

# การเพิ่มโอกาสการส่งออกสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับไทยสู่ตลาดอาเซียน

โดย : ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการเพิ่มมูลค่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดอาเซียน โอกาส อุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็ง ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดอาเซียน และการกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาดที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยทั้งในด้านการสร้างความร่วมมือเพื่อเสริมจุดแข็ง ขจัดจุดอ่อน การทำตลาดเชิงรุกเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน ตลอดจนการใช้ประโยชน์จาก AEC ในการขยายโอกาสการค้าในตลาดโลก

หากพิจารณามูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยไปยังสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศต่อจำนวนประชากรของสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศของปี 2557 พบว่า ในภาพรวม ประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของไทยมากที่สุด ได้แก่ บรูไน (นำเข้ามูลค่าเฉลี่ย 503.05 บาท/คน) นอกจากนี้หากพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์ พบว่า (ก) เพชร ตลาดที่มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหัวของประชากรในการซื้อเพชรจากไทยมากที่สุด ได้แก่ สิงคโปร์ (ข) พลอยเจียรไน ตลาดที่มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหัวของประชากรในการซื้อพลอยเจียรไนจากไทยมากที่สุด ได้แก่ สิงคโปร์ (ค) เครื่องประดับทอง ตลาดที่มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหัวของประชากรในการซื้อเครื่องประดับทองจากไทยมากที่สุด ได้แก่ บรูไน และ (ง) เครื่องประดับเงิน ตลาดที่มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหัวของประชากรในการซื้อเครื่องประดับเงินจากไทยมากที่สุด ได้แก่ สิงคโปร์



## ความท้าทายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

อาเซียนประกอบด้วย 10 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผู้นำอาเซียนกำหนดสมาชิกอาเซียนทุกประเทศรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ภายในปี 2558 (ค.ศ.2015) เพื่อให้อาเซียนเป็นฐานการผลิตและตลาดเดียว มีความสามารถในการแข่งขัน และสามารถปรับตัวต่อพลวัตเศรษฐกิจการค้าของโลกได้ การรวมตัวเป็น AEC ดังกล่าวก่อให้เกิดความท้าทายต่างๆ ต่อธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่

### 1) การลด/ยกเลิกภาษีการนำเข้าและภาษีส่งออกของ

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ทำให้เกิดผลกระทบทางบวกและลบต่อสินค้าแต่ละประเภทของไทย ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันของสินค้าและผู้ประกอบการไทยในแต่ละสาขาเมื่อเทียบกับต่างประเทศ กลุ่มที่เป็นตลาดการค้าสำคัญในอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย นอกจากนี้ การลดภาษีนำเข้าสินค้าของไทยภายใต้ AEC เป็นการถ่วงจะช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์การนำเข้าวัตถุดิบจากอาเซียนมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตได้โดยลดภาระต้นทุนด้านภาษีลง ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตทองคำและไข่มุกเข้าที่ซี ขณะที่ลาว เวียดนาม เมียนมาร์ และกัมพูชา มีแหล่งวัตถุดิบพลอยสีที่อุดมสมบูรณ์ จึงต้องเร่งให้ผู้ประกอบการในส่วนกลางและภูมิภาคใช้ประโยชน์จาก AEC ในการส่งออกสินค้าสำเร็จรูปและการนำเข้าวัตถุดิบ ตลอดจนการลด/ยกเลิกภาษีการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับยังช่วยเพิ่มศักยภาพของไทยในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับอาเซียน ขณะเดียวกันผู้ประกอบการไทยควรเร่งพัฒนารูปแบบสินค้าและบริหารต้นทุนการผลิตให้มีความเหมาะสมในการส่งออกไปยังตลาดที่มีศักยภาพใน AEC เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งคู่แข่งจากอาเซียน เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย มีพันธกรณีการเปิดตลาดให้ไทยตามกรอบระยะเวลาการลด/ยกเลิกภาษีที่กำหนดไว้ในตารางข้อผูกพันการเปิดตลาดสินค้า

2) การลดอุปสรรคที่ไม่มีใช้ภาษี เช่น การลดข้อจำกัดใบอนุญาตนำเข้าและใบอนุญาตส่งออก ข้อกำหนดการโอนเงินและการชำระเงินระหว่างประเทศ การเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด ระเบียบพิธีการศุลกากร การใช้ระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ของอาเซียน การจัดตั้งระบบบริการแบบเบ็ดเสร็จ การเปิดด่านการค้าใหม่ การใช้ระบบประเมินราคาศุลกากรที่เป็นสากล และการพิจารณาปรับลดข้อจำกัดการกำหนดมูลค่าขั้นต่ำของสินค้าที่จะต้องทำพิธีการศุลกากรจะทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายในภูมิภาคเป็นไปได้โดยสะดวกยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม อาเซียนบางประเทศอาจมีการใช้มาตรการอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าและการลงทุน เช่น มาตรการที่จำกัดการค้าและการลงทุนที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การทำเหมืองทองคำ และมาตรการใช้แรงงานเด็กเพื่อผลิตสินค้า เป็นต้น

