

การศึกษาปัญหาทางการตลาดของการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับที่ผลิตในประเทศไทย



นางสาว ไสภา คำภู ฌ อรุณยา

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2527

ISBN 974-563-790-4

011523

118145267



A STUDY ON EXPORT MARKETING PROBLEMS OF GEMS AND JEWELRY  
PRODUCED IN THAILAND

Miss Sopa Kambhu Na. Ayudhaya

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1984



หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัญหาทางการตลาดของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่ผลิตในประเทศไทย
ชื่อนิสิต	นางสาว ไสภา คำภู ฅ อรุณา
อาจารย์ที่ปรึกษา	นายอนันต์ ชาลาวาลา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ คิริโกคากิจ
ภาควิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2527



บทคัดย่อ

ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติประเภทรัตนชาติ ที่มีชื่อเสียงก็คือพลอยในตระกูลคอรันดัม ซึ่งรู้จักกันดีก็คือทับทิมและซฟไฟร์ ประชาชนในแถบจังหวัดจันทบุรีและตราด มีการประกอบอาชีพหุุดพลอย และเจียรระไนพลอยกันอย่างล่ำลั่น พลอยที่หุุดและเจียรระไนได้นี้ นอกจากจะนำมาทำเป็นเครื่องประดับใช้ภายในประเทศแล้วยังมีการส่งออกขายยังต่างประเทศ แต่การส่งออกไม่เจริญก้าวหน้าในระยะต้น ๆ เนื่องจากมีปัญหาด้านภาษี วัตถุประสงค์ที่นำเข้ามาเจียรระไนเพื่อการส่งออกต้องเสียภาษีในอัตราที่สูง อุตสาหกรรมนี้จึงยังไม่เจริญขึ้นเท่าที่ควร แม้ว่าตลาดต่างประเทศจะมีความต้องการอัญมณีโดยเฉพาะพวกพลอยที่เจียรระไนจากประเทศไทย เนื่องจากฝีมือในการเจียรระไนพลอยของช่างไทย เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก

บรรดาพ่อค้าผู้ส่งออกได้รวมตัวกัน เรียกร้องให้รัฐบาลหันมาสนใจอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีเพื่อการส่งออก เพราะตลาดมีความต้องการในสินค้าอัญมณีมากขึ้น รัฐบาลจึงได้ประกาศยกเว้นภาษีขาเข้าสำหรับวัตถุดิบ ทำให้ตัดปัญหาการลักลอบนำวัตถุดิบเข้าประเทศ และต่อมา ก็ประกาศยกเลิกภาษีการค้าและภาษีเทศบาลแก่เครื่องประดับที่ทำการส่งออก ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีขยายตัวอย่างมาก มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา และในปี พ.ศ. 2525 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 4600 ล้านบาท สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจึงกลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นอันมาก

ในบรรดาสินค้าที่ส่งออกนั้นมูลค่าของอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว แต่ยังมีได้เข้าตัวเรือนมี สัดส่วนถึงร้อยละ 95 ของมูลค่าทั้งหมดในการส่งออกสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับชนิดของ อัญมณีที่มีการส่งออกมากที่สุดคือทับทิมและชฟไฟร์ ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยคือ ญี่ปุ่น สหรัฐ อเมริกา ฮอลแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ ซึ่งไทยมีมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศทั้งสี่ประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับทั้งหมด

แม้ว่าอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและ เครื่องประดับจะเป็นอุตสาหกรรมที่เจริญก้าวหน้า และทำเงินให้กับประเทศไทยเป็นอันมาก แต่ก็ยังประสบกับปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเมื่อได้ทำการศึกษา จากผู้ส่งออก และผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ทั้งภาครัฐบาลและ เอกชน โดยวิธีสัมภาษณ์ ออกแบบ สอบถาม รวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิ พอจะสรุปปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

\* 1. ปัญหาทางด้านรัฐบาลซึ่งมีผลมาจาก

1.1 การขาดการทำงานที่ประสานกันของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

1.2 การกำหนดนโยบายด้านการเงินของรัฐบาลที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของอุตสาหกรรมนี้

2. ปัญหาด้านผู้ผลิตและผู้ส่งออก

2.1 ลูกค้านำความเชื่อถือในสินค้า

2.2 วัตถุดิบประเภททองที่นำมาทำเป็นเครื่องประดับมีความบริสุทธิ์ไม่เพียงพอ

2.3 เครื่องมือเครื่องใช้บางประเภทในการนำมาผลิตสินค้าต้องเสียภาษีสูง ทำให้

ต้นทุนการผลิตสูง และส่งผลให้ราคาการส่งออกสูงยิ่งขึ้น

2.4 การขาดแหล่งเงินทุน สำหรับผู้ผลิตรายย่อย เนื่องจากเงินทุนที่ต้องการ ไม่มากพอที่จะขอการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ปัญหาเหล่านี้มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ

1. แก้ไขการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐบาลให้สอดคล้องกัน

2. แก้ไขกฎเกณฑ์ระเบียบต่าง ๆ ให้กระชับ เพื่อให้ความสะดวกในการส่งออก

ให้มากขึ้น

๓. พิจารณาบททวนนโยบายทางการเงิน เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้
๔. พิจารณานโยบายการนำเข้าของทองเพื่อใช้ในอุตสาหกรรม
๕. พิจารณาสถิติมาตรการการควบคุมผู้ส่งออกให้ส่งสินค้าที่มีมาตรฐาน และลงโทษ

ผู้กระทำผิด

๖. ส่งเสริมอุตสาหกรรมนี้ทั้งทางด้านการฝึกช่างเจียรระโน การจัดหาเครื่องไว้ในการ >/

อำนวยความสะดวก

Thesis Title            A Study on Export Marketing Problems of Gems and  
                                 Jewelry Produced in Thailand

Name                     Miss Sopa Kambhu Na. Ayudhaya

Thesis Advisor        Mr. Anant Salwala  
                                 Assistant Professor Nongnit Siripokakij

Department            Marketing

Academic Year        1984



#### ABSTRACT

Precious stones are among Thailand's natural resources. The famous precious stones are ruby and sapphire which are mined and jewelled in Chanthaburi and Trat. This jewelry is not only supplied for domestic use but also exported to other countries. In the past, the Customs Department set the import tariffs on unpolished and/or uncut precious stones for re-export at a very high rate. This has caused a slow growth in the gem stones industry even though a quality of gem stones from Thailand are widely accepted and there is a great demand from oversea markets.

After numerous requests from jewelry exporters that, the Government should promote this industry because of expansion in demand from overseas, the Government declared that precious stones were exempted from import duty. This exemption also reduced the smuggling rate. Later, business and municipal taxes were also exempted on exporting jewelry. This has resulted in the rapid growth

of exporting volume since 1978. Ornamentation, cutting and polishing of gem stones have become an important exporting industry, and have increased a lot of foreign currency income to Thailand. In 1982, the exporting value was 4,600 million bahts. Most of the exported gems were ruby and sapphire. Approximately 95 per cent of the exporting value were not mounted precious stones. The four major importer countries are Japan, Hong Kong, Switzerland, and the United States of America, which accounted for 80 per cent of total exporting value.

The following problem recommendation are conducted by various different sources. Among these sources are exporters and relevant personnel in both private and government sector by interviewing and sending questionnaires.

1. Problems in Government Sector are:

1.1 The lack of coordination among government agencies which relate to this industry.

1.2 The effect of government's monetary policy to commercial bank reduces the liquidity of the whole jewelry industry.

2. Problems in Producers and Exporters Sector

2.1 Customer occasionally are less trusting to the quality of the products.

2.2 The purification of gold which makes adornment does not meet an acceptable level.

2.3 There are high import duties on some machinery and equipment used in this industry. These increase the cost of production and the exporting price.

2.4 Many producers do not have enough capital to apply for



investment promotion by the Board of Investment

3. Recommendation:

3.1 The relevant government agencies should increase their coordination

3.2 The government regulations should be improved in order to provide more convenient arrangement to exporters

3.3 The existing monetary policy should be reviewed in order to support this industry

3.4 The import policy on gold used in this industry should be revised

3.5 The government should establish the standard of exporting products and penalize exporters who violate it

3.6 The government should help promoting this industry by offering a training program for polishing and cutting gem stones and supplying more machinery and equipment

## นิติกรรมประกาศ



ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณท่านศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอพร ที่ได้มาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ มัลลิกา มุขนาค ที่ได้มาเป็นกรรมการสอบ และบุคคลสำคัญ คุณอนันต์ ชาลวาลา นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่ง รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการเขียนวิทยานิพนธ์ ประกอบกับได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้กรุณาตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิจัย ผู้เขียนขอขอบคุณ บริษัทที่ทำการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถาม หรือให้เวลาในการสัมภาษณ์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานของรัฐบาลที่ได้ให้ความร่วมมือ

ท้ายที่สุดนี้ผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัวของผู้เขียนและเพื่อนที่ได้ให้กำลังใจในการเขียนวิทยานิพนธ์นี้ด้วยดีตลอดมา

