



สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
กรมอุตสาหกรรม
OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

เอกสารเผยแพร่อุตสาหกรรมนำรู้

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ





สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
กรรรวงอุตสาหกรรม
OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

เอกสารเผยแพร่อุตสาหกรรมน่ารู้
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ
อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ



วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรชั้นนำ การพัฒนาอุตสาหกรรม

พันธกิจ/ภารกิจ

- จัดทำ บูรณาการ ผลักดันนโยบาย แผน ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่า และขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน
- จัดทำระบบสารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ตัวชี้วัด สัญญาณเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม ที่ทันสมัย เชื่อถือได้ และเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้บริการเผยแพร่
- สร้างความเข้มแข็งในการเป็นองค์กรแห่งความรู้ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ค่านิยม

จริยธรรมนำคน	พัฒนาตนเป็นนิจ
สร้างมิตรร่วมงาน	ปฏิบัติการเชิงรุก

คำนำ

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดทำเอกสารความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้และสร้างความเข้าใจในอุตสาหกรรมรายสาขาให้แก่ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมและผู้สนใจทั่วไป ซึ่งนับเป็นบทบาทหน้าที่หลักบทบาทหนึ่งของ สศอ. คือ การเป็นองค์กรแห่งความรู้ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำนักงานฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า เอกสารฉบับนี้จะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมรายสาขาที่สำคัญ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

ทั้งนี้ หากสนใจต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 0 2202 4274, 0 2202 4284 โทรสาร 0 2644 7023 Website : <http://www.oie.go.th/>

สารบัญ

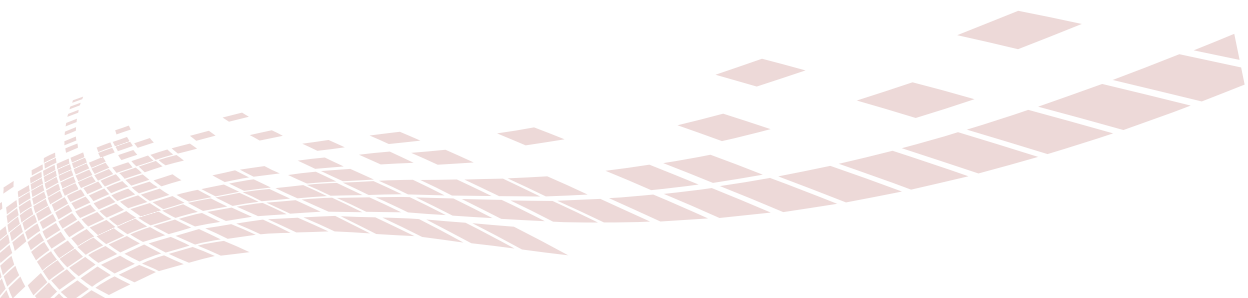
หน้า

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

1.สถานการณ์ภาพ	1
2.แนวโน้มอุตสาหกรรม	8
3.ปัญหาและอุปสรรค	10
4.แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม	11

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

1.สถานการณ์ภาพ	14
2.แนวโน้มอุตสาหกรรม	23
3.ปัญหาและอุปสรรค	23
4.แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม	24





ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

“อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม” เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมโยงอย่างครบวงจร ตั้งแต่ อุตสาหกรรมต้นน้ำถึงปลายน้ำ คือมีการผลิตเส้นใย ปั่นด้าย ทอผ้าและถักผ้า ฟอกย้อม พิมพ์ แต่งสำเร็จ และตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย

1. สถานภาพ

การผลิต

1) การผลิตเส้นใย

การผลิตเส้นใยนับเป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งจะสามารถ จำแนกการผลิตได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือการผลิตเส้นใยธรรมชาติ และการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ โดยส่วนใหญ่อุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยในไทยจะเป็นการผลิตเส้นใยสังเคราะห์เป็นหลัก ลักษณะของโรงงาน เหล่านี้จะเป็นโรงงานขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตสูงและต้องอาศัยเทคโนโลยีเป็นหลักในการผลิต ใช้เงินลงทุนค่อนข้างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเป็นบริษัทข้ามชาติหรือเป็นการร่วมทุนกันระหว่าง ผู้ประกอบการไทยและชาวต่างชาติ

สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ก็คือโพลีเมอร์ ที่ได้จากการสังเคราะห์สารเคมีในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ฟังก์ชันการนำเข้าเป็นหลัก ส่วนการผลิตเส้นใยธรรมชาติมักจะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยหรือการวิจัยและพัฒนาสินค้าต้นแบบมากกว่าการผลิตเพื่อภาคอุตสาหกรรม เพราะส่วนใหญ่จะนำเข้ามาในรูปของเส้นใยฝ้าย และเข้าสู่กระบวนการผลิตเส้นด้ายมากกว่าการนำเข้าฝ้ายแล้วผลิตเป็นเส้นใยฝ้ายภายในประเทศ ดังนั้น การผลิตเส้นใยธรรมชาติมักเป็นการผลิตโดยอาศัยวัตถุดิบตามธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศและพัฒนาเป็นสินค้าต้นแบบหรือเป็นการขายในท้องถิ่น เพื่อตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น การผลิตเส้นใยไหม การผลิตเส้นใยกล้วย การผลิตเส้นใยสับปะรด เป็นต้น

สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใย (สังเคราะห์) ในปัจจุบัน มีจำนวนโรงงาน 16 โรง เป็นโรงงานขนาดใหญ่และมีกำลังการผลิตสูง มีจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมประมาณ 14,100 คน ถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญ เป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่อไป มีแนวโน้มของความต้องการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องอาศัยการวิจัยและพัฒนาเส้นใยอย่างจริงจังเพื่อผลิตเส้นใยให้ได้คุณสมบัติตามที่ลูกค้าต้องการและสอดคล้องกับประโยชน์ที่จะนำไปใช้

2) การผลิตเส้นด้าย

การผลิตเส้นด้ายเป็นขั้นตอนการผลิตต่อจากการผลิตเส้นใย แบ่งการผลิตเส้นด้ายได้ 2 แบบตามวัตถุดิบที่ใช้คือ การผลิตเส้นด้ายธรรมชาติ และการผลิตเส้นด้ายสังเคราะห์ แต่หากจำแนกตามขนาดของวัตถุดิบที่ใช้นั้นจะแบ่งเป็นเส้นด้ายปั่น (Spun Yarn) ซึ่งผลิตจากเส้นใยสั้น (Staple Fiber) และเส้นด้ายชนิดใยยาว (Filament Yarn) ซึ่งผลิตจากเส้นใยยาว (Filament) โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตเส้นด้ายมีจำนวน 152 โรง และมีแรงงาน 60,300 คน ซึ่งหากเทียบกับแรงงานทั้งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะพบว่าแรงงานในการผลิตเส้นด้ายมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6 ของแรงงานทั้งอุตสาหกรรม

3) การผลิตผ้าผืน

เป็นการนำเอาเส้นด้ายมาทำการถักหรือทอให้เป็นผ้าผืน สามารถแบ่งการผลิตผ้าผืนได้เป็น 2 ประเภท คือการผลิตผ้าผืนด้วยการทอ และการผลิตผ้าผืนด้วยการถัก รูปแบบของอุตสาหกรรมการผลิตผ้าผืนนี้ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและแรงงานควบคู่ไปด้วย ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรในการผลิตที่ไม่ทันสมัยนัก มีโรงงาน ขนาดสถานประกอบการตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงโรงงานขนาดใหญ่ รวมทั้งสิ้น 1,340 โรง และแรงงาน 115,820 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ของจำนวนแรงงานทั้งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

