

บทที่ 7

กลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจ

เครื่องประดับทองคำไทย

ในการวางกลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจเครื่องประดับทองคำไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศนั้น คณะผู้วิจัยได้ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจเครื่องประดับทองคำไทย โดยได้พิจารณากิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจเครื่องประดับทองคำเพื่อศึกษาหาจุดแข็งที่จะสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจเครื่องประดับทองคำไทย ในขณะที่เดียวกันก็ชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นจุดอ่อนในห่วงโซ่คุณค่าซึ่งควรจะพิจารณาแก้ไข เพื่อให้กิจกรรมเหล่านั้นสามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจเครื่องประดับทองคำไทยได้ในโอกาสต่อไป นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้พิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทย ตลอดจนได้มีการประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยใช้ตัวแบบ Diamond และการสรุปประเด็นปัญหาต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำดังปรากฏในบทที่ 6 ของรายงานวิจัยฉบับนี้แล้ว

การวิเคราะห์ต่าง ๆ ข้างต้นของคณะผู้วิจัยได้นำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนงานที่จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้วางวิสัยทัศน์ (Vision) ไว้ดังนี้

“ประเทศไทยเป็นผู้นำการผลิตและการส่งออกเครื่องประดับทองคำที่ได้คุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก”

อนึ่งคณะผู้วิจัยได้กำหนดพันธกิจ (Mission) ไว้ทั้งสิ้น 4 ด้าน เพื่อให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทยสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ข้างต้น โดยพันธกิจดังกล่าวได้แก่

1. พัฒนาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อการขยายตัวของผู้ผลิต
2. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ผลิต
3. ส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์
4. สร้างบทบาทองค์กรที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ชัดเจน และครอบคลุมในทุกด้านของการพัฒนา

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลยุทธ์รวม 5 กลยุทธ์ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยสามารถบรรลุพันธกิจทั้ง 4 ด้าน และวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้ข้างต้น โดยกลยุทธ์ทั้ง 5 ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ

กลยุทธ์ที่ 2 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ผลิต

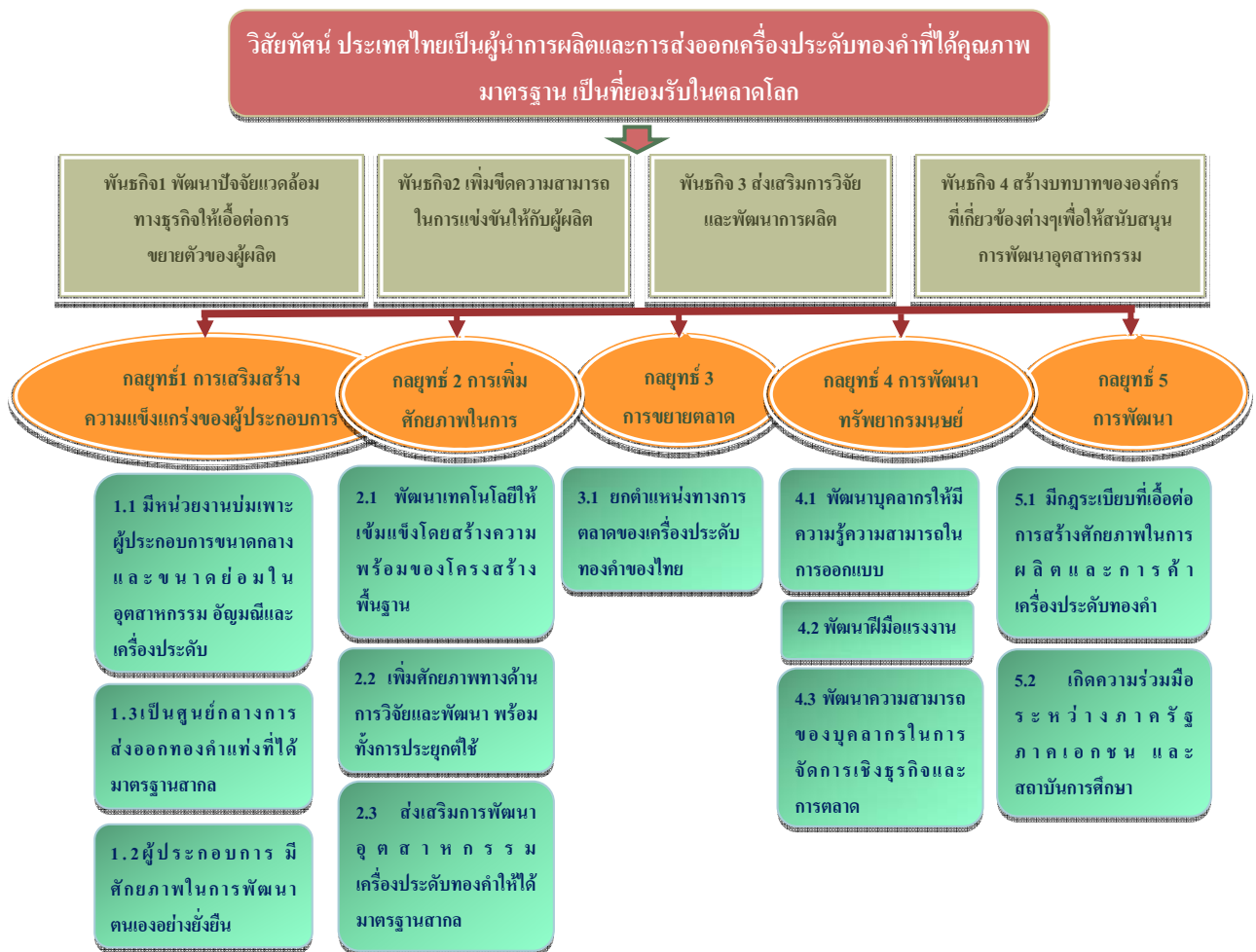
กลยุทธ์ที่ 3 การขยายตลาด

กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

กลยุทธ์ที่ 5 การพัฒนานโยบายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเครื่องประดับทองคำ

ในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ข้างต้น คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแผนงาน และ โครงการต่าง ๆ ที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทยสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอันจะสามารถสรุปได้ตามภาพที่ 7.1 ดังนี้

รูปที่ 7.1 แผนภาพสรุปวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ พันธกิจ แผนงาน และ โครงการ



ที่มา: คณะผู้วิจัย

ในลำดับต่อไปคณะผู้วิจัยจะได้นำเสนอรายละเอียดของกลยุทธ์ แผนงาน และโครงการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทยมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ฯ หากผู้ประกอบการ ฯ มีความแข็งแกร่งแล้ว ก็จะมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรม ฯ สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้ข้างต้นได้ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ในบทที่ 6 ข้างต้น นั้นเราสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยนั้นมักจะต่อสู้ด้วยตนเองมายาวนาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม มีแหล่งที่ตั้งโรงงานที่กระจุกกระจายกันค่อนข้างมาก ขาดความร่วมมือระหว่างกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดระบบการบริหารงานบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้พนักงานขาดการฝึกอบรม ไม่สามารถพัฒนาศักยภาพแรงงาน บางครั้งก็ไม่สามารถเก็บรักษาแรงงานฝีมือไว้กับสถานประกอบการของตนได้ และขาดการบริหารจัดการในโรงงานที่ดี โดยมากระบบการจัดการมักเป็นระบบครอบครัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

นอกเหนือจากปัญหาข้างต้นแล้ว สิ่งที่ยับยั้งความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำที่สำคัญอีกอย่างได้แก่ ความไม่แน่นอน และความไม่เพียงพอของปริมาณวัตถุดิบดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าข้างต้น ดังนั้นในกลยุทธ์ที่ 1 นี้ จึงมีเป้าหมายหลัก 3 เป้าหมายที่จะต้องได้รับการจัดการดูแลเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำของไทย โดยเป้าหมายทั้ง 3 ได้แก่

