

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่มุ่งศึกษาถึงมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตราภาษีและกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งแบ่งเป็น ไช่มุก เพชร พลอยสี อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับแท้ (เครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน และ เครื่องประดับแพลทินัม) และ เครื่องประดับเทียม รวมทั้งมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ของประเทศไทยได้ลงนามในข้อตกลงการค้าเสรีไปแล้วได้แก่ จีน ออสเตรเลีย และอินเดีย รวมถึงประเทศที่ไทยกำลังอยู่ระหว่างการเจรจาเพื่อจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอินเดีย รวมทั้งศึกษาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปจำหน่ายยังประเทศจีน ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ อินเดีย เพื่อทราบถึงความได้เปรียบเสียเปรียบสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยอันเป็นผลมาจากการทำข้อตกลงการค้าเสรี ทั้งนี้เพื่อเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของผู้บริหาร/ผู้กำหนดนโยบายสำหรับการกำหนดท่าทีการเจรจาการค้าระหว่างประเทศรวมทั้งให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฯ ได้ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและไม่เสียเปรียบทางการค้า ตลอดจนเพื่อบริการข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ที่ทันสมัยกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ตลาดจนกำหนดเป็นนโยบายการค้าเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันแก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการศึกษาประกอบด้วยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกประเทศ โดยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่นำมาใช้ประกอบการวิจัยเป็นการรวบรวมจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น กรมเจรจาการค้า หอการค้า และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากหอการค้าและสมาคมที่เกี่ยวข้องโดยการสัมภาษณ์และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิผ่านการประชุมหารือ พบปะ รวมถึงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้รับว่ามาตรการใดเข้าข่ายเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใต้

1. มาตรการทางภาษีที่มีผลกระทบต่อการค้า

จากการที่ไทยและประเทศต่างๆ ได้มีการเจรจาหรือลงนามในข้อตกลงทางการค้าระหว่างกัน รวมถึงการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีทางการค้า (Generalized System of Preferences: GSP) ซึ่งปัจจุบัน ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2549 ไทยมีข้อตกลงและสิทธิพิเศษกับคู่ค้าเป้าหมายดังนี้

ไทย - สหรัฐฯ :	GSP
ไทย - ญี่ปุ่น :	GSP
ไทย - อินเดีย :	FTA ไทย - อินเดีย
ไทย - จีน :	FTA ภายใต้อาเซียน - จีน
ไทย - ออสเตรเลีย :	FTA ไทย - ออสเตรเลีย

ทั้งนี้ ภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้าสินค้าไทยไปยังประเทศต่างๆ มีดังนี้

ประเทศ	ภาษีศุลกากร (ร้อยละ)		ภาษีและค่าธรรมเนียมอื่นๆ
	วัตถุดิบ	สำเร็จรูป	
สหรัฐอเมริกา	0-3	0-6.5	- ค่าธรรมเนียมการค้า (Merchandise Processing Fee: MPF) ร้อยละ 0.21 ของราคา F.O.B. โดยคิดอัตราขั้นต่ำ 25 เหรียญสหรัฐ และอัตราสูงสุด 485 เหรียญสหรัฐ (จัดเก็บโดยศุลกากรในแต่ละรัฐ)
ญี่ปุ่น	0	0-2.16	- ภาษี Consumption Tax หรือ ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) อีกร้อยละ 5 ของมูลค่าสินค้านำเข้า
อินเดีย	3.125-12.5	3.125-12.5	- ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) อัตราร้อยละ 12.5 ส่วนเพชร เงิน และทองคำ รวมถึงเครื่องประดับเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 1 - ภาษีเพิ่มเติม/ภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดและตอบโต้การอุดหนุน (Additional / Countervailing Duty (ADDD/CVD)) เก็บเฉพาะสินค้าสำเร็จรูปร้อยละ 15 และเครื่องประดับเทียมร้อยละ 8 - ภาษีสรรพสามิต (Excise Duty) ร้อยละ 8 สำหรับเครื่องประดับเทียม ส่วนเครื่องประดับที่มีตราสินค้า (Brand name) เสียภาษีสรรพสามิตร้อยละ 2 - ภาษีการศึกษา (Education Cess) ร้อยละ 2 ของภาษีทั้งหมดที่คำนวณได้ - ภาษีผ่านแดน (ระหว่างรัฐ) ซึ่งแต่ละรัฐจะมีการจัดเก็บภาษีขึ้นเองเพิ่มเติม ในอัตราร้อยละ 1.0-1.5
จีน	0-20	0-35	- ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ร้อยละ 17 ยกเว้นสินค้าในพิกัด 7108, 7110.1100, 7110.1910, 7110.1990 และ 7110.2910 - ภาษีการบริโภค (Consumption Tax) ร้อยละ 10 สำหรับสินค้าในพิกัด 7101, 7102, 7103, 7104.2010-7104.9099, 7105, 7113.1991-7113.2090 และ 7116 - ค่าธรรมเนียมพิเศษให้กรมศุลกากรร้อยละ 1-3 ของมูลค่าการนำเข้าตาม C.I.F. สำหรับสินค้าที่มีการลดอากรเข้าหรือยกเว้นอากรสำหรับการนำเข้า
ออสเตรเลีย	0	0	- ภาษีสำหรับสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax: GST) ร้อยละ 5