4) การฟอก ย้อม พิมพ์ลาย และตกแต่งสำเร็จ

เป็นกระบวนการผลิตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าผืนได้มาก เพราะหลังจากกระบวนการผลิตผ้าผืนแล้วจำเป็นต้องนำมาทำการปรับแต่งผ้าผืนให้ได้คุณสมบัติตามที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งเริ่มต้นจากขั้นตอนการเตรียม (Pretreatment) การย้อมสี (Dyeing) การพิมพ์ลายบนลงผ้าผืน (Printing) ไปจนถึงการตกแต่งสำเร็จ เพื่อสร้างคุณสมบัติให้ผ้าผืนเพิ่มเติม ทั้งในด้านของความสวยงาม เช่น การขัดมัน การตะกุดชน เป็นต้น หรือในด้านของประโยชน์การใช้งาน เช่น การเพิ่มขั้นตอนบางกระบวนการเพื่อป้องกันแบคทีเรีย เป็นต้น ทำให้อุตสาหกรรมนี้ต้องอาศัยทั้งความสามารถในการผลิตและการออกแบบสร้างสรรค์สีสันทและลายผ้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เพราะอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มต้องใช้ผ้าผืนที่ผ่านการฟอก ย้อม พิมพ์ลาย และตกแต่งสำเร็จสำหรับการผลิตต่อไป ดังนั้น การผลิตผ้าผืนทั้งสีสันทและลวดลายต้องมีความสอดคล้องกับกระแสแฟชั่นด้วย จำนวนโรงงานในอุตสาหกรรมนี้มีทั้งสิ้น 401 โรง และแรงงาน 46,200 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ของจำนวนแรงงานทั้งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

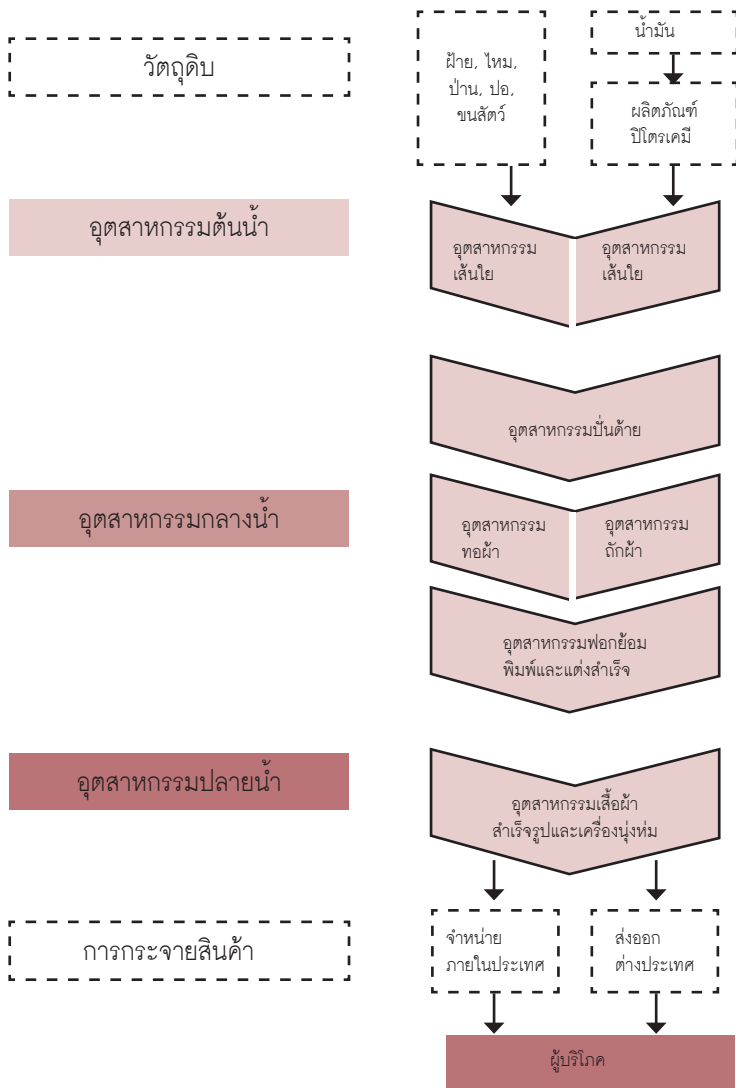
5) การผลิตเครื่องนุ่งห่ม

เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของสิ่งทอที่นำเอาสิ่งทอมาแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูป คือเครื่องนุ่งห่มที่ใช้ในการสวมใส่ร่างกาย รูปแบบของการผลิตเครื่องนุ่งห่มนั้นจะแตกต่างกับสิ่งทอ โดยจะอาศัยแรงงานในการผลิตเป็นหลักมากกว่าการพึ่งพาเทคโนโลยี เพราะเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเครื่องนุ่งห่มเป็นเครื่องจักรเย็บผ้าทั่วไป ไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง แต่ต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือและทักษะในการผลิตเครื่องนุ่งห่มที่มีความประณีต ปัจจุบันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้มีการกระจายตัวอยู่ทั้งในผู้ประกอบการขนาดเล็กจนถึงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่พยายามสร้างตราสินค้าเป็นของตัวเอง รวมทั้งสิ้น 2,476 โรง และแรงงาน 812,800 คน คิดเป็นร้อยละ 78 ของแรงงานทั้งหมดในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

6) การผลิตเคหะสิ่งทอและสินค้าสิ่งทออื่นๆ

เคหะสิ่งทอ (Home Textile) เป็นสิ่งทอที่เน้นประโยชน์เพื่อการใช้สอยและตกแต่งภายในบ้านเรือน ที่พักอาศัย ประกอบไปด้วยสินค้าหลากหลายประเภท อาทิ พรมปูพื้นและตกแต่งผนัง ผ้าห่ม ผ้าปูโต๊ะ ผ้าที่ใช้ในห้องนอน ห้องน้ำ รวมไปถึงห้องครัว อาทิ ผ้าปูที่นอน หมอน ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูโต๊ะ ผ้าปูโต๊ะ

แผนภาพโครงสร้างกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



การนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย

ประเทศไทยได้มีการนำเข้าสินค้าในอุตสาหกรรมนี้หลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นผ้าผืน เส้นใย เส้นด้าย เครื่องนุ่งห่ม และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่นๆ เพื่อนำมาจำหน่ายในประเทศ และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อส่งออกไป โดยส่วนใหญ่จะมีการนำเข้าผ้าผืนเป็นสินค้าหลัก ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้า 1,614 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งหมดในปี พ.ศ. 2553 รองลงมาคือเส้นใยและเส้นด้ายที่มีสัดส่วนการนำเข้าที่ใกล้เคียงกัน คือ 923 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 23 และ 833 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ ส่วนเครื่องนุ่งห่ม และผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่นๆ ที่ประเทศไทยได้นำเข้านั้นมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 16 หรือคิดเป็นมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 633 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย

ภาพรวมการส่งออกของประเทศไทยใน 10 ปีที่ผ่านมาพบว่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2553 มีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งสิ้น 7,678 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเครื่องนุ่งห่มเป็นสินค้าหลักของประเทศไทย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 3,206 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 42 ของการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ส่วนผ้าผืนและเส้นด้ายเป็นสินค้าที่มีการส่งออกใกล้เคียงกัน โดยมูลค่าการส่งออกผ้าผืนคือ 1,454 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ของการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ส่วนมูลค่าการส่งออกเส้นด้ายของไทยคือ 1,045 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ตามลำดับ ส่วนสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอื่นๆ ที่ประเทศไทยมีการส่งออก คือผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่นๆ เส้นใย และเคหะสิ่งทอ

สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นสินค้าที่มีความสำคัญทั้งในด้านการสร้างรายได้ นำเงินตราเข้าประเทศ สร้างการจ้างงาน และมีการเชื่อมโยงในแนวลึกกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ปัจจุบันอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะจากคู่แข่งที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนค่าแรงงานที่ต่ำกว่า ประเทศที่เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในปัจจุบัน ได้แก่

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของจีนได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว หลังจากที่จีนเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศตั้งแต่ปี 2522 นอกจากนี้ การที่รัฐบาลจีนสนับสนุนให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ปรับเปลี่ยนเครื่องจักรให้ทันสมัยเพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับความได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ต่ำและตลาดภายในประเทศมีขนาดใหญ่ รวมทั้งยังสามารถผลิตวัตถุดิบได้หลายชนิด ตั้งแต่ในระดับต้นน้ำ โดยเฉพาะฝ้าย ไหม ขนสัตว์

ประเทศอินโดนีเซีย อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากมีความได้เปรียบด้านแรงงานที่มีเป็นจำนวนมากและมีค่าแรงงานถูก มีต้นทุนพลังงานต่ำ รวมทั้งการที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการตั้งกองทุนเงินกู้แบบผ่อนปรนแก่กิจการขนาดกลางและขนาดเล็ก ทำให้ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตสิ่งทอที่น่าจับตามองอีกประเทศหนึ่ง