- 1.1 มีหน่วยงานบ่มเพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
- 1.2 ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน
- 1.3 ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการส่งออกทองคำแท่งที่ได้มาตรฐานสากล โดยเกิดโรงงานที่สามารถสกัดทองคำให้ได้มาตรฐานโลก ที่เรียกว่า LBMA (London Bullion Market Association)

เพื่อให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยสามารถบรรลุเป้าหมายข้างต้นได้ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแผนงานต่าง ๆ ที่จะช่วยให้อุตสาหกรรม ฯ บรรลุเป้าหมายได้ดังต่อไปนี้

แผนงานที่ 1.1 จัดตั้งหน่วยงานบ่มเพาะ SMEs

โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 1.1 และ 1.2)

หลักการและเหตุผล: สืบเนื่องจากปัญหาข้างต้นของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ขาดความร่วมมือระหว่างกัน และขาดระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จึงเห็นควรให้มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs ขึ้น

หน่วยงานที่ทำหน้าที่บ่มเพาะ SMEs แห่งนี้จะทำหน้าที่เสมือนพี่เลี้ยง คอยให้คำแนะนำ และการช่วยเหลือที่เป็นรูปธรรม ให้บริการที่ครบวงจรในด้านต่าง ๆ เช่น การคิดค้นเทคโนโลยีที่สามารถนำไปใช้เชิงพาณิชย์ คำแนะนำด้านเทคนิค ห้องทดลอง/ห้องปฏิบัติการ การบริหารจัดการ การตลาด กฎหมาย การระดมทุน การบัญชี บริการด้านบุคลากร การฝึกอบรม การบริการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรม ฯลฯ

ข้อเสนอในการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะนั้น ได้แนวความคิดมาจากข้อมูลการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะในต่างประเทศ ซึ่งในรายงานการศึกษาฉบับนี้ก็ได้ยกกรณีของประเทศไต้หวันมาเป็นตัวอย่างดังต่อไปนี้

จากการศึกษาข้อมูลของต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรม SMEs ให้เข้มแข็ง ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไต้หวัน ซึ่งครองตำแหน่ง 1 ใน 4 เสือ ของเอเชียเป็นระยะอันยาวนาน ความเจริญของไต้หวันเติบโตขึ้นเป็นอันดับอย่างมั่นคง และประสบความสำเร็จอย่างดีเยี่ยม ผู้ศึกษาขอยกกรณีของไต้หวันเป็นกรณีที่น่าจะศึกษากล่าวคือ การบ่มเพาะ SMEs ของไต้หวัน ปัจจัยแห่งความแข็งแกร่งของไต้หวัน คือ การสนับสนุนอย่างจริงจัง และต่อเนื่องจากภาครัฐ โดยมีการตั้งหน่วยงานบ่มเพาะ SMEs (SMEs Incubator) ขึ้นมาทำหน้าที่เสมือนพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำ และช่วยเหลือที่เป็นรูปธรรมในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม จนมีความเข้มแข็งมีความสามารถแข่งขันด้วยตัวเองได้ ทั้งในตลาดภายใน และตลาดต่างประเทศ โดยศูนย์บ่มเพาะ SMEs ของไต้หวันมีเกือบ 100 แห่ง แบ่งได้เป็น 2 ประเภท

ประเภทแรก ได้แก่ ศูนย์บ่มเพาะฯ ในสังกัดมหาวิทยาลัย เกิดขึ้นจากแนวคิดการนำความรู้ทางวิชาการ ผลงานวิจัยในมหาวิทยาลัยมาต่อยอดประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์

ประเภทที่สอง เป็นศูนย์บ่มเพาะฯ ที่ทำการวิจัย และพัฒนาเฉพาะด้านสำหรับแต่ละประเภทอุตสาหกรรม

โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการสำรวจของศูนย์บ่มเพาะฯ ได้แก่

1. การให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนจากภาครัฐ

2. ความพยายามของภาครัฐในการเสาะหาตลาดด้วยการเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง
3. บริการเฉพาะด้านที่ศูนย์บ่มเพาะฯ อาจจัดให้กับผู้เช่าพื้นที่
4. การบริหารจัดการด้านความสัมพันธ์ต่อลูกค้า

สำหรับประเทศไทยเราเองจากการศึกษาพบว่าเรามีพ.ร.บ.ส่งเสริม SMEs แต่พบว่าไม่มีหน่วยงานใด ทั้งภาครัฐและเอกชนที่รับหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักที่จะส่งเสริม SMEs อย่างชัดเจน จนในปีพ.ศ.2543 เกิดมีพระราชบัญญัติส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย

มาตรา 16 ของพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว กำหนดให้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) ขึ้นเพื่อรองรับการดำเนินงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมถึงการเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริม SMEs และประสานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดย สสว. เริ่มดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2544

นับถึงปัจจุบัน สสว. ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริม และพัฒนา SMEs ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้วรวม 2 ฉบับ

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมฉบับที่ 1 นั้น ครอบคลุมการส่งเสริม SMEs ในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2545 – 2549 ประกอบด้วยยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ในแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 2 ผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2550 ที่ผ่าน มา ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มผลิตภาพ และขีดความสามารถด้านนวัตกรรมของ SMEs
ในภาคการผลิต
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพ และลดผลกระทบในภาคการค้า
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมบริการในการสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริม SMEs ในภูมิภาคและท้องถิ่น
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ

หากเปรียบเทียบของไทยที่ได้เห็นจะเห็นว่ามีความแตกต่างในการที่จะพัฒนา SMEs เหมือนกัน และระยะเวลาเริ่มต้นที่ใกล้เคียงกัน แต่ความต่างก็คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs ของไต้หวันมีการทำเป็นรูปธรรมอย่างจริงจัง และประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องในการพัฒนา SMEs ของไต้หวันมี 3 ยุทธศาสตร์หลัก คือ

1. มุ่งเน้นการให้บริการบ่มเพาะฯ
2. การจัดหาข้อมูล และความรู้ต่างๆ แก่ผู้ประกอบการใหม่
3. การให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่วิสาหกิจ เพื่อเริ่มต้นกิจการ

จนทำให้ปัจจุบันไต้หวันมีศูนย์บ่มเพาะฯ จำนวนทั้งสิ้น 98 แห่ง ในจำนวนนี้ได้รับการสนับสนุนจาก SMEA 79 แห่ง และจากจำนวนศูนย์บ่มเพาะฯ ทั้งหมดนั้น สามารถแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของศูนย์บ่มเพาะฯ ได้ดังนี้ 33 แห่ง เป็นศูนย์บ่มเพาะฯ ที่มีจำกัดประเภทอุตสาหกรรม 32 แห่ง ให้ความสำคัญด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีขั้นสูง 16 แห่ง เน้นบริการการให้ความรู้ และการวางแผน อีก 10 แห่ง เน้นการสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมดั้งเดิม (Innovative Traditional Industries) และ 7 แห่ง ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากการศึกษาเปรียบเทียบจะเห็นว่า สสว.ของไทยโครงการโดยส่วนใหญ่ยังเป็นการพัฒนาที่ไม่ได้ประสบความสำเร็จอย่างจริงจังนัก ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ต้องช่วยตัวเองเป็นอย่างมากไม่มีการพัฒนาเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นแค่แผนยุทธศาสตร์และเมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาลก็จะมักมีการเปลี่ยนผู้ดูแลโครงการความพัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงไม่เกิดขึ้น อยากจะเปรียบเทียบให้เห็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของไต้หวัน ในการที่เกิดเป็นศูนย์บ่มเพาะฯ ระดับชาติ