โสภา กำภู ณ อยุธยา



บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ช
นิตยสารประกาศ .....	ญ
สารบัญ .....	ฉ
รายการตารางประกอบ .....	ณ
สารบัญภาพ .....	ด
บทที่	
1. บทนำ .....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	2
ขอบเขตการศึกษา .....	2
ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ .....	3
วิธีการศึกษาค้นคว้า .....	3
ปัญหาในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	4
2. ภาวะการผลิตและหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง .....	5
แหล่งผลิตภายในประเทศ .....	5
วิธีการขุดหาพลอย .....	8
การตกแต่งอัญมณีและเครื่องประดับ .....	10
การตกแต่งอัญมณี .....	10
การเผาหรือหุงพลอย .....	10
การเจียรระไนพลอย .....	10

บทที่

หน้า

ผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับ .....	15
การผลิตด้วยมือ .....	15
การผลิตโดยวิธีหล่อ .....	16
หน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง .....	19
3) ภาวะการส่งออก .....	21
ระเบียบและพิธีการนำเข้า-ส่งออก .....	21
มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรระไน เจียรระไนแล้ว และ เครื่องประดับ .....	23
ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ .....	35
ญี่ปุ่น .....	35
ลักษณะตลาดในประเทศญี่ปุ่น .....	39
ช่องทางการจำหน่าย .....	39
การตั้งราคาขายในตลาดญี่ปุ่น .....	41
รสนิยมของชาวญี่ปุ่น .....	44
ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับไปตลาดญี่ปุ่น .....	45
สหรัฐอเมริกา .....	46
ลักษณะตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา .....	51
ช่องทางการจำหน่าย .....	51
การตั้งราคา .....	53
การนำเข้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด .....	56
ความสนใจของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา .....	57
การคาดการณ์ตลาดอัญมณีและ เครื่องประดับของสหรัฐอเมริกา .....	58
ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ส่งออกอัญมณีไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา .....	59
ฮ่องกง .....	60
สาเหตุที่ฮ่องกงเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับที่สำคัญ ...	61

บทที่

หน้า

การส่งวัตถุดิบจากประเทศไทยเข้าฮ่องกง .....	63
อุตสาหกรรมการทำเครื่องประดับของฮ่องกง .....	66
ตลาดเครื่องประดับของฮ่องกง .....	69
สวิสเซอร์แลนด์ .....	73
การนำเข้าของประเทศไทยสวิสเซอร์แลนด์ .....	73
ลักษณะและเวลาในการเลือกขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ในประเทศไทยสวิสเซอร์แลนด์ .....	76
ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทยสวิสเซอร์แลนด์ .....	77
ภาษีและมาตรฐานสินค้าในการนำเข้าประเทศไทยสวิสเซอร์แลนด์ .....	78
4) ภาวะการตลาด .....	79
ลักษณะของสินค้า .....	79
เพชร .....	79
พลอยตระกูลคอร์นดัม .....	80
ทับทิมหรือพลอยแดง .....	80
ซีฟไฟร์ .....	81
มรกต .....	82
พลอยที่มีกำเนิดมาจากแร่ควอทซ์ .....	83
แอมethyst .....	83
โอปอล .....	83
โป่งข่าม .....	84
เพอริคอต .....	85
หยก .....	85
โกเมน .....	86
เทอร์คอยซ์ .....	86

การตั้งราคา .....	87
คุณสมบัติต่าง ๆ ของพลอย .....	88
ความนิยมของตลาด .....	89
ช่องทางการตลาด .....	97
การขุดหาพลอย .....	98
การขายพลอย .....	98
การขายภายในประเทศ .....	98
การขายไปยังต่างประเทศ .....	98
ลักษณะการติดต่อระหว่างลูกค้าชาวต่างประเทศและพ่อค้าชาวไทย .....	99
ผู้ซื้อเข้ามาซื้อในประเทศไทย .....	99
การที่ผู้ขายไปหาผู้ซื้อ .....	101
การส่งเสริม .....	101
การส่งเสริมของเอกชน .....	101
การส่งเสริมทางตรง .....	101
การส่งเสริมทางอ้อม .....	102
สมาคมเพชรพลอยเงินทอง .....	102
สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ .....	103
สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย .....	104
การส่งเสริมของรัฐบาล .....	105
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กองอุตสาหกรรมในครอบครัว .....	105
กรมพาณิชย์สัมพันธ์ .....	106
คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน .....	112
ความร่วมมือของเอกชนและรัฐบาล .....	117
5 วิเคราะห์ข้อมูล .....	119
การทดสอบสมมติฐาน .....	119