ประเทศเวียดนาม เป็นประเทศผู้ผลิตสิ่งทอที่มีศักยภาพในการขยายตัวสูง แม้ว่าในปัจจุบันเวียดนามยังมีส่วนแบ่งในตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโลกไม่มากนักก็ตาม การที่เวียดนามมีแรงงานจำนวนมากและมีค่าจ้างแรงงานถูก เป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม นอกจากนี้ การที่รัฐบาลเวียดนามมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างจริงจังด้วยการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้นักลงทุนต่างชาติย้ายฐานการผลิตเข้าไปยังประเทศเวียดนามจำนวนมาก

ภาพรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลก

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก แม้ว่าจะไม่ใช่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตของมูลค่าการส่งออกสูงสุดก็ตาม แต่ก็เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีมาเป็นเวลานานและมีแรงงานจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้ จึงเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประชากรโลกแหล่งหนึ่ง

การนำเข้า

สินค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของโลกมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 526.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการนำเข้าสิ่งทอร้อยละ 40.1 หรือคิดเป็นมูลค่า 211.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้าเครื่องนุ่งห่มร้อยละ 59.9 หรือคิดเป็นมูลค่า 315.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสหภาพยุโรปนั้นมีบทบาทสำคัญ

ในการนำเข้าทั้งสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่าการนำเข้ารวม 226.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มประเทศ 27 ประเทศในแถบยุโรป มีประชากรรวมประมาณ 500 ล้านคน ทำให้มีความต้องการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสูง จึงมีการนำเข้าในปริมาณที่มากตามไปด้วย รองลงมาคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 91.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องนุ่งห่มร้อยละ 79 และสิ่งทอร้อยละ 21 ของการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศทั้งหมด

การส่งออก

การส่งออกเครื่องนุ่งห่มของโลกมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงกว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยมีสัดส่วนของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในปี พ.ศ. 2544 ประมาณร้อยละ 52 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งอุตสาหกรรม และขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2552 สามารถครองส่วนแบ่งที่ร้อยละ 57 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งอุตสาหกรรม ซึ่งการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นนี้อาจจะเกิดจากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า นับเป็นแนวโน้มที่ดีของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม อย่างไรก็ตาม แม้แต่อุตสาหกรรมสิ่งทอมีส่วนแบ่งมูลค่าการส่งออกรวมหดตัวลง แต่ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตวัตถุดิบตั้งต้นสำหรับการนำไปผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเครื่องนุ่งห่มต่อไป โดยหากขาดอุตสาหกรรมสิ่งทอไปก็必将ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไม่สามารถผลิตสินค้าได้ ทำให้อุตสาหกรรมทั้งสองนี้มีความโน้มของการเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน

ประเทศผู้นำสำคัญที่เป็นผู้ส่งออกหลักในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มคือ จีนและสหภาพยุโรป เนื่องจากมีมูลค่าในการส่งออกมากที่สุด และแตกต่างจากประเทศผู้นำอันดับ 3 อย่างชัดเจนค่อนข้างมาก โดยในปี พ.ศ. 2552 ประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มทั้งสิ้น 167.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ สหภาพยุโรป มีมูลค่าการส่งออก 159 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และฮ่องกงมีมูลค่าการส่งออก 32.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนประเทศอื่นๆ นั้นจะมีมูลค่าในการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ลดหลั่นลงมาและมีมูลค่าไม่แตกต่างกันมากนัก

สหภาพยุโรปและประเทศจีนเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดในสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมากที่สุด โดยมูลค่าในตลาดส่งออกสิ่งทอ 211.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ มีสหภาพยุโรปเป็นผู้นำด้านการส่งออกสิ่งทออันดับ 1 และมีมูลค่าการส่งออกถึง 62.22 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 29.48 รองลงมาคือ ประเทศจีน ที่มีมูลค่าการส่งออกใกล้เคียงกันคือ 59.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 28.34 จะพบว่าส่วนแบ่งการตลาดของสหภาพยุโรปและจีนนี้รวมกันก็

มากกว่าร้อยละ 50 ของทั้งหมด จึงกล่าวได้ว่ามีบทบาทสำคัญมากของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในขณะที่ประเทศผู้ส่งออกสิ่งทออื่นๆ ก็มีการส่งออกสิ่งทอที่ลดหลั่นกันตามลำดับ

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มก็เช่นเดียวกัน มีทิศทางที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ กล่าวคือ ประเทศผู้นำก็ยังคงเป็นจีนและสหภาพยุโรป โดยมีมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม 107.26 และ 96.79 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดได้ถึงร้อยละ 33.98 และ 30.67 หากรวมมูลค่าการส่งออกของจีนและสหภาพยุโรปนี้ จะพบได้ว่ามากกว่าร้อยละ 60 ของการส่งออกเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด

ประเทศผู้นำที่สำคัญในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

หากพิจารณาในด้านของห่วงโซ่อุปทานการผลิต จะทำให้ทราบถึงศักยภาพและจุดเด่นของแต่ละประเทศที่แท้จริง ประเทศฝรั่งเศสและอิตาลี มีบทบาทในการเป็นเจ้าของตราสินค้าชั้นนำระดับโลก เนื่องจากมีศักยภาพในด้านการออกแบบและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประเทศที่เป็นผู้นำในด้านเทคโนโลยีเครื่องจักร คือประเทศเยอรมนี โดยมีชื่อเสียงในด้านการผลิตเครื่องจักรอุปกรณ์ต่างๆ ให้กับหลายประเทศทั่วโลก ในขณะที่ประเทศจีนและอินเดียเป็นประเทศผู้ผลิตและรับจ้างผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญ โดยมีแนวโน้มของการเติบโตค่อนข้างสูงมาก สำหรับประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งผลิตสิ่งทอให้กับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน และยังเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในการรับจ้างผลิตเครื่องนุ่งห่ม เพราะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีฝีมือการตัดเย็บที่ประณีต ทำให้เจ้าของตราสินค้าชั้นนำระดับโลกมาจ้างผลิตสินค้าที่ประเทศไทย

2. แนวโน้มอุตสาหกรรม

ประเทศไทยยังมีบทบาทสำคัญในการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มสำหรับการจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ และด้วยการขยายตัวของตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รวมถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก จะส่งผลให้ความต้องการสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้จะมีปัจจัยเกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการผลิต จะทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มได้ ปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าจะมีทั้งการออกแบบสินค้าเพื่อความสวยงามและการพัฒนาคุณสมบัติให้ตรงกับการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย หรือกล่าวได้ว่าความ

ก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิตจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาต่อยอดได้

2) ค่าจ้างแรงงานจีนมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งภาครัฐมีการออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองแรงงานและเพิ่มสวัสดิการให้แรงงานตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2553 โดยเฉพาะในมณฑลกว่างตุ้งที่เป็นศูนย์กลางการผลิตอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สำคัญของจีน ได้กำหนดให้มีการเพิ่มค่าจ้างแรงงานขึ้นถึงร้อยละ 20 จะทำให้นักลงทุนเริ่มที่จะมองหาประเทศอื่นที่มีศักยภาพในการที่จะขยายการลงทุนในอนาคต ซึ่งกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียนเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

3) ต้นทุนการผลิตของประเทศไทยยังนับได้ว่ามีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าแฟชั่นได้ ทั้งนี้เพราะสินค้าแฟชั่นนั้นจะเป็นสินค้าที่มีขั้นตอนในการผลิตค่อนข้างมากและต้องผลิตสินค้าภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันถ่วงที ผู้ประกอบการไทยจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญของเจ้าของตราสินค้าแฟชั่นและการพัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่การเป็นผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นที่สำคัญ

4) แนวโน้มการขยายฐานการผลิตเครื่องนุ่งห่มมาในประเทศเพื่อนบ้านแถบอาเซียนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะการผลิตเครื่องนุ่งห่มอาศัยแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ และประเทศในอาเซียนก็มีจำนวนแรงงานมากเพียงพอต่อความต้องการผลิตเครื่องนุ่งห่ม