ในส่วนสินค้าประเภทวัตถุดิบจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นและออสเตรเลียไม่ต้องเสียอากรขาเข้า โดยภาพรวมพบว่าสินค้านำเข้าไปยังจีนยังเสียอากรนำเข้าสูงสุดถึงร้อยละ 20 เฉพาะสินค้าประเภทไข่มุก ส่วนวัตถุดิบประเภทอื่นอากรขาเข้าโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3-5 ส่วนการนำเข้าสินค้าไทยไปยังประเทศอินเดียนั้น ปัจจุบันตามเงื่อนไขการลดภาษีได้มีลดภาษีนำเข้าระหว่างกันไปแล้ว 4 รายการ ได้แก่ พลอยก้อน (7103.10) อัญมณีสังเคราะห์ (7104.90) เศษและฝุ่นของเพชร (7105.10) เครื่องประดับทองและโลหะมีค่าอื่นๆ (7113.19) ทำให้ภาษีศุลกากรในการนำเข้าสินค้านี้ดังกล่าวลดลงจากร้อยละ 12.5 เหลือร้อยละ 3.125 ด้านสินค้าสำเร็จรูป พบว่า จีนยังมีกำแพงภาษีที่ค่อนข้างสูง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 35 ยกเว้นสินค้าในกลุ่มเหรียญกษาปณ์ในพิกัด 7118 ที่ได้รับการยกเว้นไม่เก็บภาษีนำเข้า

ทั้งนี้ หากพิจารณามาตรการทางภาษีที่จะกระทบต่อการค้าในภาพรวม พบว่า จีนและอินเดียเป็นประเทศที่มีกำแพงภาษีอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ประเทศทั้งสองยังได้มีการเรียกเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมอื่นๆ อีกหลายรายการ

ส่วนสหรัฐฯ และญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้าอยู่ในระดับต่ำ ส่วนการค้ากับออสเตรเลียนั้น ไม่มีกำแพงภาษีนับตั้งแต่ FTA ระหว่างไทย-ออสเตรเลีย มีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548

2. มาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้

ด้านมาตรการที่มีใช้ภายใต้ โดยการวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าพบว่า ในการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีหรือ FTA (Free Trade Area Agreement) ตามที่นำมาใช้ในการศึกษาซึ่งประเทศไทยได้ลงนามไปแล้ว (รวมทั้งที่จะลงนามในอนาคต ซึ่งผู้ศึกษาได้นำข้อตกลง FTA ที่ประเทศซึ่งใช้ในการศึกษาคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และจีน ทำกับประเทศคู่ค้ารายอื่น มาใช้แทนในการศึกษา เนื่องจากขณะนี้คือ พฤศจิกายน 2549 ข้อมูลเหล่านี้ยังเป็นความลับ) ในการศึกษาครั้งนี้จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้หรือ NTB (Non Tariff Barrier) ที่มีความสำคัญอยู่ด้วยกัน 2 ส่วน คือ บทบัญญัติว่าด้วยอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายใต้หรือ TBT (Technical Barriers to Trade) และกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin) โดยผู้ศึกษาพบว่า ในแต่ละ FTA จะระบุให้กฎเกณฑ์ในเรื่อง TBT ตาม FTA นั้นๆ ต้องเป็นไปตามหรือสอดคล้องกับบทบัญญัติของ WTO โดยอาจมีส่วนที่เพิ่มเติมขึ้นมาบ้าง โดยแต่ละประเทศสมาชิกก็จะมิได้รับผลกระทบจากการทำ FTA นั้นแต่อย่างใด เพราะแต่ละประเทศยังคงต้องปฏิบัติตามพันธกรณีของ WTO เพียงแต่จะมีความร่วมมือกันมากขึ้นระหว่างประเทศคู่สัญญาในเรื่องต่างๆ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้จะมีการนำเสนอเฉพาะรายละเอียดของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าของแต่ละ FTA และกฎหมายภายในประเทศของแต่ละประเทศคู่สัญญา FTA ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- **ข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – สหรัฐอเมริกา** ขณะนี้ (2549) ประเทศไทยยังไม่ได้ลงนามในข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – สหรัฐอเมริกา เนื่องจากยังอยู่ในขั้นตอนการเจรจา ผู้ศึกษาจึงใช้ข้อมูลของ FTA สิงคโปร์-สหรัฐฯ เนื่องจากเป็นแนวทางที่สหรัฐฯจะนำมาใช้กับประเทศในกลุ่ม ASEAN โดยบทบัญญัติใน FTA สิงคโปร์-สหรัฐฯ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ (NTB) ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยคือ CHAPTER 3: RULES OF ORIGIN
- **ข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – ญี่ปุ่น** (พฤศจิกายน 2549) ประเทศไทยยังไม่ได้มีการลงนามในข้อตกลงการค้าเสรีกับญี่ปุ่น ดังนั้น ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาจึงใช้ข้อมูลของข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างสิงคโปร์-ญี่ปุ่น แทน ซึ่งมีเนื้อหาที่ค่อนข้างใกล้เคียงกับข้อตกลงการค้าเสรีที่ประเทศไทยจะกระทำกับญี่ปุ่น แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาจะนำ “ร่าง” FTA ระหว่างไทย-ญี่ปุ่น เท่าที่จะสามารถหาได้มาเทียบเคียงด้วย กฎเกณฑ์ของ FTA ที่เกี่ยวข้องกับการค้าอัญมณีและเครื่องประดับคือ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า ปรากฏอยู่ใน Chapter 3: Rules of Origin ตั้งแต่มาตรา 22 ถึงมาตรา 34
- **ข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – อินเดีย** ปัจจุบัน (2549) ประเทศไทยกับอินเดียยังไม่มีข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – อินเดีย อย่างเต็มรูปแบบ เป็นเพียงการจัดทำกรอบความตกลงเพื่อจะพัฒนาไปสู่การจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคีกันในอนาคต เรียกว่าเป็นทางการว่า “Framework Agreement for the Establishing Free Trade Area between the Republic of India and the Kingdom of Thailand” ซึ่งลงนามเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2003 โดยมีการระบุใน Article 3.6 (ii): Trade in Goods ของ “Framework Agreement” ว่า ในการเจรจาเพื่อจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีกันในอนาคตจะรวมถึงการเจรจาในเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้า (Rules of Origin: ROO) ของสินค้าที่ปรากฏตาม Annex-I: India-Thailand Consolidated List of Items for EHS ซึ่งเป็นสินค้าตาม “Early Harvest Scheme” โดยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับถูกระบุเป็นส่วนหนึ่งของ Annex-I
- **ข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – จีน** ปัจจุบันนี้ (2549) ประเทศไทยยังไม่ได้ทำ FTA ในลักษณะความตกลงทวิภาคีกับจีนเป็นการเฉพาะ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาจาก ASEAN China Free Trade Area หรือ ACFTA โดยกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ของ ACFTA คือกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าซึ่งระบุอยู่ใน Rules of Origin for the ASEAN China Free Trade Area ว่า สินค้าที่จะได้สิทธิพิเศษตาม Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-operation between the Association of Southeast Asian Nations and the People’s Republic of China จะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุอยู่ใน Rules of Origin for the ASEAN China Free Trade Area ซึ่งมีส่วนสำคัญอยู่ 2 ส่วนคือ กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า และกระบวนการในการออกใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