- **National Taiwan University Innovation and Incubation Center (NTUIC)**

NTUIC ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2540 โดยเป็นศูนย์บ่มเพาะฯ ของมหาวิทยาลัย ต่อมาในปีพ.ศ. 2545 จึงเกิดการร่วมลงทุนระหว่างมหาวิทยาลัย ธนาคาร Venture Capital และภาคเอกชน โดยที่มหาวิทยาลัยถือครองหุ้นร้อยละ 20 ของทั้งหมด และมีจำนวนผู้บริหาร 1 ใน 3 ของผู้บริหาร NTUIC

ปัจจุบันศูนย์บ่มเพาะฯ มีที่มาของรายได้จากสองแหล่งหลัก คือ งบประมาณจากมหาวิทยาลัย และการสร้างรายได้ด้วยตนเองจากผลตอบแทนการลงทุนที่ได้รับจากการถือหุ้นของวิสาหกิจที่ผ่านการบ่มเพาะจากศูนย์บ่มเพาะฯ และรายได้จากการขายสินค้า

ดังนั้น ศูนย์บ่มเพาะฯ ของ NTU จึงเป็นศูนย์บ่มเพาะฯ ของมหาวิทยาลัยเพียงแห่งเดียวในไต้หวันที่แยกตัวออกเป็นอิสระ ในขณะที่ศูนย์บ่มเพาะฯ ของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ต้องอาศัย

งบประมาณจากรัฐบาล NTUIC มีงบประมาณ 4 ล้านเหรียญสหรัฐ สำหรับการลงทุน โดยมุ่งเน้นลงทุนในบริษัทท้องถิ่นที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งแต่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม มีส่วนร่วมในกิจการที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ หรือกิจการที่อยู่ระหว่างการระดมทุน ทั้งยังสร้างเครือข่ายกับ VC เพื่อให้ช่วยระดมกิจการ หรือกลุ่มคนที่มีศักยภาพเพื่อนำมาให้การสนับสนุนต่อไป

ประเทศไต้หวันมีการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะฯ เพื่อพัฒนา SMEs อย่างต่อเนื่อง และประสบผลสำเร็จอย่างยิ่ง โดยใช้ยุทธศาสตร์การช่วยเหลือ โดยฝ่ายรัฐบาลในระยะต้นหลังจากผ่านระยะเวลาไป 1 – 2 ปี ศูนย์บ่มเพาะฯ จะต้องสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ โดยหารายได้มาส่งเสริมตัวเอง จากความสำเร็จของ SMEs ที่ตนเองสนับสนุนอยู่จะต้องสามารถยืนได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องใช้งบประมาณของภาครัฐ ด้วยวิธีนี้จะทำให้เกิดศูนย์บ่มเพาะฯ ลักษณะคล้ายไต้หวัน และเป็นการพัฒนาเป็นระบบ การบริหารจัดการที่ดี เป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวได้ ศูนย์บ่มเพาะฯ ของไต้หวัน เป็นตัวอย่างที่ดีในระดับภูมิภาคที่มีบริษัทเล็ก ๆ เป็นตัวจักรสำคัญของอุตสาหกรรมของประเทศเช่นเดียวกับประเทศไทย แต่ด้วยการดำเนินนโยบายที่ถูกต้อง และจริงจัง ทำให้ศูนย์บ่มเพาะฯ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี สามารถได้รับรางวัลต่าง ๆ จากทั่วโลก เช่น ศูนย์บ่มเพาะฯ ของ ITRI ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีต่อการบ่มเพาะวิสาหกิจ ดังจะเห็นได้จากการได้รับรางวัล Special Award from SMEA, MOEA เมื่อปีพ.ศ.2544 ซึ่งเป็นรางวัลสูงสุดที่ศูนย์บ่มเพาะฯ ของไต้หวันจะได้รับ รวมทั้งรางวัลระดับนานาชาติ อย่าง AABI 2005 Incubator of the year จาก Asian Association of Business Incubator ซึ่งมอบให้กับศูนย์บ่มเพาะฯ ที่ดีที่สุดของเอเชีย และรางวัล NBIA 2006 Randall Whaley Incubator of the year จาก National Business Incubator Association ซึ่งมอบให้กับศูนย์บ่มเพาะฯ ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก

อนึ่งจากการศึกษาทั้งเอกสาร และการดูงานในต่างประเทศ (โปรดดูในภาคผนวก ก-ค) เราจะเห็นได้ว่าประเทศที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำนั้นมักผ่านขบวนการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยยังขาดในส่วนของความต่อเนื่อง อีกทั้งยังขาดในส่วนการคิดในเชิงกลยุทธ์เพื่อทำให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันยิ่งขึ้นในระยะยาว คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่าควรที่จะพิจารณาจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะฝีมือแรงงานช่างทองคำไทยขึ้นมาเพื่อเป็นการทำให้เกิดการพัฒนาและกลยุทธ์ในการส่งออกทองคำรูปพรรณได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ยืมศึกษาคู่มือจากงานวิจัยที่ทำไว้เดิมในเดือน มีนาคม 2550 ในหัวข้อ แผนยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ซึ่งพบว่าในตอนท้ายของผู้ทำการวิจัยในปีพ.ศ.2550 ก็ได้แนะนำแผนกลยุทธ์เพื่อการปฏิบัติโดยแนะนำว่าควรที่จะมีการจัดตั้งสภาอัญมณีและเครื่องประดับไทย อันมีวัตถุประสงค์หลักในการเพิ่มศักยภาพทางการค้าอัญมณี และเครื่องประดับไทยในตลาดโลก อีกทั้งในรายงานฉบับดังกล่าวได้มีการบรรยายละเอียดในการจัดตั้งสภาอัญมณีไว้อย่างครบถ้วน แนวคิดดังกล่าวจึงตรงกันอย่างเหมาะสมกับผลการวิจัย

ในปัจจุบันว่าประเทศไทยยังขาดการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อที่จะมารองรับยุทธศาสตร์การเพิ่มศักยภาพของไทยอย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะใช้ชื่ออะไรก็ตาม เช่น สภาอัญมณีและเครื่องประดับไทย หรือจะเป็นศูนย์บ่มเพาะฯ ที่คณะผู้วิจัยได้เสนอแนะมา คณะผู้วิจัยต้องการชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญในการจัดตั้งซึ่งมีความคิดเห็นตรงกัน หลักสำคัญจะต้องมีทีมในการทำงาน ได้อย่างต่อเนื่องซึ่งไม่น่าจะเป็นฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงอย่างเดียว จุดเริ่มต้นน่าจะเป็นการผสมผสานระหว่าง

- มหาวิทยาลัยที่สามารถให้ความรู้เชิงวิชาการ
- สภาสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งชาติ
- องค์กรที่จัดตั้งขึ้นใหม่ ดังกล่าวแล้วข้างต้น

ไม่ว่าจะใช้ชื่อใดก็ตามเมื่อประกอบ 3 ส่วนแล้วในส่วนของภาครัฐจะเป็นผู้ให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตในแบบยั่งยืนได้ อาทิเช่น ให้การสนับสนุนในช่วงแรกด้านการเงินประมาณ 3 ปี หลังจากนั้นต้องมีหลักการให้องค์กรดังกล่าวสามารถช่วยเหลือต่อเนื่องและหาเงินเข้าสู่องค์กรให้กับตัวเอง และอยู่อย่างยั่งยืนตลอดไป

คณะผู้วิจัยมีความเห็นตรงกันในการตั้งองค์กรขึ้นมารับผิดชอบโดยตรง และอยากจะเห็นการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมมากกว่างานวิจัยที่จะอยู่บนแผ่นกระดาษอย่างเดียว

สรุปได้ว่า หากมีการจัดตั้งให้เกิดศูนย์บ่มเพาะฯ โดยประกอบความช่วยเหลือจาก 3 องค์กร ได้แก่

1. สถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย ให้ความช่วยเหลือในแง่วิชาการและนวัตกรรมใหม่ ๆ
2. สภาสถาบันอัญมณีศาสตร์ เปรียบเสมือนตัวพี่เลี้ยงของศูนย์บ่มเพาะฯ ซึ่งจะทำให้มีแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้อง และชัดเจน และเป็นองค์กรที่จัดตั้งเป็นมหาชนเรียบร้อยแล้วในขบวนการภาครัฐบาล
3. บริษัท SMEs ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีนั้น ๆ โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นบริษัทเดิมที่มีความพร้อมจะพัฒนาต่อไปในอนาคต หรือเป็นบริษัทเกิดใหม่ก็ตาม

ดังนั้น ทั้ง 3 ภาคส่วนด้านบนจะสามารถจัดตั้งขึ้นได้โดยใช้เงินสนับสนุนจากภาครัฐบาลในช่วงต้นเช่นเดียวกับศูนย์บ่มเพาะฯ ของไต้หวัน และจะทำให้เกิดการเจริญยั่งยืน และพัฒนาได้ตลอดไป เพิ่มศักยภาพการแข่งขันในเชิงการส่งออกของไทยให้ทัดเทียมกับทั่วโลกได้ อย่างมีหลักการที่ถูกต้องและเป็นสากลที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกปฏิบัติ และประสบความสำเร็จมาแล้ว

แผนงานที่ 1.2 พัฒนาศักยภาพการส่งออกทองคำแห่งประเทศไทย

โครงการศึกษาความเป็นไปได้และพัฒนาไปสู่การส่งออกทองคำแห่งประเทศไทยไปยังตลาดโลก (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556) (เป้าหมาย 1.3)

หลักการและเหตุผล: สืบเนื่องจากการที่ผู้ประกอบการ ๗ ประสบปัญหาความไม่เพียงพอ/ความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบทองคำที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น การจะทำให้การไหลเข้าของวัตถุดิบทองคำมีความสม่ำเสมอและเพียงพอจักเกิดขึ้นได้หากสามารถทำให้แน่ใจได้ว่าจะมีทองคำไหลเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งเพื่อพิจารณาความจริงที่ว่า ประเทศไทยเองมียอดการเจริญเติบโตของการส่งออกทองคำแท่ง (ทองคำไม่ได้ขึ้นรูป) มียอดถึง 80,000 ล้านบาทในปีพ.ศ.2550 คือ โตกว่า 98 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่กระแส การซื้อ และขายทองคำแท่งยังเป็นไปต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าน่าจะเห็นการส่งออกทองคำแท่งสูงขึ้นได้ และน่าจะสูงขึ้นเป็นหลัก 100,000 ล้านบาทในปีพ.ศ.2552

ผู้วิจัยจึงคิดว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาที่ดี และเป็นสิ่งที่เข้ากับภาวะเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน คือ การส่งเสริมให้เกิดโรงงานที่สามารถสกัดทองคำให้ได้มาตรฐานโลก ที่เรียกว่า LBMA: London Bullion Market Association ซึ่งจะทำการขายทองคำแท่งไปสู่ตลาดโลกได้ราคาด้วย (Valued Aded) เปรียบกับประเทศสวิตเซอร์แลนด์ที่ไม่มีแม้แต่ทองคำในประเทศตัวเอง แต่การที่สวิตเซอร์แลนด์สามารถพัฒนาหน่วยงาน และพัฒนาโรงงานสกัดทองคำให้บริสุทธิ์มีชื่อเสียงอย่างดีไปทั่วโลก จึงทำให้ทองคำเป็นรายได้หลักสำคัญทางหนึ่งของสวิตเซอร์แลนด์ รวมทั้งประเทศไทยเองก็มีการนำเข้าทองคำจากสวิตเซอร์แลนด์สูงเป็นอันดับ 2 ในขณะเดียวกันก็ส่งออกไปประเทศสวิตเซอร์แลนด์สูงถึงเป็นอันดับ 2 เช่นกัน ซึ่งอันดับ 1 เป็นประเทศออสเตรเลีย จะเห็นได้ว่าออสเตรเลียเองมีเหมืองทองคำ และโรงงานที่สามารถสกัดทองคำที่ได้มาตรฐาน คือ Perth mint Brand ทำให้มีการส่งทองคำจากทุกแห่งทั่วโลก ไปสกัดที่ออสเตรเลีย และสวิตเซอร์แลนด์ ดังนั้นถ้าหากไทยได้เห็นความสำคัญของการพัฒนา ซึ่งปัจจุบันมีโรงงานสกัดทองคำได้มาตรฐาน 9999 อยู่แล้ว เพียงแต่พัฒนาให้ได้การยอมรับในระดับโลก ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มรายได้ และลดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะเห็นได้ว่าเราจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการส่งออกทองคำ (ค่าขนส่งออกต่างประเทศ) ปีละ 40 ล้านบาท รวมทั้งเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างต่างประเทศสกัดทองคำให้เป็นทองคำบริสุทธิ์ (999 LBMA) อีกปีละกว่า 100 ล้านบาท

ดังนั้น ถ้าเราศึกษา และพัฒนาอย่างจริงจัง รวมทั้งได้รับแรงผลักดัน หรือส่งเสริมจากรัฐบาลผลักดันให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่สามารถพัฒนา Brand ตัวเองไปสู่ LBMA ได้ นอกจากเราจะไม่ต้องส่งออกไปต่างประเทศ เราอาจจะได้รายได้ในแง่การรับจ้างสกัดอีกด้วยเป็นการเพิ่มรายได้ และลดค่าใช้จ่ายไปได้ในขณะเดียวกัน และสามารถส่งเสริมให้เกิดศูนย์กลางทองคำแท่ง ในประเทศไทย เพื่อภูมิภาคเอเชียอาคเนย์อีกด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การนำวิสัยทัศน์ไปสู่การพัฒนา Brand LBMA น่าจะได้รับการส่งเสริมที่ดี อีกทั้งเป็นการสร้างความมั่นคง (secure) วัตถุดิบ และเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้มากขึ้น ไปอีกจากการพัฒนาตนเองให้เป็นประเทศผู้ส่งออกทองคำแห่ง

อย่างไรก็ตามขั้นตอนการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ส่งออกทองคำที่ได้มาตรฐานโลก เช่น LBMA นั้นก็จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน รัฐบาลอาจต้องสนับสนุนเงินทุน และผู้ผลิต ก็จะต้องสามารถผลิตให้ได้สอดคล้องตามมาตรฐานดังกล่าวด้วย หากสามารถปฏิบัติได้ตามโครงการนี้แล้วก็จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการ ฯ ในด้านของความมั่นคง สม่ำเสมอและเพียงพอของวัตถุดิบทองคำได้

กลยุทธ์ที่ 2 การเพิ่มศักยภาพการผลิต

การเพิ่มศักยภาพการผลิตมีความสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทย จากการศึกษาของคณะผู้วิจัยพบว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตนั้นมีหลายปัจจัย อาทิเช่น การขาดการสนับสนุน อุตสาหกรรม ฯ จากงานวิจัยและพัฒนา กล่าวคือผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักใช้ประสบการณ์ดั้งเดิมของตนเองในการผลิต บ้างก็ผลิตตามคำสั่งซื้อจึงไม่ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา

หนึ่งในส่วนของการวิจัยเองนั้นประเทศไทยยังคงมีการวิจัยและพัฒนาพื้นฐาน (Basic Research) น้อย ซึ่งในต่างประเทศการวิจัยและพัฒนาพื้นฐานเป็นหัวใจของการพัฒนาอุตสาหกรรม เป็นแหล่งในการค้นพบนวัตกรรม วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ แม้ว่าจะมีนักวิจัยในสถาบันการศึกษาให้ความสนใจทำการวิจัยและพัฒนาวัสดุ และเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ฯ ก็ตาม แต่ก็ยังคงขาดความร่วมมือในการกำหนดหัวข้อการวิจัยและการพัฒนา ส่งผลให้ขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาที่นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งในการวิจัยนั้นยังคงเป็นเพียงการวิจัยในระดับห้องปฏิบัติการซึ่งมีขนาดที่แตกต่างจากการผลิตในเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้นผลของการค้นคว้าทดลองที่ได้ผลดีในระดับปฏิบัติการ อาจไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการผลิตขนาดใหญ่เพื่อการพาณิชย์ได้

นอกจากนี้ผู้ประกอบการชาวไทยเองก็ยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากการผลิตส่วนใหญ่ยังคงเน้นการใช้แรงงานฝีมือมากกว่าเครื่องจักร หรือแม้แต่อาจจะใช้เครื่องจักร ผู้ประกอบการเหล่านี้ก็ไม่มีทุนเพียงพอ เนื่องจากในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของทองตู้แดง และทองสุโขทัยนั้นมีการ Outsource ออกไปยังแรงงานรายย่อยซึ่งไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะใช้เครื่องจักรในการทำชิ้นงาน อนึ่งชิ้นงานเครื่องประดับที่ผลิตออกมานั้นอาจมีมาตรฐานที่แตกต่างกันจากการที่แรงงานฝีมือมีทักษะที่ไม่เท่าเทียมกันและขาดการใช้เทคโนโลยี

ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตและหน่วยงานวิจัยของภาครัฐก็ยังคงกลัวที่จะก่อให้เกิดความร่วมมือทางด้านเทคโนโลยีอย่างจริงจัง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบอีกว่าแม้ผู้ประกอบการจะนำเอาเครื่องมือเครื่องจักรเข้ามาใช้แล้ว แต่อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำยังคงขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถเพียงพอในการใช้เครื่องมือเครื่องจักร ตลอดจนการซ่อมบำรุงเครื่องมือเครื่องจักรเหล่านั้น

ดังนั้นในกลยุทธ์ที่ 2 นี้จึงมีเป้าหมายหลัก 3 เป้าหมายที่จะต้องได้รับการจัดการดูแลเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำของไทย โดยเป้าหมายทั้ง 3 ได้แก่

- 2.1 พัฒนาเทคโนโลยีให้เข้มแข็งโดยสร้างความมั่นคงของโครงสร้างพื้นฐาน
- 2.2 เพิ่มศักยภาพทางการวิจัยและพัฒนา พร้อมทั้งการประยุกต์ใช้
- 2.3 ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำให้ได้มาตรฐานสากล

เพื่อให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยสามารถบรรลุเป้าหมายข้างต้นได้ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแผนงานต่าง ๆ ที่จะช่วยให้อุตสาหกรรม ฯ บรรลุเป้าหมายได้ดังต่อไปนี้

แผนงานที่ 2.1 ส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนาร่วมกันระหว่างหน่วยงานเพื่อสร้างเครือข่ายการวิจัย และพัฒนานวัตกรรมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต

โครงการภาครัฐร่วมภาคเอกชนเพื่อผลิตชิ้นงานเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 2.1)

หลักการและเหตุผล: สืบเนื่องมาจากการที่ภาครัฐและภาคเอกชนยังขาดความร่วมมือในการกำหนดหัวข้อการวิจัยและการพัฒนา ส่งผลให้ขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาที่นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเห็นควรให้มีการจัดตั้งโครงการ ฯ ข้างต้นเพื่อให้มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ (สถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัย) และภาคเอกชน (ผู้ประกอบการ) ร่วมกันกำหนดหัวข้องานวิจัย และพัฒนาเพื่อให้เกิดงานวิจัยและพัฒนาที่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้จริง

โครงการจัดสรรทุนจากภาครัฐเพื่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556 โดยมีการให้ทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่องทุกปี) (เป้าหมาย 2.2)

หลักการและเหตุผล: สืบเนื่องมาจากการขาดแคลนการวิจัยและพัฒนาที่นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเห็นควรให้ภาครัฐให้ทุนวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการวิจัยเพื่อพัฒนาเครื่องประดับทองคำโดยเฉพาะเจาะจงเพื่อให้ได้งานวิจัยที่สอดคล้องต้องกันกับความต้องการของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทย

โครงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาพื้นฐาน (Basic Research) (ระยะเวลาดำเนินการ: ปี พ.ศ.2552-2556) (เป้าหมาย 2.1)

หลักการและเหตุผล: งานวิจัยและพัฒนาส่วนมากของประเทศไทยเป็นงานวิจัยและพัฒนาประยุกต์ (Applied Research) แต่ประเทศไทยยังคงขาดแคลนงานวิจัยและพัฒนาพื้นฐานซึ่งจะนำไปสู่การคิดค้นและพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีใหม่ ๆ จึงควรเน้นส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนาพื้นฐานให้มากยิ่งขึ้น

โครงการจัดตั้งโรงงานนำร่องเพื่อรองรับการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยี (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2554) (เป้าหมาย 2.1 และ 2.2)

หลักการและเหตุผล: เนื่องจากผลของการค้นคว้าทดลองที่ได้ผลดีในระดับปฏิบัติการ อาจไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการผลิตขนาดใหญ่เพื่อการพาณิชย์ได้จึงควรมีการจัดตั้งโรงงานนำร่อง (Pilot Plant) เพื่อรองรับการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

แผนงานที่ 2.2 ส่งเสริมการใช้เครื่องมือเครื่องจักรในการผลิตเครื่องประดับทองคำ

โครงการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีการผลิตในสถานประกอบการ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปี พ.ศ.2552-2556 มีการอบรมอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องไป) (เป้าหมาย 2.3)

หลักการและเหตุผล: ผู้ประกอบการชาวไทยเองก็ยังคงขาดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตแรงงานขาดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีตลอดจนขาดความสามารถในการซ่อมบำรุง ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้มีอบรมการใช้ และการซ่อมบำรุงเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับทองคำมากขึ้น

โครงการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาชำระคืนที่จูงใจหากผู้ประกอบการนำเงินทุนไปซื้อเครื่องมือเครื่องจักรเพื่อการผลิต (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 2.3)

หลักการและเหตุผล: ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ๆ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม อีกทั้งในกลุ่มของทองตู้แดง และทองสุโขทัยนั้นมีการ Outsource ออกไปยังแรงงานรายย่อย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ผลิตเหล่านี้เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ไม่มีเงินทุนเพียงพอ และ/หรือไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะนำไปลงทุนซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต ดังนั้นภาครัฐ และสถาบันการเงินควรร่วมกันจัดหา/จัดสรรแหล่งเงินทุนดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อจักได้พัฒนาการผลิตของตนต่อไป

แผนงานที่ 2.3 ส่งเสริมความสำคัญของการใช้มาตรฐานการตรวจสอบและการออกใบรับรองเครื่องประดับทองคำ