5) การสร้างกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกในอาเซียนและการสร้างความเชื่อมโยงภายใต้โซุ่ปทานของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มประเทศอาเซียน ภายใต้โครงการ Source ASEAN Full Service Alliance (SAFSA) เป็นการสนับสนุนให้เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตอย่างเสรีระหว่างประเทศสมาชิก

6) กรอบการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ได้สร้างมาตรการเพื่อสนับสนุนให้ประเทศสมาชิกมีการพึ่งพาวัตถุดิบระหว่างกันมากยิ่งขึ้น โดยได้ออกมาตรการปรับลดอัตราภาษีในการนำเข้าสินค้า โดยเฉพาะในหมวดของสินค้าสิ่งทอ ทำให้ประเทศไทยที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ผลิตสินค้าสิ่งทอสามารถขยายตลาดในการส่งออกมายังประเทศในกลุ่มอาเซียน ที่จะกลายเป็นฐานการผลิตเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญในอนาคตของโลกได้

3. ปัญหาและอุปสรรค

อุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย

- (1) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต (Product and Process) เช่น
 - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาด
 - ช่องทางการเข้าถึงนักออกแบบหรือศูนย์พัฒนาการออกแบบยังมีจำกัด
 - คุณภาพงานฝีมือยังไม่สม่ำเสมอและผลิตได้ในจำนวนน้อย
 - เส้นไหมและฝ้ายในประเทศขาดแคลน ต้องนำเข้าต้นทุนวัตถุดิบสูง
 - ขาดระบบควบคุมและรับประกันคุณภาพที่เหมาะสม
- (2) ปัญหาด้านการบริหารจัดการและการตลาด (Management and Marketing)
 - ขาดฐานข้อมูลด้านตลาด ทำให้ตลาดกระจุกตัว
 - ขาดช่องทางในการจำหน่ายสินค้า
 - ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น SMEs และวิสาหกิจชุมชนขาดทักษะทางธุรกิจ
 - ผู้ประกอบการรายย่อยขาดแคลนแหล่งทุน
 - ผู้บริโภคต่างประเทศแยกความแตกต่างไม่ออกระหว่างสินค้าไทยกับประเทศอื่น
 - ตลาดต่างประเทศคำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและแรงงานมากขึ้น
 - ยังไม่มีการรวมกลุ่มหัตถกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างจริงจัง มีแค่ระดับภูมิภาค ระดับ OTOP



4. แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม

ประเทศไทยควรเน้นการเป็นศูนย์กลางการค้าและการออกแบบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียน ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการ

1) พัฒนาอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่า ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างศักยภาพในการสร้างสรรค์และการบริหารจัดการ ควบคู่กับการเพิ่มผลผลิตภาพ เพื่อพัฒนาระดับตลอดห่วงโซ่มูลค่า เช่น

- เร่งรัดพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเชิงพาณิชย์

- เสริมสร้างความเข้มแข็งผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทาน

- ขยายการตลาดให้ครอบคลุมทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ มุ่งให้ความรู้และสร้างวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการผลิตและบริโภค ขณะที่ตลาดต่างประเทศจะมุ่งสร้างช่องทางการจำหน่าย พร้อมกับการวิจัยตลาดสินค้าใหม่เพื่อการเจาะตลาด

2) ยกระดับปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญเพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์และการแข่งขันในเวทีสากล

- สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และผลักดันให้มีการผลิตในเชิงพาณิชย์ สร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

- ยกระดับทุนมนุษย์เชิงบูรณาการ ครอบคลุมการวางแผนกำลังคน ติดตาม พัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน และสร้างกลุ่มคนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม

- พัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตและการแข่งขันในเวทีสากล



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

“อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย” เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแพชชั่นที่ภาครัฐได้ให้การส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางแห่งแพชชั่นโลกในอนาคต เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยมีมูลค่าการส่งออกรวมอยู่ในอันดับต้นๆ ของภาคอุตสาหกรรมไทยทั้งหมด ซึ่งสามารถนำรายได้เข้าประเทศปีละหลายแสนล้านบาท อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญประเทศหนึ่งของโลก ทั้งนี้เนื่องจากไทยมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่างๆ ได้แก่ ฝีมือการเจียระไนพลอยของแรงงานไทย ทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเจียระไนพลอย และทักษะฝีมือในการขึ้นรูปเครื่องประดับซึ่งเป็นที่ยอมรับ ทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายมาเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญของไทย

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพราะอัญมณีเป็นวัตถุดิบที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับ อุตสาหกรรมเครื่องประดับจะแข็งแกร่งได้ต้องมีอุตสาหกรรมอัญมณีที่ดีสนับสนุน **อัญมณีหรือรัตนชาตินั้นหมายถึงวัตถุ 3 ประการ คือ**

1) แร่ เช่น เพชร คอรัันดัม (Corundum) เบอริล (Beryl) โกเมน (Garnet) ควอตซ์ (Quartz) เป็นต้น

2) หิน เช่น ลาปิส ลาซูลี (Lapis Lazuli)

3) สารอินทรีย์ เช่น อำพัน ไข่มุก

อัญมณีนั้นต้องมีคุณสมบัติอีก 3 ประการ คือ

1. **ความสวยงาม (Beauty)** ซึ่งพิจารณาจากสี การกระจายแสง การหักเหแสง ประกายความสามารถให้แสงผ่าน และรูปแบบของการเจียระไน

2. **ความทนทาน (Durability)** หมายถึง ความทนทานจากการสวมใส่ ซึ่งสามารถวัดได้โดยระดับของความแข็ง และความเหนียว ถ้ามีความแข็งมากจะทนทานต่อการขีดข่วนที่ทำให้เกิดตำหนิ เช่น เพชร ถ้ามีความเหนียวมากก็จะทนทานต่อการแตกหัก เช่น หยก ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการแกะสลัก

3. **ความหายาก (Rarity)** หมายถึง การใช้เวลา และการมีต้นทุนในการแสวงหา ซึ่งอาจจะมาจากระดับลึกลับของโลกตามสายแร่ หรือความหายากของอำพัน (อินทรีย์วัตถุ) ที่มีความงดงาม

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสัมพันธ์ต่อกัน ในการแยกแยะประเภทของรายการสินค้าในอุตสาหกรรมนี้ สามารถแยกได้พอสังเขป ดังนี้

1. **อัญมณี** แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 อัญมณีแท้ (Gemstones) คือ รัตนชาติที่มาจากแร่ธาตุต่างๆ (Minerals) ซึ่งเป็นสารอนินทรีย์ที่อยู่ใต้ผิวโลก และได้ขุดขึ้นมาแล้วนำไปเจียระไนและขัดมัน หรือแกะสลักเป็นรูปต่างๆ หลังจากนั้นจะนำมาใช้ทำเป็นอัญมณีเครื่องประดับ ได้แก่ เพชร พลอย เป็นต้น

1.2 อัญมณีสังเคราะห์ (Synthetic Gemstone) คือ อัญมณีที่สร้างขึ้นด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ โดยมีส่วนประกอบทางเคมี คุณสมบัติทางกายภาพ ทางแสง เหมือนกับอัญมณีแท้ การตรวจแยกอัญมณีสังเคราะห์ไม่สามารถทำได้ด้วยตาเปล่าหรือวิธีการธรรมดา ต้องใช้ความรู้ประสบการณ์ และเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์เข้าช่วย มนุษย์สามารถสังเคราะห์อัญมณีขึ้นให้เหมือนกับอัญมณีธรรมชาติที่มีราคาสูงได้เกือบทุกชนิด เช่น เพชรสังเคราะห์ ทับทิมสังเคราะห์ แซฟไฟร์สังเคราะห์ มรกตสังเคราะห์ นิลสังเคราะห์ เป็นต้น