- **ข้อตกลงการค้าเสรี ไทย – ออสเตรเลีย (TAFTA)** ประเทศไทยได้ลงนามในข้อตกลงการค้าเสรีกับออสเตรเลียหรือ TAFTA (Thailand – Australia Free Trade Agreement) เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2547 ที่กรุง Canberra โดยข้อตกลงนี้จะมีผลบังคับใช้หลังครบ 30 วันนับจากวันที่คู่สัญญาแต่ละฝ่ายได้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกันว่า ได้ดำเนินการแก้ไขเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบภายในเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตาม TAFTA นี้แล้ว และ TAFTA จะมีผลบังคับใช้ได้จนกว่าคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้บอกกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรไปยังคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งว่า ต้องการให้ TAFTA นี้สิ้นสุดผลบังคับลง (terminate) ซึ่งจะถือว่า TAFTA นี้สิ้นสุดเมื่อครบกำหนด 12 เดือนนับจากวันที่มีการบอกกล่าว

2.1 การวิเคราะห์ผลกระทบจาก FTA ที่ประเทศไทยทำกับประเทศที่ศึกษา (สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อินเดีย จีนและออสเตรเลีย) ในเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้าของแต่ละ FTA แล้วพบว่า

(1) เนื้อหาส่วนใหญ่จะมีความใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ACFTA, TAFTA และความตกลงระหว่าง ไทย-อินเดีย จะมีเนื้อหาที่คล้ายกัน ส่วนความตกลงระหว่างสหรัฐ-สิงคโปร์และญี่ปุ่น-สิงคโปร์ ก็จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันอีก โดยบทบัญญัติที่ต่างกันออกไปจะเป็นไปตาม “ผลประโยชน์” ของแต่ละประเทศและความสามารถในการต่อรองของประเทศคู่เจรจาเป็นสำคัญ

(2) กฎเกณฑ์เรื่อง Product Specific Rule เกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณี ส่วนใหญ่จะกำหนดไปในทิศทางเดียวกันโดยจะใช้หลัก Substantial Transformation ในระดับ 6 digit (ระดับประเภทย่อยหรือ subheading) ยกเว้นความตกลงการค้าเสรีสหรัฐอเมริกา-สิงคโปร์ ซึ่งกำหนดไว้ในระดับ 4 digit (ระดับประเภทหรือ heading) ซึ่งสินค้าอัญมณีตามประเภท 7113 ของไทย (เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและส่วนประกอบของของดังกล่าวทำด้วยโลหะมีค่า หรือทำด้วยโลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า) อาจไม่สามารถผ่าน Product Specific Rule ข้อนี้ออสเตรเลีย

(3) หลักกฎเกณฑ์ Product Specific Rule ส่วนใหญ่จะกำหนดไปในทิศทางเดียวกันคือ สินค้าจะได้แหล่งกำเนิดต่อเมื่อใช้วัตถุดิบที่ผลิตภายในประเทศภาคีประเทศใดประเทศหนึ่งหรือหลายประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ยกเว้นกรณีของอินเดียที่ Annexure-A: Product Specific Rules กำหนดไว้ที่ร้อยละ 20 รัฐบาลอินเดียเองก็มั่นใจว่าสินค้าเครื่องประดับและอัญมณีของประเทศตนสามารถแข่งขันและส่งออกมายังประเทศไทยได้ค่อนข้างดีเช่นกัน ซึ่งหากสินค้าเครื่องประดับและอัญมณีของประเทศอินเดียมีความสามารถในการแข่งขันสูงจริง ตลาดไทยก็มีโอกาสที่จะถูกสินค้าของประเทศอินเดียแย่งตลาดได้ ส่วนในกรณีญี่ปุ่น-สิงคโปร์ หากมีการนำแนวทางเดียวกันนี้มาใช้กับประเทศไทย ผู้ประกอบการไทยอาจต้องให้ความสำคัญกับประเด็นที่ข้อตกลงให้สิทธิแก่ผู้ผลิตที่มี “ถิ่นที่อยู่” (Located) ในประเทศภาคี ซึ่งหมายความว่า หากผู้ประกอบการญี่ปุ่นมาลงทุนในประเทศไทยหรือผู้ประกอบการไทยไปลงทุนในญี่ปุ่นผู้ประกอบการนั้นก็จำเป็นต้องเป็น “คนชาติ” ของประเทศผู้รับการลงทุนซึ่งสามารถใช้สิทธิพิเศษจากข้อตกลง FTA ได้ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นในหลายๆ ประเทศ และเมื่อ

พิจารณาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการของญี่ปุ่น ผู้ประกอบการไทยอาจไม่สามารถใช้ประโยชน์จากทบัญญัติในส่วนนี้ได้มากนัก