บทที่

หน้า

การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 .....	119
การทดสอบสมมติฐานข้อ 2 .....	125
การประมาณมูลค่าการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2526-2530 โดยใช้สมการ ถดถอย (Regression Equation) .....	133
6) สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ .....	136
ปัญหาทางด้านรัฐบาล .....	136
ปัญหาทางด้านผู้ผลิตและผู้ส่งออก .....	138
แนวทางในการแก้ปัญหา .....	140
บรรณานุกรม .....	143
ภาคผนวก .....	151
ประวัติการศึกษา .....	209

## รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
1 แสดงมาตรฐานสากลของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะมีค่า .....	19
2 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่ยังมิได้เจียรระไนแยกตามประเภทไปยัง ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก .....	24
3 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้วแยกตามประเภทไปยัง ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก .....	25
4 แสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแยกตามประเภทของประเทศไทย ....	26
5 แสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีที่เจียรระไนแล้วแยกตามประเภทของ ประเทศไทย .....	27
6 แสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีที่ยังมิได้เจียรระไนแยกตามประเภทของ ประเทศไทย .....	28
7 แสดงมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับแยกตามประเภทของประเทศไทย ....	29
8 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่ยังมิได้เจียรระไนไปประเทศต่าง ๆ .....	32
9 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้วไปประเทศต่าง ๆ .....	33
10 แสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับไปประเทศต่าง ๆ .....	34
11 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปญี่ปุ่น .....	36
12 แสดงมูลค่าการขายปลีกเครื่องประดับในตลาดญี่ปุ่น .....	43
13 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้วแต่ยังไม่เข้าตัวเรือน แยกตามประเภทไปยังสหรัฐอเมริกา .....	47
14 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่ยังมิได้เจียรระไนแยกตามประเภทไปยัง สหรัฐอเมริกา .....	49



ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

15	แสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับของประเทศไทย แยกตามประเภท ไปยังสหรัฐอเมริกา .....	50
16	แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว และยังไม่ได้เจียรระไน รวมทั้ง เครื่องประดับจากประเทศไทยไปฮ่องกง .....	64
17	แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว แยกตามชนิดของ ประเทศไทยไปฮ่องกง .....	65
18	แสดงจำนวนโรงงานผลิต เครื่องประดับ และคนงานในอุตสาหกรรมการ ผลิต เครื่องประดับของฮ่องกง .....	67
19	แสดงสถานที่ที่ลูกค้านิยมซื้อ เครื่องประดับในประเทศฮ่องกง .....	70
20	แสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับของฮ่องกงไปยังตลาดสำคัญ .....	72
21	แสดงมูลค่าการนำเข้าเครื่องประดับของประเทศสวิส เซอร์แลนด์ แยกตามประเทศ .....	73
22	แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว และยังไม่ได้เจียรระไน รวมทั้ง เครื่องประดับจากประเทศไทยไปสวิส เซอร์แลนด์ .....	74
23	แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว แยกตามชนิดจากประเทศ ไทย ไปสวิส เซอร์แลนด์ .....	75
24	แสดงรายละเอียดสำหรับกิจการการผลิตเครื่องประดับ และการเจียรระไน พลอยที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน .....	113
25	แสดงจำนวนผู้ตอบที่ให้ความสำคัญมาก-น้อยในปัจจัยต่าง ๆ .....	129
26	แสดงข้อมูลที่ถ่วงน้ำหนักและอัตราร้อยละของปัจจัยแต่ละปัจจัย .....	130

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

27	แสดงจำนวนผู้ที่ตอบในแต่ละกลุ่มและอัตราการย่อยละของแต่ละกลุ่ม ตามแนวนอน .....	132
28	แสดงแนวโน้มมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรไน ปี พ.ศ. 2526-2530 .....	134
29	แสดงแนวโน้มมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรไนแล้วปี พ.ศ. 2526-2530 .....	134
30	แสดงแนวโน้มมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับปี พ.ศ. 2526-2530 .....	134

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงแหล่งพลอยและ เขตที่มีพลอยสีน้ำเงิน เขียวและแดง ใน เขตจังหวัด จันทบุรี-ตราด .....	7
2 กราฟแสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว แต่ยังมีได้เข้าตัว เรือน อัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรระไนและ เครื่องประดับ .....	30
3 กราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าอัญมณีที่เจียรระไนแล้ว แต่ยังมีได้เข้าตัว เรือน อัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรระไนและ เครื่องประดับ .....	31
4 แสดงช่องทางการจำหน่าย .....	38
5 แสดงสัดส่วนการกระจายสินค้าอัญมณีในตลาดสหรัฐปี 2522 .....	53
6 แสดงแผนภูมิการตั้งราคา .....	55
7 แสดงส่วนแบ่งตลาดของ เครื่องประดับประเภทต่าง ๆ ในประเทศฮ่องกง ..	69
8 แสดงแผนภูมิช่องทางการตลาด .....	97