2. **เครื่องประดับ** หมายถึง สิ่งของที่ใส่เสริมแต่งร่างกายเพิ่มเติมจากเสื้อผ้าที่สวมใส่ ทำให้รูปแบบการแต่งตัวมีลักษณะเปลี่ยนไป นอกจากนี้ เครื่องประดับยังถูกนำมาใช้ในเรื่องความเชื่อและศาสนา โดยเครื่องประดับสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 เครื่องประดับแท้ (*Jewelry*) คือการนำอัญมณีมีค่ามาเข้าตัวเรือนโลหะมีค่าก่อนที่จะนำออกจำหน่าย ทั้งนี้เครื่องประดับที่อาจจะทำจากโลหะมีค่าล้วนๆ ก็ได้ เช่น สร้อยทอง สร้อยแพลทินัม หรือเครื่องประดับเงิน โดยไม่มีอัญมณีเข้ามาเป็นส่วนประกอบก็ได้เช่นกัน

2.2 เครื่องประดับเทียม (*Imitation Jewelry*) คือเครื่องประดับที่มีส่วนประกอบจากอัญมณีเทียม ซึ่งเป็นอัญมณีที่ทำขึ้นด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์

3. **โลหะมีค่า (Precious Metal)** หมายถึง โลหะที่ใช้ทำเครื่องประดับ ใช้ทำเหรียญตรา ประกอบเครื่องทอง เพชรพรรณ และเครื่องประดับทั้งหลาย โลหะที่สำคัญและรู้จักกันดีในการทำเครื่องประดับคือ แพลทินัม (*Platinum*), ทองคำขาว (*White Gold*), ทองคำ (*Gold*), เงิน (*Silver*), พาลเลเดียม (*Palladium*) และโรเดียม (*Rhodium*) ล้วนแต่เป็นโลหะที่มีค่า (*Precious Metal*) ที่ใช้ในการทำเครื่องประดับในปัจจุบัน

1. สถานภาพ

■ การผลิต

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยแบ่งตามลักษณะการผลิต ประกอบด้วย อุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณี และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ โดยในแต่ละอุตสาหกรรมจะประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อย มีรายละเอียดดังนี้

1) อุตสาหกรรมการเจียระไนอัญมณี เป็นอุตสาหกรรมที่นำอัญมณีที่ได้จากธรรมชาติมาเจียระไนเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสวยงามให้กับอัญมณี สามารถแยกย่อยได้ ดังนี้

- อุตสาหกรรมการเจียระไนพลอย เกิดจากการที่ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอย และมีแหล่งวัตถุดิบที่มีมูลค่าสูง ซึ่งเป็นแหล่งพลอยที่สำคัญ มีช่างเจียระไนพลอยที่มีฝีมือเป็นที่ยอมรับ ประกอบกับการมีเทคนิคการหุงพลอยที่ทำให้พลอยที่ได้มีสีสันทึ่สวยงามมากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีผู้ประกอบการมากและมีอยู่ทั่วไป

- อุตสาหกรรมการเจียระไนเพชร เกิดจากการย้ายฐานการผลิตจากประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านการเจียระไนเพชร เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ อุตสาหกรรมนี้ต้องอาศัยเงินทุนสูง เนื่องจากต้องใช้เครื่องมือที่มีเทคโนโลยี โดยประเทศไทยเป็นแหล่งเจียระไนเพชรขนาดเล็ก (เส้นผ่านศูนย์กลาง 1.5 มม. ถึง 1 กระรัต) ที่สำคัญรองจาก เบลเยียม อิสราเอล อินเดีย และสหรัฐอเมริกา

2) อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับ ในอดีตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก การผลิตในอุตสาหกรรมนี้จะต้องมีความรู้อย่างดีในด้านศิลปะและความ

ชำนาญในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบ การทำแม่แบบ การหลอมโลหะ การผสมโลหะ การหล่อ การขึ้นรูปตัวเรือนรูปพรรณ การฝังอัญมณี ไปจนถึงการตกแต่งขั้นสุดท้าย สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ

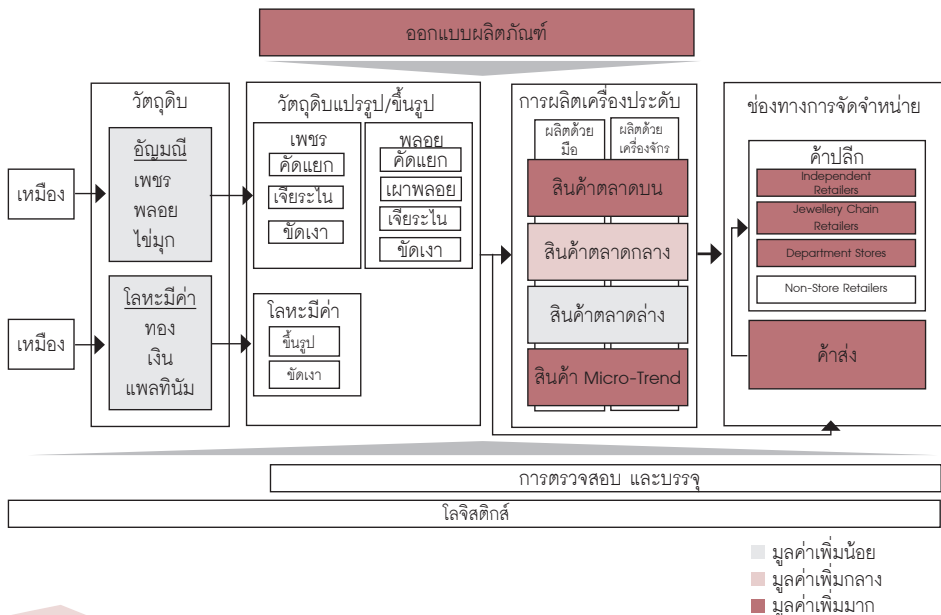
- อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีแท้ แบ่งเป็นผู้ผลิตสำหรับตลาดภายใน และผู้ผลิตสำหรับตลาดส่งออก โดยการผลิตเพื่อส่งออก จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตมากกว่า การผลิตสำหรับตลาดภายในประเทศ ทั้งในด้านรูปแบบ คุณภาพ และราคาสินค้า

- อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับอัญมณีเทียม อุตสาหกรรมนี้ได้พัฒนารูปแบบ และเทคนิคการผลิตจนสามารถผลิตสินค้าได้ใกล้เคียงกับเครื่องประดับแท้

■ กระบวนการผลิต

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีกรรมวิธีการผลิตและการเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ แตกต่างกัน ตั้งแต่มูลค่าเพิ่มน้อยจนถึงมูลค่าเพิ่มมาก ประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญ 4 ส่วน โดยมี รายละเอียดของแต่ละกระบวนการ ดังนี้

แผนภาพโครงสร้างกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ



ที่มา : รายงานการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรม

แฟ้มขึ้น, 2554

1) วัตถุดิบ การจัดการกับวัตถุดิบเป็นกระบวนการแรกของอุตสาหกรรม และทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มน้อย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ วัตถุดิบในส่วนของอัญมณี ได้แก่ เพชร พลอย ไข่มุก เป็นต้น และวัตถุดิบในส่วนของการผลิตตัวเรือนเครื่องประดับ ได้แก่ โลหะมีค่า ซึ่งหมายถึง ทอง เงิน และแพลทินัม เป็นสำคัญ

ประเทศไทยมีแหล่งที่เป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมทั้งสองส่วนดังกล่าวข้างต้น โดยในกลุ่มวัตถุดิบอัญมณี ไทยเป็นแหล่งพลอยสีที่สำคัญหนึ่งใน 5 แหล่งของโลก (แอฟริกาใต้ อเมริกาใต้ พม่าและศรีลังกา) โดยพลอยสีที่ขุดได้ในไทยส่วนใหญ่เป็นทับทิมและไพลิน รวมถึงหยก โกเมน เพทาย บุษราคัม และเขียวส่อง เป็นต้น จากจังหวัดจันทบุรี กาญจนบุรี ตราด จันทบุรี และแพร่ และมีแหล่งค้นพบเพชรในจังหวัดภูเก็ต และพังงา เป็นต้น ในส่วนของโลหะมีค่า ได้แก่ ทองคำ เงิน และแพลทินัม ไทยมีแหล่งขุดพบทองคำที่จังหวัดปราจีนบุรี นราธิวาส และลพบุรี แหล่งค้นพบเงินในจังหวัดกาญจนบุรี

จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม ส่งผลให้แหล่งวัตถุดิบภายในประเทศลดลงและไม่เพียงพอต่อการนำมาผลิตในเชิงพาณิชย์ จึงเน้นการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก โดยพลอยสีนำเข้าจากพม่า อินเดีย ศรีลังกา มาดากัสการ์ และแอฟริกาใต้ ในขณะที่เพชรนำเข้าจากอิสราเอล เบลเยียม และอินเดีย เป็นต้น

2) วัตถุดิบแปรรูป/ขึ้นรูป การแปรรูปหรือการขึ้นรูปเป็นกระบวนการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบค่อนข้างมาก โดยกระบวนการนี้เป็นการนำวัตถุดิบจากขั้นตอนแรกมาทำการแปรรูปหรือขึ้นรูป ซึ่งจะเน้นการเจียระไนให้สวยงามเหมาะแก่การนำไปประดับ

การแปรรูปหรือการขึ้นรูปสามารถแบ่งตามวัตถุดิบได้ 3 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกคือ การขึ้นรูปเพชร เริ่มต้นจากการคัดแยกเพชร หลังจากนั้นนำไปเจียระไน และนำไปขัดเงาเพื่อให้เกิดความเงางาม ส่วนกลุ่มที่สอง เป็นการขึ้นรูปพลอย มีความคล้ายคลึงกับเพชร แต่แตกต่างกันที่มีการคัดแยกก่อนพลอยเพื่อนำไปเผา (หุงพลอย) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้พลอยใสสะอาดขึ้น เพิ่มหรือลดสีให้สวยงามขึ้น ส่วนกลุ่มที่สามเป็นการขึ้นรูปโลหะมีค่า โดยนำเอาโลหะมีค่าต่างๆ ได้แก่ ทองคำ เงิน แพลทินัม มาขึ้นรูปตามที่ต้องการและนำไปขัดเงาเพื่อพร้อมที่จะนำไปผลิตเป็นเครื่องประดับหรือจัดจำหน่ายต่อไป

ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านการมีแรงงานที่มีฝีมือประณีตในการขึ้นรูปด้วยมือที่มีชื่อเสียงระดับโลก และสามารถสร้างรูปแบบการเจียระไนเหลี่ยมอัญมณีเป็นของตัวเอง ได้แก่ Bangkok Cut หรือ Thai Cut ซึ่งเป็นการเจียระไนเพชรขนาดเล็ก (ประมาณ 2-5 สตางค์ น้อยกว่า 1 กะรัต) ได้สวยงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย อีกทั้งยังเป็นประเทศแรกของโลกที่สามารถปรับปรุงคุณภาพพลอยได้ด้วยเทคนิคการเผาหรือหุงพลอย ซึ่งถือเป็นการเพิ่มมูลค่าของพลอย

3) การผลิตเครื่องประดับ หลังจากที่ได้อัญมณีและโลหะมีค่าที่แปรรูปหรือขึ้นรูปแล้ว จะนำไปสู่กระบวนการผลิตเครื่องประดับอัญมณีต่อไป สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

(1) การผลิตเครื่องประดับด้วยมือ เหมาะสำหรับผลิตเครื่องประดับที่มีราคาสูง เน้นความละเอียดของงานที่มีการออกแบบตัวเรือนเป็นพิเศษ และมีการผลิตในปริมาณน้อย ตอบสนองสินค้าในตลาดบน สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ค่อนข้างสูงมาก

(2) การผลิตเครื่องประดับด้วยเครื่องจักร เหมาะสำหรับผลิตในปริมาณมาก รูปแบบไม่ซับซ้อน มีต้นทุนที่ต่ำ ตอบสนองสินค้าในตลาดล่างซึ่งมีมูลค่าเพิ่มน้อย รวมถึงสินค้าตลาดธุรกิจเทรนด์จิว (Micro-trend) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ มีความต้องการที่ซับซ้อนและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น แม้จะเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กแต่มีแนวโน้มในการเติบโตและสร้างโอกาสทางธุรกิจสูง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากอีกด้วย

(3) ประเทศไทยมีความโดดเด่นทางด้านการผลิตเครื่องประดับด้วยมือที่มีเอกลักษณ์ มีความประณีต และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวที่ค่อนข้างสูง และมีศักยภาพทางด้านการออกแบบการเจียระไน รวมไปถึงการออกแบบเครื่องประดับที่ให้ความสวยงาม มีเอกลักษณ์ ทำให้สามารถส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้เป็นจำนวนมาก

(4) ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายสินค้าอัญมณีจะมีทั้งในส่วนของอัญมณีและโลหะมีค่าที่แปรรูปหรือขึ้นรูปแล้ว และเครื่องประดับมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งค้าปลีกและค้าส่ง

■ การนำเข้า - การส่งออก

การนำเข้า

ในภาพรวมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนมากเป็นการนำเข้าวัตถุดิบ ได้แก่ อัญมณีชนิดต่างๆ ทั้งชนิดที่เจียระไนแล้วและยังไม่ได้เจียระไน รวมถึงทองคำเป็นส่วนมาก เพื่อนำมาผลิตเป็นเครื่องประดับเพื่อการส่งออกและบริโภคภายในประเทศ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี 2551 - 2554 อยู่ที่ร้อยละ 30 ต่อปี

อัญมณีแท้ ในภาพรวมปี 2554 มีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 2,000 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ อินเดีย เบลเยียม และอิสราเอล คิดเป็นสัดส่วนจากการนำเข้าทั้งหมดประมาณร้อยละ 35, 19 และ 18 ตามลำดับ นอกนั้นเป็นการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ ร้อยละ 28

โลหะมีค่าที่สำคัญ ได้แก่ ทองคำ ในปี 2554 มีมูลค่าการนำเข้า 16,464.83 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัวเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 45, 17 และ 11 ตามลำดับของการนำเข้าทั้งหมด นอกนั้นเป็นการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ ร้อยละ 27

การส่งออก

ในภาพรวมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีมูลค่าเฉลี่ยระหว่างปี 2551-2554 ประมาณปีละกว่า 10,000 ล้านดอลลาร์ หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 12

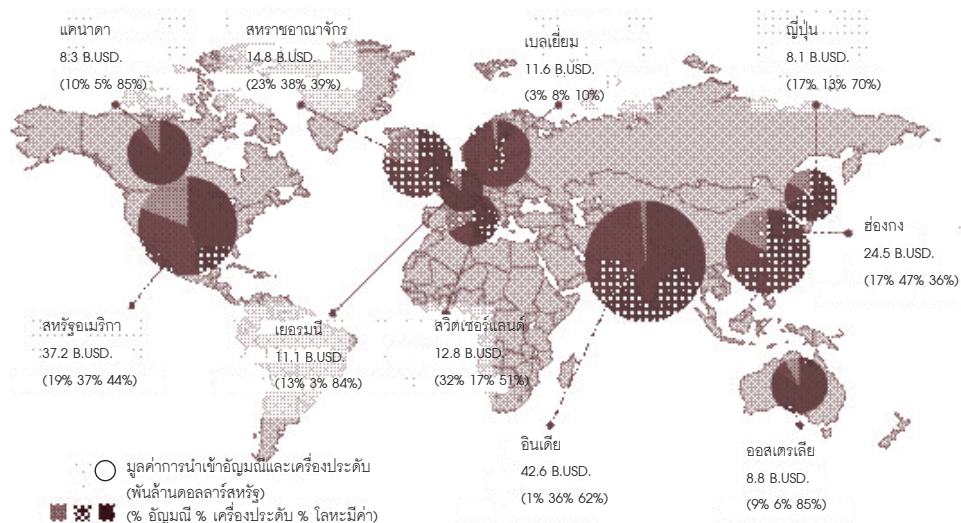
สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ทองคำ มีมูลค่าการส่งออกในปี 2554 คิดเป็นร้อยละ 48 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ เครื่องประดับแท้ และอัญมณีแท้ คิดเป็นร้อยละ 30 และ 17 ของการส่งออกทั้งหมดในปี 2554

ทองคำ ทั้งที่ยังมิได้ขึ้นรูป และกึ่งสำเร็จรูป มีการส่งออกที่ลดลงเนื่องจากราคาที่ลดลง สาเหตุหลักมาจากการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้นในรูปของการสะสมและเก็งกำไร ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง และออสเตรเลีย คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 63, 19 และ 10 ตามลำดับของการนำเข้าทั้งหมด นอกนั้นเป็นการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ ร้อยละ 27

■ อัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก

การนำเข้าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของโลก มีมูลค่าการนำเข้าค่อนข้างสูง ทวีปเอเชียและทวีปยุโรปเป็นทวีปผู้นำเข้าที่สำคัญในตลาดโลก โดยเฉพาะประเทศอินเดียและประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ประเทศที่มีบทบาทในการเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ของโลก ได้แก่ สหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ เบลเยียม เยอรมนี ออสเตรเลีย แคนาดา และญี่ปุ่น เป็นต้น โดยที่เบลเยียมมีการนำเข้าสินค้าประเภทอัญมณีเป็นสัดส่วนที่สูงมากเมื่อเทียบกับการนำเข้าสินค้าทุกประเภทของประเทศ ในขณะที่เยอรมนี แคนาดา ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย เป็นกลุ่มประเทศที่มีการนำเข้าโลหะมีค่าเป็นหลัก ส่วนประเทศสหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ และฮ่องกง จะมีสัดส่วนการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทุกประเภทในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

แผนภาพแสดงสัดส่วนและมูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ปี 2552



ที่มา : รายงานการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมแฟชั่น, 2554

หมายเหตุ : จาก UN Comtrade โดยไม่รวมการนำเข้ากลับ (Re-import)

ตารางประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญแต่ละประเภทสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

ผู้นำการนำเข้าอัญมณีของโลก ปี พ.ศ. 2552

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการ นำเข้า (%)
1	อินเดีย	15,461	20.86
2	สหรัฐอเมริกา	13,657	18.43
3	ฮ่องกง	11,427	15.42
4	เบลเยียม	10,093	13.62
5	สหราชอาณาจักร	5,706	7.70
6	อิสราเอล	5,344	7.21
7	จีน	2,865	3.87
8	สวิตเซอร์แลนด์	2,119	2.86
9	ญี่ปุ่น	1,092	1.47
10	ไทย	1,073	1.45
รวมทุกประเทศ		74,113	100.0

ผู้นำการนำเข้าเครื่องประดับของโลก ปี พ.ศ. 2552

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการ นำเข้า (%)
1	สหรัฐอเมริกา	7,050	20.29
2	ฮ่องกง	4,276	12.31
3	สวิตเซอร์แลนด์	4,141	11.92
4	สหราชอาณาจักร	3,352	9.65
5	ฝรั่งเศส	1,852	5.33
6	สิงคโปร์	1,805	5.20
7	เยอรมนี	1,396	4.02
8	ญี่ปุ่น	1,343	3.87
9	อิตาลี	986	2.84
10	แคนาดา	809	2.33
13	ไทย	527	1.52
รวมทุกประเทศ		34,742	100.0

ผู้นำการนำเข้าโลหะมีค่าของโลก ปี พ.ศ. 2552

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการ นำเข้า (%)
1	อินเดีย	26,599	20.78
2	สหรัฐอเมริกา	16,485	12.88
3	เยอรมนี	9,396	7.34
4	ฮ่องกง	8,809	6.88
5	ออสเตรเลีย	7,514	5.87
6	แคนาดา	7,142	5.58
7	สวิตเซอร์แลนด์	6,498	5.08
8	สหราชอาณาจักร	5,757	4.50
9	ญี่ปุ่น	5,709	4.46
10	อิตาลี	5,496	4.29
11	ไทย	4,376	3.42
รวมทุกประเทศ		127,981	100.0

 ประเทศนำเข้าหลักของทวีปยุโรป
 ประเทศนำเข้าหลักของทวีปเอเชีย
 ประเทศนำเข้าหลักของภูมิภาคอาเซียน

ที่มา: รายงานการศึกษาโครงการจัดท่ายุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมแฟชั่น, 2554

หมายเหตุ : จาก UN Comtrade โดยไม่รวมการนำเข้ากลับ (Re-import)

การส่งออกอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของโลกมีการเติบโตของการส่งออกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าประเภทโลหะมีค่าที่ทั่วโลกให้ความสนใจ และเป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลให้การผลิตและการส่งออกมีการเติบโตที่สูงขึ้น ทำให้มูลค่าของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกเพิ่มสูงขึ้น ส่วนสินค้าประเภทเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีการส่งออกน้อยใน 3 ประเภท (อัญมณี เครื่องประดับ โลหะมีค่า) แต่มีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าอัญมณีที่มีมูลค่าการส่งออกลดลง แต่ในภาพรวมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของโลกยังมีมูลค่าในการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

จากมูลค่าและโครงสร้างการส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่าทวีปยุโรปและทวีปเอเชียมีบทบาทสำคัญในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งประเทศในทวีปยุโรปและทวีปเอเชียที่เป็นประเทศหลักในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะเป็นประเทศหลักในการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับด้วยเช่นกัน



ตารางประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญแต่ละประเภทสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

ผู้นำการส่งออกอัญมณีของโลก ปี พ.ศ. 2552

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการ นำเข้า (%)
1	อินเดีย	16,987	21.79
2	อิสราเอล	11,658	14.95
3	เบลเยียม	11,104	14.24
4	สหรัฐอเมริกา	10,568	13.55
5	ฮ่องกง	9,062	11.62
6	สหราชอาณาจักร	5,687	7.29
7	สวิตเซอร์แลนด์	1,817	2.33
8	จีน	1,790	2.30
9	แคนาดา	1,731	2.22
10	แอฟริกาใต้	1,310	1.68
11	ไทย	1,283	1.65
รวมทุกประเทศ		77,976	100.0

ผู้นำการส่งออกเครื่องประดับของโลก ปี พ.ศ. 2552

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการ นำเข้า (%)
1	อินเดีย	10,780	20.77
2	สหรัฐอเมริกา	5,412	10.43
3	อิตาลี	4,617	8.90
4	ฮ่องกง	4,417	8.51
5	สวิตเซอร์แลนด์	4,039	7.78
6	สหราชอาณาจักร	3,535	6.81
7	จีน	3,534	6.81
8	ไทย	2,705	5.21
9	ฝรั่งเศส	1,783	3.43
10	สิงคโปร์	1,636	3.15
รวมทุกประเทศ		51,895	100.0

ผู้นำการส่งออกโลหะมีค่าของโลก ปี พ.ศ. 2552

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนการ นำเข้า (%)
1	สหรัฐอเมริกา	22,434	15.00
2	ฮ่องกง	13,333	8.92
3	ออสเตรเลีย	12,083	8.08
4	แคนาดา	8,613	5.76
5	เยอรมนี	7,428	4.97
6	แอฟริกาใต้	7,086	4.74
7	ญี่ปุ่น	7,042	4.71
8	เปรู	6,978	4.67
9	ไทย	5,772	3.86
10	เม็กซิโก	5,558	3.72
รวมทุกประเทศ		149,515	100.0

 ประเทศส่งออกหลักของทวีปยุโรป
 ประเทศส่งออกหลักของทวีปเอเชีย
 ประเทศส่งออกหลักของภูมิภาคอาเซียน

ที่มา: รายงานการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมแฟชั่น, 2554

หมายเหตุ : จาก UN Comtrade โดยไม่รวมการส่งออกต่อ (Re-export)

2. แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีโอกาสและแนวโน้มที่ดีจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของทวีปเอเชีย มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก ตลาดคู่ค้าเดิมที่เคยซบเซาจากวิกฤติเศรษฐกิจมีแนวโน้มฟื้นตัว และยังมีโอกาสขยายตลาดไปสู่ตลาดใหม่มากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ เริ่มมีผลต่อการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและสะดวกขึ้น ซึ่งโอกาสต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีทิศทางการขยายตัวมากขึ้น

1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในทวีปเอเชีย มีส่วนช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้เป็นที่รู้จักของต่างชาติและมีมูลค่าในการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

2) โอกาสการขยายตลาดไปสู่ประเทศคู่ค้าเดิมที่สำคัญมีแนวโน้มฟื้นตัว ทั้งประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป จะทำให้ส่งผลดีต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