2.2 การวิเคราะห์มาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใน (NTB) ของประเทศที่ศึกษา (สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อินเดีย จีนและออสเตรเลีย) ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งแต่ละประเทศได้กำหนดกฎเกณฑ์ในการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไปตามผลประโยชน์หรือส่วนได้เสียของตนเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จาก

(1) สหรัฐฯ และญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกลอกหลวง หรือการทำให้เกิดความเข้าใจผิดในคุณสมบัติของสินค้า กฎหมายกฏระเบียบในการนำเข้าจึงจะเน้นไปในเรื่องการระบุส่วนประกอบ คุณภาพ และแหล่งกำเนิดของสินค้า โดยสหรัฐอเมริกามีกฏระเบียบและมาตรการทางการค้า สำหรับการนำเข้าและค้าขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับบางประเภท ดังนี้

ก. FTC Guides ซึ่งมีผลบังคับเช่นกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มลรัฐต่างๆจะนำ FTC Guides นี้ไปบัญญัติเป็นกฎหมายภายในของตน (State Law) โดยจะกำหนดว่าผู้ใดละเมิดกฎหมายดังกล่าวจะได้รับโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญา

ข. National Gold and Silver Stamping Act กฎหมายฉบับนี้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการผลิต การขาย และการโฆษณาอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่ง FTC Guides จะกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายโดยรัฐ (civil enforcement by government) ในขณะที่โทษตาม Stamping Act จะมีมากกว่า กล่าวคือ มีทั้งการริบ (forfeiture) การปรับและการจำคุก

ค. The Clean Diamond Trade Act เป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อรับรอง Kimberly Process Certification Schemes (KPCS) ให้เป็นส่วนหนึ่งของกฎหมายสหรัฐฯ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตาม The Clean Diamond Trade Act จะถูกยึดหรือปฏิเสธการนำเข้าส่งออกเพชรที่ยังไม่เจียรระโนนั้นได้ และจะได้รับโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาด้วย ประการสำคัญ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับกับสหรัฐอเมริกาจะต้องมีแสดงเอกสารทางการเงินและสามารถพิสูจน์ให้เห็นได้ว่ากระทำตามกฎหมายการฟอกเงินของสหรัฐอเมริกา

(2) ญี่ปุ่น

ก. ไม่มีกฎหมายฉบับใดที่เป็นข้อจำกัดในการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพียงแต่ Containers และบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้กับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจะต้องปฏิบัติตาม Law for Promotion of Effective Utilization of Resources และ Containers and Packaging Recycling Law ซึ่งบัญญัติเกี่ยวกับการติดฉลาก และวัสดุที่ใช้ซึ่งจะต้องเป็นวัสดุที่ Recycle ได้

ข. ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกระบวนการเกี่ยวกับการนำเสนอของรางวัลที่ปราศจากเหตุผล หรือที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในการซื้อขายสินค้า

ค. Product Liability Law เป็นกฎหมายที่กำหนดความรับผิดชอบของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้าสินค้าในการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้น ในกรณีที่สินค้าก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกายของมนุษย์และทรัพย์สินอันเนื่องมาจากความชำรุดบกพร่องของสินค้า

ง. ปัจจุบัน ญี่ปุ่น ได้สร้างระบบ “Bonding Procedure” ขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิตต่างประเทศ และผู้ซื้อในประเทศญี่ปุ่น ในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับ ภายใต้การดูแลของ Tokyo Customs Office โดยเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อได้ตรวจสอบสินค้าเพื่อพิจารณาเกี่ยวกับการเจียรไน น้ำหนัก ความเสียหาย (หากมี) และผู้ซื้อสามารถนำเข้าเฉพาะสินค้าที่ตนต้องการจริงๆ เท่านั้น และส่งกลับสินค้าที่ไม่ต้องการออกไป

(3) อินเดียจะให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับการค้าขายทองคำและเพชร เนื่องจากอินเดียพยายามที่จะส่งเสริมการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้วยการวางเป้าหมายให้อินเดียเป็นศูนย์กลางการส่งออกอัญมณีและเพชรของโลก ดังนั้น จึงบัญญัติ HANDBOOK OF PROCEDURES ขึ้นมาเพื่อสนับสนุนเป้าหมายดังกล่าว รัฐบาลกลางของอินเดีย (Central Government) ได้ประกาศ Foreign Trade Policy ที่นำมาใช้บังคับระหว่างปี 2547-2552 ตาม Section 5 of The Foreign Trade (Development and Regulation Act), 1992 (No. 22 of 1992) โดย Foreign Trade Policy นี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 กันยายน 2547 ถึง 31 มีนาคม 2552 โดยในการดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายนี้ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ (Director General of Foreign Trade) ได้ออก Handbook of Procedures (Vol.1) และ Handbook of Procedures (Vol.2) และ Schedule of DEPB rates เพื่อให้กระบวนการในการดำเนินการต่างๆตามกฎหมายดังกล่าวมีความสะดวกและโปร่งใสและสอดคล้องกับกระบวนการในการใช้ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ EDI (Electronic Data Interchange) กรณี Hallmarking ของอินเดีย ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการพิจารณาเพื่อการบังคับใช้เต็มรูปแบบ โดย Schemes ดังกล่าวเริ่มมีการนำมาใช้ตั้งแต่ มกราคม 2549 ซึ่งในช่วงแรกนี้จะเป็นการตามความสมัครใจ (Voluntary) และจะนำมาใช้เป็นกฎเกณฑ์ภาคบังคับ (Mandatory) ในวันที่ 1 มกราคม 2551 จึงเป็นกรณีที่ผู้ประกอบการต้องติดตามข้อมูลเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตาม Schemes ดังกล่าว