3) การปรับมาตรฐานสินค้าและมาตรฐานวิชาชีพให้เป็นรูปแบบเดียวกัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการจัดทำมาตรฐานพลอย ทองคำ เงิน และมาตรฐานวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพนักอัญมณีศาสตร์ เป็นต้น ตลอดจนผู้ผลิตต้องปรับมาตรฐานคุณสมบัติของสินค้าให้สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค อาทิ การทำเครื่องประดับทองคำในประเทศไทยจะนิยมทองคำที่มีมาตรฐานความบริสุทธิ์ที่ 96.5% หรือ 23.16 กระรัต ซึ่งจะได้สีทองที่เหลืองเข้มและมีความแข็งแรงของเนื้อทองพอเหมาะสำหรับนำมาทำเครื่องประดับ ขณะเดียวกันในตลาดอื่นในอาเซียนจะเน้นการใช้ทองคำที่มีความบริสุทธิ์แตกต่างกันไป ทำให้ผู้ผลิตต้องเรียนรู้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับแท้และเทียม

4) การส่งเสริมกว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าและการจัดระเบียบพิธีการทางปฏิบัติภายใต้กฎแหล่งกำเนิดสินค้า เช่น การยอมรับการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตัวผู้ส่งออกเอง (Self Certification) การยอมรับระบบ Back to Back Certificate of Origin เพื่อส่งเสริมให้นำวัตถุดิบภายในอาเซียนมาประกอบรวมกันเพื่อส่งออกไปยังประเทศคู่เจรจาของอาเซียน (เช่น การที่สิงคโปร์นำเข้าเครื่องประดับเงินจากประเทศไทยแล้วส่งต่อไปจำหน่ายยังบรูไนอีกทอดหนึ่งภายใต้สิทธิประโยชน์ ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA) หรือการที่ไทยนำเข้าหยกจากเมียนมาร์มาประกอบเป็นตัวเรือนในไทยแล้วส่งออกไปยังจีนโดยใช้สิทธิประโยชน์ ACFTA โดยให้คนในอาเซียนเป็นผู้จำหน่าย) การยอมรับระบบ Third Party Invoicing เพื่อส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในอาเซียนโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายจากต่างประเทศในการทำการค้า (เช่น การที่ไทยนำเข้าหยกจากเมียนมาร์มาประกอบเป็นตัวเรือนที่ไทยแล้วส่งออกไปยังจีน โดยใช้คนนอกอาเซียนเป็นผู้จำหน่าย เช่น ฮองกง และ ดูไบ เป็นต้น) การส่งเสริมการสะสมถิ่นกำเนิดสินค้า ตลอดจนการ

พยายามปรับกฎถิ่นกำเนิดสินค้าที่แตกต่างกันภายใต้ความตกลงการค้าเสรีฉบับต่างๆ ที่อาเซียนทำกับประเทศต่าง ๆ ให้เป็นแบบอย่างเดียวกัน ซึ่งผลที่เกิดขึ้นทำให้ระบบโครงข่าย Supply Chain ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาคเปลี่ยนแปลงไป

5) การเปิดตลาดการลงทุน การบริการ และการทำงาน โดยการลงทุนอาเซียนเปิดตลาดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนถือหุ้นข้างมากในกิจการได้และให้การคุ้มครองการลงทุนและผู้ลงทุนต่างชาติ โดยในกรณีของไทย ต่างชาติสามารถเข้ามาถือหุ้นข้างมากในกิจการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับได้ ตลอดจนสามารถนำผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร และผู้จัดการต่างชาติเข้ามาทำงานได้ภายใต้กฎระเบียบของกฎหมายไทย ขณะเดียวกันผู้ประกอบการไทยก็สามารถก้าวไปลงทุนทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดอาเซียนได้ โดยประเทศที่ผู้ประกอบการไทยให้ความสนใจมากในการไปลงทุนมักเป็นประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม และกัมพูชา

6) การเรียนรู้ของภาครัฐไทยในการปรับกฎกติกาของไทยให้สอดคล้องกับระบบของอาเซียนเพื่อขจัดความเสียหายของอุตสาหกรรมของไทย เช่น (1) การพิจารณาปรับลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลจากร้อยละ 30 เหลือ 20 เพื่อให้ทัดเทียมกับอาเซียน (2) การปรับลดภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากคริสตัลและอัญมณีบางประเภท ตลอดจน (3) การยกเลิกวีซ่าและการพิจารณาอำนวยความสะดวกแก่นักธุรกิจที่เข้ามาติดต่อการค้าในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศโดยไม่ต้องขอวีซ่าและใบอนุญาตทำงานโดยการออก ASEAN Travel Card for Business Persons เป็นต้น

7) การปรับเทคนิคการตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสการส่งออกในอาเซียน ได้แก่ การทำความเข้าใจกับลักษณะโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการค้าและการบริโภค และการจัดการกลยุทธ์การตลาดการส่งออก

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเพิ่มศักยภาพของไทยในการเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับอาเซียนได้อย่างไร คงต้องมาติดตามช่องทางการจัดจำหน่ายและพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละประเทศในอาเซียนกันต่อ ในฉบับหน้านะคะ