3) โอกาสการขยายตลาดไปสู่ประเทศคู่ค้าใหม่ เช่น เขตการค้าเสรีอาเซียน ออสเตรเลีย - นิวซีแลนด์ มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยที่ไทยมีแต้มต่อทางภาษีเหนือประเทศคู่แข่งที่มีใช้สมาชิกอาเซียน ได้แก่ อินเดีย จีน อิตาลี และฮ่องกง ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย แต่ทั้งนี้จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าและกระบวนการรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าด้วย

4) การใช้ช่องทางการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ (Social Marketing) เช่น อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ มีบทบาทต่อการตลาดและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ทำให้มีแนวโน้มการทำตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ (Social Marketing) เพิ่มมากขึ้น

3. ปัญหาและอุปสรรค

1) ขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะ ทองคำ เพชร และพลอยในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง ซึ่งมีปัญหาความไม่แน่นอนของวัตถุดิบทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ โดยมีสัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 70 ทำให้ประสบปัญหาหลายประการ ดังนี้

- ความไม่แน่นอนด้านการเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า และกัมพูชา
- โครงสร้างภาษีที่ไม่แน่นอนของบางประเทศ เช่น มาดากัสการ์
- การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีเพื่อเพิ่มมูลค่าภายในประเทศแทนการส่งออก เช่น ศรีลังกา และอินเดีย

- มาตรการทางการค้า และข้อตกลงทางการค้าของประเทศคู่แข่งที่เอื้อต่อธุรกรรมทางการค้า เช่น ฮองกง

2) ค่าจ้างแรงงานที่มีราคาสูงกว่าคู่แข่งสำคัญ เช่น จีน อินเดีย และเวียดนาม ทำให้มีการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศดังกล่าวมากขึ้น รวมถึงการขาดแคลนแรงงานฝีมือซึ่งคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง และขาดการถ่ายทอดเทคนิคการผลิตอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

3) ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการออกแบบและการเจียระไน รวมถึงการศึกษาถึงวิธีการผลิตที่เป็นวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้อง เช่น การใช้แสงเลเซอร์ในการเจียระไน การตั้งน้ำเพื่อให้เหลี่ยมอัญมณีสามารถหักเหแสงได้อย่างสวยงามและสมบูรณ์ เป็นต้น

4) ประเทศคู่ค้าสำคัญนำมาตราการทางการค้าที่ไม่มีภาษี (Non Tariff Barriers) มาใช้มากขึ้น แทนมาตรการทางภาษีที่มีการปรับลดลงจากการเปิดเสรีทางการ โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และตะวันออกกลาง

5) ขาดการสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และพัฒนาให้ได้คุณภาพและปริมาณตรงตามความต้องการ เช่น อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและตัวเรือนเครื่องประดับมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ ทำให้ต้องนำเข้าเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมการผลิตแม่พิมพ์ต้นแบบ ทำให้เสียเปรียบด้านระยะเวลาในการผลิต และอุตสาหกรรมเครื่องจักรไม่มีประสิทธิภาพในการผลิต จะเกิดความสูญเสียวัตถุดิบและต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น

4. แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรม

แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีดังนี้

1) **พัฒนาจัดหาแหล่งวัตถุดิบและอุตสาหกรรมต้นน้ำ** เพื่อให้วัตถุดิบไหลเข้าสู่ประเทศอย่างคล่องตัว มีแหล่งวัตถุดิบที่มีความหลากหลายและกระจายตัวมากขึ้น เช่น การสร้างความร่วมมือในภูมิภาคในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบและพัฒนาให้เกิดตลาดการค้า **"พลอย"** ในภูมิภาค และการจัดหาวัตถุดิบของภาคเอกชนและผู้จัดจำหน่าย โดยการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับรัฐในประเทศพม่า ลาว รวมถึงการพัฒนาธุรกิจสนับสนุนชิ้นส่วนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

2) **พัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์** เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพและมาตรฐานสากล รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของตลาดบนในระดับโลก เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการออกแบบและการเจียระไน การพัฒนากระบวนการผลิต เป็นต้น

3) **การพัฒนาบุคลากรและเครือข่ายสถาบันเฉพาะทาง** เพื่อให้มีจำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่พอเพียง มีประสิทธิภาพในทุกระดับงาน และมีเครือข่ายสถาบันเฉพาะทางสำหรับช่วยในการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนานักออกแบบเครื่องประดับไปสู่การเป็นธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (NEC Creative Jewelry) การยกระดับผู้ประกอบการเครื่องประดับไปสู่การเป็นผู้ประกอบการส่งออก (NEC Creative Jewelry for Exporters) การเชื่อมโยงนักออกแบบเครื่องประดับกับธุรกิจสนับสนุนแฟชั่น (กลุ่มนักออกแบบ กลุ่มเงินทุน กลุ่มตลาด กลุ่มค้าปลีก กลุ่ม OEM) การพัฒนาแรงงานฝีมือร่วมกันระหว่างสมาคมและสถาบันอาชีวศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

4) **รักษามาตรฐานและภาพลักษณ์อัญมณีและเครื่องประดับไทย** เพื่อให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เช่น การยกระดับและสร้างภาพลักษณ์การจัดนิทรรศการอัญมณีไทยและมาตรฐานไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับภูมิภาคและสากล

5) **ส่งเสริมการส่งออก** เป็นการสร้างช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านธุรกิจแฟชั่นในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น มีการขยายตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีข้อมูลสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นภาพลักษณ์ของประเทศไทย

ดำเนินการโดย : คณะทำงานจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ที่ปรึกษา : นายโสภณ ผลประสิทธิ์

นายหทัย อุไทย

นายพิชัย ตั้งชนะชัยอนันต์

คณะทำงาน : นางวารี จันทร์เนตร

นางธนพรพรณ ไททยะเสวี

นางศุภิดา เสมมีสุข

นายศุภชัย วัฒนวิทย์กรรม

นายบุญอนันต์ เสวตสิทธิ์

นายชาลี ชันศิริ

นางสาวสมานลักษณ์ ตันทิกุล

นางสาวชัตติยา visaรัตน์

นายศักดิ์ชัย สนิโสมนัส

นางสาวกุลชลี โหมดพลาย

นางสาวสิรินยา ลิ้ม

นางสาวรวงคณา พงศาปาน



สถานที่ติดต่อ : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม
75/6 ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4274 , 0 2202 4284 โทรสาร 0 2644 7023

Website : www.oie.go.th

Facebook : www.facebook.com/oieprnews

Twitter : http://twitter.com/oie_news

พิมพ์ที่ บริษัท วงศ์สว่างพับลิชชิง แอนด์ พรินติ้ง จำกัด
เลขที่ 2 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ซอยจรัญฯ 86/1 แขวงบางอ้อ
เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700
โทร. 0-2880-1876 แฟกซ์. 0-2879-1526
www.wswp.co.th

Industrial Intelligence Unit (IIU) คืออะไร?

ระบบเครือข่ายข้อมูลเพื่อการขึ้นนำและเตือนภัยของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย 9 ระบบข้อมูล หรือ 9 IIU ได้แก่

- อุตสาหกรรมไทยในภาพรวม
<http://iiu.oie.go.th>
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
<http://iiu.oie.go.th/Textile/default.aspx>
- อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า
<http://iiu.oie.go.th/iron/default.aspx>
- อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
<http://iiu.oie.go.th/electronics/default.aspx>
- อุตสาหกรรมยานยนต์
<http://iiu.oie.go.th/Automotive/default.aspx>
- อุตสาหกรรมอาหาร
<http://iiu.oie.go.th/food/default.aspx>
- อุตสาหกรรมพลาสติก
<http://iiu.oie.go.th/ptit/default.aspx>
- ฐานข้อมูลด้านการรับรองมาตรฐานไอเอสโอ
<http://iiu.oie.go.th/ISO/default.aspx>
- ฐานข้อมูลด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในภูมิภาคอาเซียน
<http://iiu.oie.go.th/IUasean/default.aspx>



สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

75/6 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4274, 0 2202 4284

โทรสาร 0 2644 7023

OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

75/6 Rama 6 Rd., Ratchathewee, Bangkok 10400

Telephone 0 2202 4274, 0 2202 4284

Fax 0 2644 7023

www.oie.go.th