(4) จีนมีกฎระเบียบที่เข้มงวดมากในการนำเข้าทองคำ เพราะผู้บริโภคจีนมิได้มองว่าทองคำเป็นสินค้าเท่านั้น แต่เป็นสิ่งที่แสดงถึงความมั่งคั่ง ประเด็นที่ประเทศคู่ค้าของจีนจะต้องให้ความสำคัญ คือ การที่จีนมีกฎระเบียบการนำเข้าทองคำที่เข้มงวด และผู้ค้าขายทองคำจะต้องดำเนินการผ่าน PBC (People’s Bank of China) ทั้งสิ้น ซึ่งเป็นอุปสรรคพอควรต่อการประกอบธุรกิจดังกล่าว การที่ประเทศคู่ค้าจะส่งออกเพชรไปยังจีนก็จะต้องเป็นสมาชิกหรือดำเนินการผ่านธุรกิจที่เป็นสมาชิกของ SDE

(Shanghai Diamond Exchange) จึงจะมีสิทธิเข้ามาติดต่อธุรกิจ (deal) เกี่ยวกับการนำเข้า-ส่งออกเพชร และทำธุรกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนใช้สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ SDE จัดหามาให้

(5) กฎระเบียบและพิธีการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศออสเตรเลีย ที่สำคัญ คือ มีการเก็บ GST กับสินค้านำเข้าทุกชนิด โดย GST คือภาษีที่เก็บจากสินค้าและบริการนำเข้า ณ เวลานำเข้าพร้อมกับการเก็บภาษีศุลกากร โดยจัดเก็บในอัตราร้อยละ 10 ของมูลค่าสินค้านำเข้าที่ถูกจัดเก็บภาษีได้ แต่ทอง เงินและแพลทินัมที่ถูกจัดเก็บภาษีนำเข้าในฐานะที่เป็นวัตถุดิบแล้วจะไม่ถูกเก็บ GST หากทอง เงินและแพลทินัมเป็นโลหะมีค่าตามความหมายของ GST

(6) การค้าขายเพชรที่จะเน้นในเรื่อง Kimberly Process Certification โดยเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2545 รัฐบาล 52 ประเทศได้มาร่วมกันลงนามเพื่อจัดตั้งและรับรอง KPC ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการต่อต้านการค้าเพชรโดยผิดกฎหมาย (illegal) เพื่อนำเงินที่ได้จากการค้าไปสนับสนุนการสู้รบ (conflict) ในประเทศแอฟริกาบางประเทศซึ่งเป็นการกระทำที่ขัดต่อมติของสหประชาชาติ (UN Resolutions) ประเทศเหล่านี้ตกลงกันว่า จะยินยอมให้มีการนำเข้าส่งออกเพชรที่ยังไม่เจียรระไน ต่อเมื่อเพชรที่ยังไม่เจียรระไนาดังกล่าวมีการนำเข้าส่งออกระหว่างประเทศที่เข้าร่วมลงนามใน KPCS ซึ่งมีการแนบ Kimberly Process Certification ที่ได้รับการรับรองแล้ว (authorized) เท่านั้น

(7) เมื่อพิจารณาเรื่องมาตรการภาษีจะพบว่า อินเดียมีการเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดและตอบโต้การอุดหนุนกับสินค้านำเข้า ในกรณีนี้ ผู้ศึกษาเห็นว่า เป็นการเก็บภาษีตอบโต้ที่น่าจะขัดต่อกฎเกณฑ์ของ WTO ที่ทั้งอินเดียและประเทศไทยเป็นสมาชิกอยู่ เนื่องจาก WTO กำหนดว่า ก่อนที่จะมีการเก็บภาษีตอบโต้ในลักษณะนี้ ประเทศผู้นำเข้า (คืออินเดีย) จะต้องเปิดการไต่สวน (investigation) ให้ได้รับความก่อนว่า สินค้านำเข้านั้นทำการทุ่มตลาด (หรือได้รับการอุดหนุน) และการทุ่มตลาด (หรือการอุดหนุน) นั้นก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมากต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศผู้นำเข้าซึ่งผลิตสินค้าชนิดเดียวกันกับสินค้านำเข้านั้น และการเก็บภาษีตอบโต้ นั้นจะเก็บได้เป็นการ “ชั่วคราว” เท่านั้น ซึ่งจากข้อมูลที่ศึกษาไม่พบว่าอินเดียได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์นี้ก่อนที่จะมีการเก็บภาษีตอบโต้แต่อย่างใด แต่กลับเก็บภาษีในลักษณะการจัดเก็บตามปกติ (ordinary duty)

(8) กฎระเบียบนำเข้าสินค้าที่ศึกษาในครั้งนี้ทั้งกฎหมายของประเทศที่เป็นรัฐเดี่ยวคือ ญี่ปุ่น และประเทศที่มีลักษณะเป็นสหรัฐ สาธารณรัฐ ซึ่งกฎหมายของประเทศเหล่านี้จะมีทั้งกฎหมายระดับรัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่นซึ่งกฎหมายอาจมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไปได้ในรายละเอียด อาทิเช่น กฎหมายของสหรัฐอเมริกาที่ศึกษาจะเป็นกฎหมายของรัฐบาลกลางหรือ Federal Law แต่เมื่อจะมีการนำเข้าสินค้าไปยังรัฐต่างๆ ของสหรัฐอเมริกา กฎหมายที่ต้องนำมาพิจารณาคือ กฎหมายระดับรัฐหรือ State Law หมายความว่า แม้สินค้านำเข้าจะไปตามหรือสอดคล้องกับ Federal Law แต่อาจประสบปัญหาในการนำเข้าได้ถ้าไม่สอดคล้องกับ State Law

3. การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อินเดีย จีน และออสเตรเลีย

