทยยังล้าหลัง อุปสรรคสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเพื่อนำไปสู่การปฏิวัติดิจิทัลเต็มรูปแบบ คือ ต้องพิจารณากฎหมายและกฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้องเพื่อรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัล ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังภาพ 3



ภาพ 3 ผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับโดยใช้ Diamond Model

อภิปรายผล

ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อค้นพบแนวทางการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ดังนี้

ด้านทิศทางของนโยบายภาครัฐ พบว่า ควรมีการผลักดัน “นโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก” ให้บรรลุเป็นวาระแห่งชาติ โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) เพื่อให้เป็นนโยบายที่สามารถดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากที่ผ่านมา ภาคเอกชนได้มีความพยายามจะผลักดันนโยบายการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้า

อัญมณีและเครื่องประดับของโลกมาเป็นระยะเวลานาน แต่ที่ยังไม่ได้รับความสนใจจากภาครัฐเท่าที่ควร ทั้งๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศในลำดับต้นๆ สำหรับหน่วยงานที่นานนโยบายไปปฏิบัติ พบว่ายังไม่สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกัน เนื่องจากรัฐบาลยังไม่เข้าใจอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ จึงมุ่งเป้าหมายนโยบายในเชิงปฏิบัติไปเฉพาะที่กระทรวงพาณิชย์เท่านั้น ซึ่งแท้จริงแล้ว Value Chain ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ รัฐบาลจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมในทุกระดับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ.2556-2561 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นเลิศในการให้

บริการประชาชน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนางานบริการของส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ โดยออกแบบการบริการที่ยืดประชาชนเป็นศูนย์กลาง นอกจากนี้ ควรมีการทบทวนขั้นตอนปรับปรุงกระบวนการ หรือแก้ไข กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการประชาชนของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัวและเอื้อต่อการแข่งขันของประเทศ (Siriprakob, 2015)

ด้านการผลิต พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการค้าที่แข็งแกร่ง ที่แม้ว่าจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างเต็มที่ แต่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกเป็นลำดับที่ 3 ของประเทศ และหากประเทศไทยมีการกำหนดนโยบายการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกอย่างชัดเจน มีโอกาสเพิ่มมูลค่ารายได้จากการส่งออกให้กลายเป็นที่ 1 ได้ในอนาคต ทั้งนี้ จะเห็นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในต่างประเทศ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังในการส่งเสริมการผลิต ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม และเพิ่มความสะดวกในการค้าในเวทีการค้าโลก (Chodchay, Piriyakul & Chimuntdig, 2018) ดังนั้น การที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้นั้น ต้องเป็นผู้นำด้านการจัดการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ในด้านฝีมือการเจียระไนที่มีความประณีต และมีเทคโนโลยีการหุงหรือเผาพลอย ซึ่งทำให้พลอยมีสีสวยและราคาสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของ

การผลิต คือ แรงงานทักษะฝีมือของไทยมีน้อยลง และการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังอยู่ในวงจำกัด

ด้านการตลาด พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีตลาดรองรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังมีการขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการค้าของโลก (Trading Base) ที่ต้องมีศักยภาพในการกระจายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศต่างๆ ในโลก รวมถึงความสามารถในการผลิต หรือนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศแล้วส่งออก หรือกระจายสินค้าต่อไปยังตลาดต่างๆ (Re-export) อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของการตลาด คือ นโยบายการตลาดของประเทศไทยเป็นเชิงรับมากกว่าเชิงรุก และการผลิตสินค้าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเป็นการผลิตตามแบบและคำสั่งของลูกค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) รวมถึงผู้ประกอบการยังไม่มีกรเริ่มพัฒนาให้มีตราสินค้า (Brand) ของตนเอง (Petchkaew, 2017) ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาการตลาดเป็นตลาดเชิงรุกให้มากขึ้น โดยให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานกลางในการนำผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ไปร่วมจัดงานแสดงสินค้า และเจรจาธุรกิจในงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น รวมถึงการจัดทำ Hallmark เพื่อรับรองมาตรฐานอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย

ด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ พบว่าภาครัฐจำเป็นต้องทบทวน และปรับปรุงกฎหมาย และกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรับมือกับธุรกิจและอุตสาหกรรมดิจิทัลในอนาคต รวมทั้งแก้ไขกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่ไม่ชัดเจน ทำให้เปิดช่องให้ผู้รับผิดชอบใช้ดุลพินิจได้มาก และเป็นช่องทางในการคอร์รัปชัน ซึ่งถือเป็นการ

เสื่อมถอยของระบบราชการ และการขาดธรรมาภิบาล ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sorat (2015) ได้ทำการศึกษาจุดยืนภาคอุตสาหกรรมไทยภายใต้การเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก พบว่า การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมที่ผ่านมาหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง “พัฒนาแบบตอบไม่ตรงโจทย์” เน้นด้านองค์ความรู้และคิดว่าใส่ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นเรื่องง่าย ๆ ปัญหาของภาคอุตสาหกรรมต้องปฏิรูปทั้งโครงสร้างทั้งรัฐ ผู้ประกอบการ การแก้ไขกฎหมายข้อบังคับที่ไม่เอื้อ และการมียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ประเทศไทยต้องสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกให้เร็วที่สุด เพื่อให้ก้าวทันกับเวทีโลก

2. โมเดล ไทยแลนด์ 4.0 โดยการใช้ศักยภาพทางดิจิทัลช่วยขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม จะเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทั้งในด้านความสามารถในการทำงานของ

เครื่องจักร การวางแผนการผลิตและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่จะเข้ามา มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในอนาคต

3. รัฐควรกำหนดเจ้าภาพหลักในการพัฒนาเพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ ควรมีการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน และปรับเปลี่ยนระบบการให้บริการจากภาครัฐให้มีความรวดเร็วมากขึ้น โดยพัฒนาระบบบริการแบบ One Stop Service รวมถึงภาครัฐจำเป็นต้องทบทวนกฎหมายและระเบียบข้อบังคับทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันในเวทีโลก

4. ประเทศไทยไม่มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ จึงต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางการจัดหาวัตถุดิบจากประเทศต่างๆ สู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

5. การเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในทุกระดับ ทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และแรงงานฝีมือในระดับต่างๆ เนื่องจากการดำเนินการดำเนินงานที่ต้องใช้ระยะเวลา

Reference

- Duangphastra, C. (2016). *Thailand's competitiveness in ASEAN Context: A Case Studies on Industrial group in Thailand*. Bangkok: The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization). [In Thai]
- Humphrey, A. (2005) *SWOT Analysis for Management Consulting*. SRI Alumni Newsletter. SRI International, United States.
- Office of the Permanent Secretary Ministry of Commerce. (2017). *Thailand Trading Report*. Retrieved from <http://www2.ops3.moc.go.th/>. [In Thai]
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2012). *Strategy and action plan of Small and Medium Enterprise Promotion*. Retrieved from [http://www.sme.go.th/SiteCollection Documents/White%20Paper/2556/report06.pdf](http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2556/report06.pdf). [In Thai]
- Petchkaew, N. (2017). Behavior and marketing mix of consumers affecting the decision to buy silver Jewelry in Thailand. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 3(2), 35-45. [In Thai]
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*. New York: Free Press.
- Siriprakob, P. (2015). *3 Paradigm in Public Administration: Concepts, Theories and Actions*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [In Thai]
- Sorat, T. (2015). *Thai industry standpoint Under the change of the world context Federation of Thai Employers and Entrepreneurs*. Retrieved from www.tanitsorat.com/file. [In Thai]