หลักการและเหตุผล: เนื่องจากในปัจจุบันนั้นมาตรฐานเครื่องประดับทองคำเป็นมาตรฐานแบบสมัครใจ กอปรกับผู้ประกอบการและผู้บริโภคมักอาศัยสายสัมพันธ์และความไว้เนื้อเชื่อใจประกอบการซื้อขายเครื่องประดับทองคำ มากกว่าการขอหลักฐานใบรับรองเครื่องประดับทองคำ จึงขาดแรงผลักดันให้ผู้ผลิตเข้าสู่มาตรฐาน ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ขาดความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานที่ควรจะเป็นของเครื่องประดับทองคำ ดังนั้น โครงการต่าง ๆ ต่อไปนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคตระหนัก และให้ความสำคัญกับมาตรฐานและใบรับรองเครื่องประดับทองคำ ซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นให้ในท้ายที่สุดผู้ประกอบการจะต้องผลิตชิ้นงานของตนให้ได้ตามมาตรฐาน ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการพัฒนาบทบาทและขีดความสามารถของสถาบันตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าที่มีอยู่ อีกทั้งส่งเสริมบทบาทของหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานและออกใบรับรองเครื่องประดับทองคำ ให้มีมากขึ้นด้วยเพื่อรองรับทั้งการตรวจสอบ และการรับรองที่จะเกิดขึ้นต่อไป อีกทั้งหากสามารถเปลี่ยนแปลงมาตรฐานจากสมัครใจ เป็นมาตรฐานกลางที่ผู้ผลิตทุกรายจำเป็นต้องทำให้ได้ก็จะเป็นการยกระดับมาตรฐานเครื่องประดับทองคำของไทย สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทย ทั้งนี้คณะผู้วิจัยขอเสนอโครงการ 3 โครงการ ภายใต้แผนงานส่งเสริมความสำคัญของการใช้มาตรฐานการตรวจสอบและการออกใบรับรองเครื่องประดับทองคำดังต่อไปนี้

โครงการเสริมสร้างบทบาทของหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานและออกใบรับรองเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2553-2555) (เป้าหมาย 2.3)

โครงการพัฒนาบทบาทและขีดความสามารถของสถาบันตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าที่มีอยู่ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 2.1 และ 2.3)

โครงการรณรงค์ให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักรู้ในมาตรฐานของเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556) (เป้าหมาย 2.3)

แผนงานที่ 2.4 ส่งเสริมศักยภาพในการผลิตผ่านสถาบันการศึกษา

หลักการและเหตุผล: จากการศึกษาของคณะผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและสถาบันการศึกษาในด้านของหลักสูตรการศึกษาที่จะผลิตบุคลากรที่มีความรู้ที่จะช่วยสนับสนุนการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ

โครงการพัฒนาหลักสูตรและสนับสนุนการเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556) (เป้าหมาย 2.1) อาทิเช่น

หลักสูตรด้านโลหะวิทยา วิศวกรรมศาสตร์ การออกแบบเครื่องประดับ ฯลฯ ทั้งนี้ในการพัฒนาหรือริเริ่มเปิดหลักสูตรต่าง ๆ เหล่านี้ในสถาบันการศึกษานั้นควรจักได้มีการหารือกับผู้ที่จะมีส่วนใช้บัณฑิตหรือผู้สำเร็จการศึกษา (ธุรกิจเอกชน) ถึงคุณสมบัติของบัณฑิตหรือผู้สำเร็จการศึกษานั้นพึงประสงค์จากหลักสูตรดังกล่าว

กลยุทธ์ที่ 3 การยกระดับความสามารถทางการตลาด

การยกระดับความสามารถทางการตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวม อย่างไรก็ตามจากการศึกษาของคณะผู้วิจัยพบว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำยังคงขาดการใช้การทำการตลาดเชิงรุก การวิจัยตลาด และการสร้างตราสินค้า อย่างไรก็ตามการที่จะประสบความสำเร็จในการทำการตลาดได้นั้นประเทศไทยยังขาดข้อมูลทางการตลาดที่เพียงพอผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีตราสินค้าของตนเอง ใช้การแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก อีกทั้งยังคงมีผู้ประกอบการจำนวนน้อยซึ่งมักเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีโอกาสได้ทำการตลาดผ่านการแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนานาชาติ อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของไทยยังมิได้มีการใช้ประโยชน์ผ่านช่องทางการขายอิเล็กทรอนิกส์มากเท่าที่ควร

ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ที่ 3 นี้คณะผู้วิจัยจึงมีเป้าหมายได้แก่

3.1 สามารถยกตำแหน่งทางการตลาดของเครื่องประดับทองคำของไทยผ่านแผนงาน และโครงการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

แผนงานที่ 3.1 ส่งเสริมการจัดการตลาดทางการตลาดเชิงรุก

โครงการสร้างระบบฐานข้อมูล และพัฒนางานวิจัยด้านการตลาด งานให้คำปรึกษาด้านเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556)

หลักการและเหตุผล: จากข้อค้นพบข้างต้นของคณะผู้วิจัยที่ว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำยังมีฐานข้อมูล งานวิจัยด้านการตลาด และงานให้คำปรึกษาทางด้านการตลาดเครื่องประดับทองคำไม่เพียงพอ ข้อมูล งานวิจัย และการให้คำปรึกษาเป็นประจักษ์เครื่องนำทางให้แก่ผู้ประกอบการในการรุก และขยายตลาด ตลอดจนสามารถผลิตเครื่องประดับได้สอดคล้องกับอุปสงค์ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศได้ ในปัจจุบันทางสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้สร้างระบบฐานข้อมูล พัฒนางานวิจัยด้านการตลาด และงานให้คำปรึกษาข้างต้นมาโดยตลอด หากบทบาทดังกล่าวได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐก็น่าที่จะส่งผลให้เกิดระบบฐานข้อมูล งานวิจัยด้านการตลาด และงานให้คำปรึกษาที่สามารถครอบคลุมตลาดเครื่องประดับในประเทศต่าง ๆ ที่มีประสิทธิผลสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ก็จักช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมได้

โครงการส่งเสริมความสัมพันธ์กับคู่ค้าในต่างประเทศ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556)

หลักการและเหตุผล: ภาครัฐคงมิสามารถให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนแต่เพียงฝ่ายเดียว ภาคเอกชนควรได้รับการกระตุ้นให้สร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าในต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคงต่อส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่ และอาจขยายส่วนแบ่งตลาดเพิ่มเติมได้ ทั้งนี้การเข้าไปตั้งร้านค้าเองนั้นมีต้นทุนสูง หากสามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าต่างประเทศ ผู้ประกอบการชาวไทยอาจอาศัยช่องทางที่คู่ค้ามี เช่น ร้านค้าเครือข่ายของคู่ค้าเป็นที่กระจายสินค้า และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้กับเครื่องประดับทองคำของไทยได้

โครงการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีการสร้างตราสินค้าของตนเอง (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2555)

หลักการและเหตุผล: เนื่องจากผู้ประกอบการชาวไทยจำนวนมากมักรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ดังนั้นจึงขาดประสบการณ์ในการทำการตลาด ดังนั้นหากสนับสนุนให้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ลักษณะการทำการตลาดก็จะเปลี่ยนไป หากผู้ประกอบการจำนวนมากขึ้นมีตราสินค้าของตนเองนอกจากจะส่งผลต่อการทำการตลาดเชิงรุกที่มากขึ้นแล้ว ตราสินค้ายังจะส่งผลให้ผู้ประกอบการรักษามาตรฐานชิ้นงาน และเกิดความพยายามที่จะผลักดันตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันได้อีกทางหนึ่งด้วย

โครงการสร้างภาพลักษณ์เครื่องประดับทองคำไทย (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556)

หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจต่อภาพลักษณ์ของตนเอง และสิ่งที่ตนสวมใส่ ดังนั้นหากสามารถช่วยกันสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้คนจดจำว่าเครื่องประดับทองคำที่ทำจากประเทศไทย (Made in Thailand) เป็นเครื่องประดับที่มีคุณภาพสูง มีมาตรฐาน สวมใส่สบาย เฉกเช่นเดียวกับที่ผู้บริโภคจดจำภาพลักษณ์ของเครื่องประดับทองคำที่ทำจากประเทศอิตาลี (Made in Italy) ว่าเป็นเครื่องประดับที่สวยงาม มีมาตรฐานสูง ควรค่าแก่การเป็นผู้ครอบครอง ทั้งนี้หากชาวไทยไม่สามารถทำการสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวเองได้ ก็อาจมีความจำเป็นที่จะต้องร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริมการขายจากต่างประเทศ เช่นเดียวกับกรณีของความร่วมมือระหว่างประเทศอิตาลีกับ World Gold Council โดยเป็นความร่วมมือทั้งโดยภาครัฐ และภาคเอกชน

อนึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ควบคู่ไปกับการสร้างภาพลักษณ์ข้างต้น

โครงการส่งเสริมการจัด Roadshow และการจับคู่ทางธุรกิจ โดยมีการให้ข้อมูลเชิงลึกจากภาครัฐก่อนที่จะมีการเข้าสู่ Roadshow และ/หรือการจับคู่ทางธุรกิจ และมีระบบการติดตามประเมินผลของโครงการที่มีประสิทธิภาพ (ระยะเวลาดำเนินการ: จัดอย่างสม่ำเสมอทุกปี)

หลักการและเหตุผล: แม้ว่าในปัจจุบันภาครัฐจักได้มีส่วนช่วยเหลือในการนำผู้ประกอบการไปแสดงสินค้า หรือจับคู่เจรจาธุรกิจแล้วก็ตาม แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็ยังอยากให้ภาครัฐให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับตลาดที่จะเข้าไปรุก คู่ค้าศักยภาพ ตลอดจนลักษณะอุปสงค์ของผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ มากกว่าที่ได้รับในปัจจุบัน และควรมีการติดตามประเมินผล รับทราบปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการประสบ เพื่อแก้ไขปรับปรุงต่อไป เช่นในประเทศอิตาลีนั้น นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการส่งออกทุกนโยบายจะต้องได้รับการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ

โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553)

หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันประเทศพัฒนาแล้วจำนวนมากมีการซื้อขายเครื่องประดับผ่านช่องทางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ แต่ช่องทางดังกล่าวนี้ยังมีผู้ประกอบการชาวไทยจำนวนน้อยมากที่ทำการขายผ่านช่องทางดังกล่าว

แผนงานที่ 3.2 ส่งเสริมการเปิดตลาดใหม่

โครงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทุกขนาดให้มีโอกาสได้เข้าร่วมงานแสดงเครื่องประดับในต่างประเทศ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556 โดยส่งเสริมเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี)

หลักการและเหตุผล: การเดินทางไปเข้าร่วมงานแสดงเครื่องประดับในต่างประเทศนั้น มีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นจึงมักมีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่สามารถเข้าร่วมในงานดังกล่าวสามารถเปิดตลาด และเรียนรู้ลักษณะอุปสงค์ในตลาดนั้น ๆ ได้ ดังนั้นภาครัฐควรจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสเข้าร่วมงาน ทั้งนี้อาจเป็นการสนับสนุนทุนทรัพย์บางส่วน ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็ต้องเข้าใจว่ารัฐคงไม่สามารถสนับสนุนทุนทรัพย์ได้เต็มที่ ดังนั้นผู้ประกอบการควรรวมกลุ่มกัน ไปจัดแสดงในบูธที่ทางรัฐอาจให้การสนับสนุน ทั้งนี้ผู้ประกอบการแต่ละรายจะไม่สามารถนำสินค้าเฉพาะของตนเองไปร่วมได้จำนวนมาก แต่อย่างน้อยก็เป็นโอกาสที่จะได้ไปเปิดตลาด และเรียนรู้แนวโน้มตลาดนั้น ๆ

กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ขั้นตอนที่สำคัญในการผลิตเครื่องประดับทองคำซึ่งประกอบไปด้วยการเผาผลาย การเจียรไน (สำหรับกรณีของเครื่องประดับทองคำที่มีอัญมณีประดับ) การออกแบบ และการขึ้นรูป และการประกอบตัวเรือนนั้นล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับทักษะของแรงงานทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามใน

ปัจจุบันจำนวนช่างฝีมือได้ลดน้อยลง ไม่มีการถ่ายทอดฝีมือให้คนรุ่นต่อไป บ้างก็มีอายุมากขึ้น บ้างก็หันไปทำงานในต่างประเทศซึ่งให้ผลตอบแทนสูงกว่าการทำงานในประเทศไทย ช่างที่มีฝีมือดีเองก็อาจยังไม่สามารถผลิตชิ้นงานได้ตรงความต้องการของตลาด นักออกแบบที่มีอยู่ส่วนมากก็ยังไม่สามารถออกแบบที่สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ ความสามารถในการจัดการและการตลาดของผู้ประกอบการในธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำยังมีน้อยในส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นโครงการที่จะนำเสนอในกลยุทธ์ที่ 4 นี้ ได้กำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 4 ประการดังต่อไปนี้

- 4.1 พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการออกแบบ
- 4.2 พัฒนาฝีมือแรงงาน
- 4.3 พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการจัดการเชิงธุรกิจและการตลาด
- 4.4 พัฒนาสวัสดิการแรงงาน

แผนงานที่ 4.1 จัดการฝึกอบรมให้กับบุคลากรในด้านต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม

หลักการและเหตุผล: จากปัญหาที่คณะผู้วิจัยพบในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่าแรงงานฝีมือเริ่มลดน้อยลง ขาดการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้นจึงเห็นควรเสนอโครงการที่จะช่วยบรรเทาปัญหาข้างต้นจำนวน 3 โครงการได้แก่

โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเฉพาะทางในการทำเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 4.1 4.2 และ 4.3)

โครงการจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมการออกแบบเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 4.2)

โครงการจัดอบรมการพัฒนาฝีมือแรงงาน (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556 โดยจัดการอบรมอย่างเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี) (เป้าหมาย 4.2)

ทั้งนี้โครงการทั้ง 3 ข้างต้นควรมีการร่วมมือกันจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีแรงงานฝีมือที่มีทักษะสูง รวมทั้งช่างทองที่มีฝีมือสูง อาทิเช่น อาจมีการขอความร่วมมือจากวิทยาลัยช่างทองหลวงซึ่งสืบทอดฝีมือการทำเครื่องประดับทองคำที่ประดิษฐ์งดงาม ให้ได้มาถ่ายทอดฝีมือให้แก่ช่างฝีมือรุ่นใหม่

แผนงานที่ 4.2 จัดทำหลักสูตรในสถาบันการศึกษาเพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

หลักการและเหตุผล: จากการสำรวจสถานภาพปัจจุบัน คณะผู้วิจัยพบว่าหลักสูตรการศึกษาในสถาบันการศึกษาทั้งระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษานั้นยังไม่ต้องตรงความประสงค์ของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงเห็นควรเสนอให้มีการร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคเอกชนจัดทำหลักสูตรการศึกษา ดังโครงการต่อไปนี้ (นอกเหนือจากโครงการภายใต้แผนงานที่ 2.4 ภายใต้โครงการสนับสนุนการเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ)

โครงการร่วมภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ และการผลิตเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2554) (เป้าหมาย 4.1 และ 4.2)

โครงการจัดทำหลักสูตรการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น Brand Management และ Luxury Management (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2554) (เป้าหมาย 4.3)

แผนงานที่ 4.3 ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

หลักการและเหตุผล: จากการศึกษาข้างต้นนั้น คณะผู้วิจัยพบว่าประเทศไทยมีบุคลากรที่มีศักยภาพ หากแต่ศักยภาพนั้น ๆ อาจยังมิได้ถูกพัฒนา หรือดึงออกมาใช้อย่างเหมาะสม คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากมีการกระตุ้น และการดึงเอาศักยภาพออกมาจะช่วยส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทย โครงการที่จะช่วยกระตุ้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร มีอาทิเช่น