3.1 จุดแข็งของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

(1) คนไทยมีความเชี่ยวชาญด้านการเผาและเจียรไนอัญมณี โดยเฉพาะพลอยสี โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

(2) ไทยมีชื่อเสียงด้านการส่งออกพลอยสี โดยเฉพาะทับทิม และไพฑิณ รวมถึงการได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติตลอดจนการเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสี โดยเฉพาะพลอยเนื้อแข็งที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

(3) ชื่อเสียงของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย อีกทั้งแรงงานที่มีทักษะตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมและสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี ทำให้ดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติย้ายฐานการลงทุนมายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเขตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนอย่างนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี (Gemopolis) เป็นต้น

(4) ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกสินค้าสำเร็จรูป โดยเฉพาะเครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับทอง

(5) แรงงานในอุตสาหกรรมมีทักษะสูง และค่าแรงไม่แพงมาก ทำให้ผู้ผลิตเครื่องประดับย้ายฐานการผลิตมายังไทย

(6) การจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนานาชาติ (Bangkok Gems & Jewellery Fair) ปีละ 2 ครั้ง ช่วงต้นปี (เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม) และปลายปี (เดือนกันยายน) รวมถึงงาน Bangkok Gems & Jewelry Manufacturers Fair ที่จัดขึ้นในช่วงกลางปี (เดือนมิถุนายน) เป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์การเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้อีกหนทางหนึ่ง

(7) เนื่องจากประเทศไทยนับเป็นฐานการผลิต (Manufacturing Base) ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ดังนั้น ในอนาคตน่าจะสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางการค้า (Trading Base) ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกได้

3.2 จุดอ่อนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

(1) ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะบางด้าน เช่น การเจียรไน การผลิตแม่พิมพ์ การขึ้นรูปโลหะ การประกอบตัวเรือน การออกแบบ และการตลาดระหว่างประเทศ

(2) อัตราการจ้างงานของแรงงานในระดับฝีมือและกึ่งฝีมือมีแนวโน้มสูงขึ้นกว่าประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เวียดนาม รวมถึง จีนและอินเดีย

(3) การพึ่งพาสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้ารายสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ และญี่ปุ่น เป็นต้น อาจจะทำให้เกิดความไม่แน่นอนในการขยายมูลค่าการค้า หากประเทศคู่ค้าดังกล่าวงดเว้นการให้สิทธิพิเศษดังกล่าว

(4) ขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอ เช่น เพชรและพลอยก้อน ทองคำ เงิน และแพลทินัมที่ยังมิได้ขึ้นรูป ทำให้ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

(5) ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ยังอยู่ในระดับต่ำ ส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาแรงงานที่มีทักษะ

(6) ผู้ผลิตยังขาดการรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ด้านการผลิตและการตลาดที่ดีพอ

(7) ผู้ประกอบการไทยบางส่วนยังขาดความตระหนักในเรื่องการเปิดเผยข้อมูลที่แท้จริงของการปรับปรุงคุณภาพสินค้า(Disclosure) ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในระยะยาว

(8) ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญต่อการสร้างตราสินค้า

(9) นโยบายด้านการตลาดทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคยังเป็นการตลาดแบบตั้งรับ ขาดการตลาดเชิงรุก

(10) ขาดการประสานงานและร่วมมือกันเชิงบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.3 โอกาสในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

(1) การเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทย-สหรัฐฯ กระตุ้นความสนใจต่อการดำเนินธุรกิจต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม

(2) นโยบายการค้าเป็นไปอย่างโปร่งใส

(3) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐฯ มีการเติบโตอยู่ในระดับดีและมีเสถียรภาพ

(4) การนำเข้าและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับสามารถกระทำได้อย่างสะดวกไม่มีข้อกีดกันใดๆ

3.4 อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา

(1) หลังจากเหตุการณ์ก่อวินาศกรรม 11 กันยายน 2544 ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนขาดความเชื่อมั่น ทำให้ลดการใช้จ่ายในการซื้อฟุ่มเฟือยรวมถึงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับลง

(2) ผลสืบเนื่องจากความหวาดวิตกต่อปัญหาการก่อการร้าย ทำให้รัฐบาลได้ออกกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่อาจจะเกี่ยวข้องหรือมีส่วนสนับสนุนการก่อการร้าย เช่น กฎหมายต่อต้านการการ

ฟอกเงิน (Anti-Money Laundering) ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2549 ซึ่งอาจส่งผลให้การติดต่อซื้อขายทำธุรกิจต้องใช้ออกสารประกอบและมีความซับซ้อนมากขึ้น

- (3) มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศอย่างเคร่งครัด
- (4) ความไม่แน่นอนในการที่จะได้รับการพิจารณาต่ออายุการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) อย่างต่อเนื่อง
- (6) ภาวะการแข่งขันและการที่คู่แข่งรายสำคัญมีความเข้มแข็งและมีบทบาทในตลาดสหรัฐฯ มากขึ้น

3.5 โอกาสในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น

- (1) การเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีกระตุ้นความสนใจต่อการดำเนินธุรกิจต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม
- (2) นโยบายการค้าเป็นไปอย่างโปร่งใส
- (3) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นมีการเติบโตอยู่ในระดับดีและมีความมั่นคง
- (4) อุตสาหกรรมไทยและญี่ปุ่นและมีความร่วมมือกันในการจัดประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการจำหน่ายและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการ Ruby Year 2002 และโครงการ TCP-JCP (Japan Colorstone Promotion)

3.6 อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น

- (1) มีกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด
- (2) ภาวะการแข่งขันภายในประเทศที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้บริโภคที่มีศักยภาพจะนิยมบริโภคสินค้าที่ตราสินค้าหรือแบรนด์เนมในระดับสากล เช่น Cartier, Bulgari และ Gucci เป็นต้น หรือแบรนด์เนมของท้องถิ่นตนเอง
- (3) การพึ่งพาโควต้าสิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) ซึ่งมีรอบระยะเวลาเมษายน-มีนาคมของทุกปี

3.7 โอกาสในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดอินเดีย

- (1) การเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีกระตุ้นความสนใจต่อการดำเนินธุรกิจต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม
- (2) ผลของ FTA ที่มีผลประกาศใช้ในการลดภาษีศุลกากรแล้วในสินค้า 4 รายการ เช่น สินค้าประเภทพลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว น่าจะส่งผลให้สินค้าไทยส่งออกไปอินเดียได้มากขึ้น
- (3) พลเมืองจำนวนมาก และผู้ที่บริโภคที่มีศักยภาพมีเพิ่มขึ้น

3.8 อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดอินเดีย

- (1) อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศที่เข้มแข็ง
- (2) ภาษีการนำเข้าในภาพรวมค่อนข้างสูง
- (3) สินค้าสำเร็จรูปของไทยส่วนใหญ่ไม่ใช่แบบที่อินเดียชื่นชอบ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเครื่องประดับทอง 22 กะรัต สไตล์พื้นเมือง ส่วนผู้บริโภคในระดับบนก็จะนิยมเครื่องประดับที่มีตราสินค้าในระดับสากล

(4) มีหน่วยงานเฉพาะทาง ได้แก่ Gem and Jewellery Export Promotion Council (GJEPC) ที่กำหนดนโยบายและดูแลด้านการค้าและการลงทุนอัญมณีและเครื่องประดับอย่างเบ็ดเสร็จ ทำให้อุตสาหกรรมภายในประเทศมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

3.9 โอกาสในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดจีน

- (1) การเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีกระตุ้นความสนใจต่อการดำเนินธุรกิจต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม
- (2) พลเมืองจำนวนมาก และสัดส่วนผู้มีความสามารถในการบริโภคสินค้าราคาแพงมีสูงขึ้น
- (3) ประวัติศาสตร์จีนมีความเชื่อในเรื่องโชคลางที่ผูกพันกับพลอยสีมาช้านาน

3.10 อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดจีน

- (1) อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศที่เข้มแข็ง
- (2) ภาษีการนำเข้าในภาพรวมยังค่อนข้างอยู่ในระดับสูง
- (3) ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าของจีนบางส่วนยังไม่เป็นสากล และมีความยุ่งยาก บางครั้งเกิดปัญหาในเรื่องเอกสารและในการติดต่อประสานงานที่ต้องใช้ภาษาจีนเป็นหลัก

(4) ค่าจ้างแรงงานของจีนที่ถูกกว่าไทยมาก ทำให้สินค้าจีนที่ผลิตได้มีราคาต่ำกว่า โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพในระดับล่างถึงระดับกลาง ดังนั้น อาจจะเป็นอุปสรรคต่อสินค้าไทยที่ต้องการรุกเข้าไปยังตลาดจีน

(5) ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นับว่าอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับจีนมีพัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านฝีมือและเทคโนโลยีการผลิต

3.11 โอกาสในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดออสเตรเลีย

- (1) การเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีกระตุ้นความสนใจต่อการดำเนินธุรกิจต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อม

(2) ผลจากการเจรจาข้อตกลงเขตการค้าเสรีได้มีผลให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้รับสิทธิยกเว้นภาษีนำเข้าร้อยละ 0 (อากรขาเข้าเท่ากับศูนย์)

(3) นโยบายการค้าเป็นไปอย่างโปร่งใส

(4) ภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตอยู่ในระดับดีและมีความมั่นคง

3.12 อุปสรรคในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังตลาดออสเตรเลีย

(1) มีการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน เกาหลีใต้ ซึ่งน่าจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคต

(2) ประชากรที่ค่อนข้างน้อยและนิยมการแต่งกายด้วยเครื่องประดับหรูหราจำนวนไม่มาก

(3) คำสั่งซื้อสินค้าในแต่ละครั้งจะมีปริมาณที่ไม่สูงนัก

3.13 สรุปในภาพรวม

(1) สำหรับประเทศที่เป็นตลาดอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่อย่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นนั้นมาตรการทางภาษีต่อการนำเข้าสินค้าอยู่ในระดับต่ำ แต่ยังมีข้อกีดกันทางการค้าบางประการ เช่น การที่ต้องสลับเครื่องหมายรับประกันคุณภาพและปริมาณเนื้อโลหะมีค่า รวมถึงกฎหมายการฟอกเงินซึ่งต่อไปน่าจะมึระเบียบและขั้นตอนที่เคร่งครัดมากขึ้น มาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ เช่น ระเบียบห้ามการนำเข้าสินค้าที่ขัดต่อการคุ้มครองพันธุ์พืชและสัตว์ป่าหายาก (CITES)

(2) ประเทศอินเดียนับเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีภาษีศุลกากรรวมถึงค่าธรรมเนียมการนำเข้าค่อนข้างซับซ้อน นอกจากนี้รัฐบาลยังมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการชาวอินเดียให้เกิดความแข็งแกร่งในหลายๆ ด้าน อาทิ มีโครงการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก และการช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้นำเข้าและส่งออกเพชรทั้งในการนำเข้าและการส่งออกโดยผ่านโครงการ Diamond Dollar Account Scheme (DDAS) เป็นต้น ดังนั้นรัฐบาลอินเดียจึงใช้ทั้งมาตรการทางภาษีและมาตรการที่มีใช้ภายใต้ปกป้องอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับภายในประเทศ

(3) ส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังจีนนั้น มีขั้นตอนการนำเข้าสินค้าของเงินในบางส่วนยังไม่เป็นสากล และมีความยุ่งยาก บางครั้งเกิดปัญหาในเรื่องของเอกสารและการติดต่อประสานงานที่ต้องใช้ภาษาจีนเป็นหลัก เป็นต้น นอกจากนี้มาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายใต้ (NTB) ยังต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบหลายขั้นตอน อาทิเช่น การนำเข้าไข่มุก (พิกัด 7101) จะต้องมีใบอนุญาตนำเข้าและผ่านการตรวจสอบจากกรมตรวจสอบโรคสัตว์และพืช สำนักงานกลางกักกันพืชและสัตว์ เป็นต้น

ภาษีศุลกากรที่จีนเรียกเก็บจากสินค้านำเข้ายังอยู่ในอัตราที่สูง โดยเฉพาะสินค้าสำเร็จรูปประเภทเครื่องประดับแท้ที่มีภาษีศุลกากรสูงถึงร้อยละ 35 ทั้งนี้ ภาษีดังกล่าวจะลดลงจนเป็นศูนย์ในปี

2553 ดังนั้น หากต้องการรุกเข้าไปในตลาดจีนในช่วงระยะเวลาปัจจุบัน (ปี 2549) อาจจะพิจารณากระทำ โดยการส่งสินค้าเข้าไปยังฮ่องกงและผ่านกระบวนการผลิตบางส่วนก่อนที่จะส่งไปยังจีนภายใน ข้อตกลง The Mainland and Hong Kong Closer Economic Partnership Arrangement (CEPA) ซึ่งน่าจะ สามารถส่งสินค้าเข้าไปในจีนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

(4) ด้านการค้าระหว่างไทยและออสเตรเลีย ภายหลังจากการลงนามในข้อตกลง FTA ไทย- ออสเตรเลียแล้ว สินค้าที่ได้แหล่งกำเนิดจากไทยสามารถนำเข้าออสเตรเลียโดยได้รับการยกเว้นไม่ต้อง เสียภาษีศุลกากร ส่วนมาตรการทางการค้าที่มีใช้ภายในที่น่าจะกระทบต่อการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับไปยังออสเตรียนั้นไม่น่าจะมีนัยสำคัญ ยกเว้นเพียงข้อจำกัดทางด้านการตลาดและ พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวออสเตรเลียเป็นหลัก

(5) ส่วนปัจจัยภายในประเทศไทยนั้น ในระยะยาวอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดสหรัฐฯ อย่างยั่งยืน โดยไทยต้องพัฒนาให้ อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับมีความแข็งแกร่งมาจากปัจจัยภายในประเทศทั้งในเรื่อง ทักษะของแรงงาน ความสามารถในการเข้าถึงวัตถุดิบ การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงการมี แนวนโยบายและหน่วยงานที่รับผิดชอบอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สามารถทำงานได้ อย่างบูรณาการ ซึ่งจะช่วยให้สามารถผลักดันและดำเนินนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

3.14 ข้อเสนอแนะต่อภาคอุตสาหกรรม

คณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นข้อเสนอแนะต่อภาคอุตสาหกรรมได้ดังนี้

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ผู้รับผิดชอบ
ผู้ประกอบการไทยจำนวนไม่น้อยที่ยังขาดความตระหนักต่อการสลักเครื่องหมายรับประกันคุณภาพและการรับรองค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า (Hallmarking)	- ควรมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับการทำ Hallmarking - สนับสนุนหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการทำ Hallmarking ได้มีบทบาทในการทำงานร่วมกับภาคเอกชนอย่างจริงจัง - ประชาสัมพันธ์ Hallmarking ของสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล	- สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ - สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) - ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรม หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น
ผู้ประกอบการไทยบางส่วนยังขาดความตระหนักในเรื่องการเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพสินค้า (Disclosure) ซึ่งอาจจะ	- ควรมีการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพสินค้า	- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) - สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและ

ปัญหา	แนวทางแก้ไข	ผู้รับผิดชอบ
ส่งผลกระทบต่อการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในระยะยาว	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีการจัดทำมาตรฐานการตรวจสอบและออกใบรับรองเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ - ควรมีการจัดกิจกรรมรณรงค์และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตและค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย 	<p>เครื่องประดับ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรม หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น
การขาดความรู้เท่าทันต่อกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิเช่น กฎระเบียบการนำเข้าและส่งออก และกฎหมายการฟอกเงินของสหรัฐฯ เป็นต้น	<p>ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการรวบรวมข้อมูล ศึกษา วิจัย รวมถึงเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎระเบียบและแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเป็นระบบและทันต่อเหตุการณ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กรมการค้าต่างประเทศ - กรมเจรจาการค้าต่างประเทศ - สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) - สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ - ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรม หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น
ความซับซ้อนของระบบภาษีศุลกากรและธรรมเนียม รวมถึงเอกสารประกอบการนำเข้าไปยังประเทศเป้าหมาย ดังเช่นกรณีของประเทศอินเดีย และจีน	<p>หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติของประเทศคู่ค้าสำคัญ และนำเสนอถึงแนวทางแก้ไขในระดับนโยบาย หากไม่สอดคล้องกับระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติตามหลักสากล</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กรมการค้าต่างประเทศ - กรมเจรจาการค้าต่างประเทศ - กระทรวงการต่างประเทศ
ผู้ประกอบการโดยทั่วไปยังมีความเข้าใจต่อแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสินค้า และการใช้สิทธิประโยชน์ตามข้อตกลง FTA ในวงจำกัด	<p>ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้าและแนวทางการใช้ประโยชน์ทางการค้าตามข้อตกลง FTA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กรมการค้าต่างประเทศ - กรมส่งเสริมการส่งออก - สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) - สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ - ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาอุตสาหกรรม หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น