โครงการประกวดสุดยอดนักออกแบบเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ. 2552-2556 โดยจัดเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี) (เป้าหมาย 4.1)

โครงการจัดประกวดฝีมือแรงงานช่างทองไทย (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2556 โดยจัดเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี) (เป้าหมาย 4.2)

แผนงานที่ 4.4 การรักษาทรัพยากรมนุษย์

หลักการและเหตุผล: สืบเนื่องมาจากการที่แรงงานฝีมือมีจำนวนลดลง โดยส่วนหนึ่งมาจากการที่ค่าตอบแทนไม่จูงใจ จนทำให้แรงงานจำนวนหนึ่งหันไปทำงานในต่างประเทศแทน ดังนั้นการจะแก้ปัญหาได้ก็จำเป็นต้องมีการยกระดับฝีมือแรงงาน และรักษาแรงงานฝีมือไว้กับอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำไทย นอกเหนือจากแนวทางในแผนงานที่ 4.1 ถึง แผนงานที่ 4.3 แล้ว เรายังอาจรักษาทรัพยากรมนุษย์ในส่วนของฝีมือแรงงานผ่านโครงการ 2 โครงการต่อไปนี้

โครงการส่งเสริมให้แรงงานเข้ารับการศึกษาตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 4.2 และ 4.4)

**โครงการส่งเสริมให้สถานประกอบการจ่ายค่าแรงตามมาตรฐานค่าแรง (ระยะเวลา
ดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 4.2 และ 4.4)**

หากสามารถส่งเสริมให้แรงงานเข้ารับการทดสอบดังกล่าวได้ ก็เท่ากับเป็นการจัดชั้นฝีมือ
เพื่อเข้าสู่ระบบค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามฝีมือ เพื่อจูงใจให้แรงงานฝีมือเหล่านั้นคงอยู่กับ
อุตสาหกรรมต่อไป นอกจากนี้หากสามารถส่งเสริมให้สถานประกอบการแต่ละแห่งจ่ายค่าแรงตาม
มาตรฐานค่าแรง หรือสูงกว่ามาตรฐานค่าแรงที่ภาครัฐกำหนด ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสร้างความ
มั่นใจให้แก่แรงงานว่าตนได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรม เหมาะสมกับระดับฝีมือแรง อีกทั้งส่งเสริมให้
แรงงานมุ่งมั่นพัฒนาฝีมือตนเองให้สูงขึ้นเพื่อให้ได้รับค่าแรงตามมาตรฐานที่สูงขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ

แผนงานที่ 4.5 พัฒนาศักยภาพในการจัดการเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการ

หลักการและเหตุผล: ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากยังคงขาดทักษะ
ในการจัดการธุรกิจ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม
ฯ ดังนั้นจึงควรจัดให้มี

**โครงการอบรมพัฒนาทักษะทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.
2552-2556 โดยจัดอบรมเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี) (เป้าหมาย 4.3) ซึ่งสามารถทำควบคู่ไปกับ
โครงการจัดทำหลักสูตรการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น
Brand Management และ Luxury Management ภายใต้แผนงานที่ 4.2**

กลยุทธ์ที่ 5 การพัฒนานโยบายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเครื่องประดับทองคำ

การพัฒนากฎระเบียบให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเครื่องประดับทองคำจะมีส่วนช่วยลด
ต้นทุน ตลอดจนอุปสรรคในการค้าเครื่องประดับทองคำ ทั้งนี้กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องนั้นมีทั้ง
กฎระเบียบภายในประเทศและภายนอกประเทศ ดังนั้นนอกเหนือจากการปรับปรุงกฎระเบียบ
ภายในประเทศแล้ว ภาครัฐก็จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการเจรจาผ่อนปรนกฎระเบียบ ตลอดจน
เจรจากับต่างประเทศเพื่อขยายโอกาสในการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ
นอกจากนั้นนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับนั้นบางครั้งก็ขาดความ
ต่อเนื่องอันเนื่องมาจากการขาดความต่อเนื่องของนโยบายของภาครัฐ ดังนั้นในกลยุทธ์ที่ 5 นี้จึงมี
เป้าหมายหลัก 2 ประการ ได้แก่

- 5.1 มีกฎระเบียบที่เอื้อต่อการสร้างศักยภาพในการผลิตและการค้าเครื่องประดับทองคำ
- 5.2 เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา

แผนงานที่ 5.1 ปรับกฎระเบียบให้เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม เครื่องประดับทองคำ

หลักการและเหตุผล: ในการสำรวจของมูลจากผู้ประกอบการนั้น พบว่าผู้ประกอบการเห็นว่าขั้นตอนพิธีการด้านศุลกากรยังคงมีส่วนเป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าเครื่องประดับทองคำ อีกทั้งยังเห็นว่าการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มวัตถุดิบนั้นเป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าวัตถุดิบ อย่างไรก็ตามการจะยกเลิกภาษีมูลค่าเพิ่มดังกล่าว เป็นเรื่องใหญ่ จึงควรจัดให้มีการศึกษาผลดีผลเสียและความเป็นไปได้ในการยกเลิกภาษีมูลค่าเพิ่มวัตถุดิบ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำเสนอโครงการภายใต้แผนงาน และหลักการและเหตุผลข้างต้นจำนวน 2 โครงการ ได้แก่

โครงการศึกษาและทบทวนความเป็นไปได้ในการกำหนดภาษีมูลค่าเพิ่มวัตถุดิบเป็นศูนย์และ/หรือการยกเว้นเก็บภาษีการนำเข้าสินค้าบางประเภทที่นำเข้ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรม ฯ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 5.1)

โครงการร่วมภาครัฐ และเอกชนเพื่ออำนวยความสะดวก/จัด/ลดทอนขั้นตอน และ/หรือพิธีการใด ๆ ที่ลดทอนขีดความสามารถในการส่งออก (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 5.1)

แผนงานที่ 5.2 จัดตั้งองค์กรกลางทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ วางแผน และติดตามประเมินผลให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

หลักการและเหตุผล: ในปัจจุบันได้มีความพยายามผลักดัน และพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งรวมถึงเครื่องประดับทองคำผ่านหลายองค์กร ซึ่งอาจเกิดความซ้ำซ้อน ขาดการประสานงาน ดังนั้นควรจัดให้มีองค์กรกลางเป็นองค์กรหลักที่จะกำหนดยุทธศาสตร์ วางแผน ติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง จึงเห็นควรเสนอให้มีการจัดทำโครงการภายใต้แผนงานนี้ คือ

โครงการจัดตั้งองค์กรกลางที่จะทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ ตลอดจนติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552) (เป้าหมายที่ 5.2)

แผนงานที่ 5.3 ส่งเสริมการเจรจาต่างประเทศเพื่อขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเครื่องประดับทองคำ

หลักการและเหตุผล: การวิเคราะห์ข้างต้นของคณะผู้วิจัยซึ่งพบว่าปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำของไทยนั้นรวมถึงปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบอันเนื่องมาจากนโยบายภายในของประเทศผู้ส่งออกวัตถุดิบอัญมณี ตลอดจนกฎระเบียบที่นับวันจะเข้มงวดมากยิ่งขึ้นในตลาดส่งออกสำคัญ ดังนั้นควรจัดให้มีการหารือร่วมกันระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อรับทราบถึงกฎ ระเบียบ ตลอดจนปัญหา อุปสรรค และความกังวลของผู้ประกอบการที่เกิดจากนโยบายของภาครัฐทั้งของไทย และของประเทศคู่ค้าสำคัญ และภาครัฐควรจกระงแรงเจรจากับทั้งประเทศผู้ส่งออกวัตถุดิบ และประเทศผู้นำเข้าเพื่อผ่อนปรนกฎระเบียบ ตลอดจนก่อให้เกิดการอำนวยความสะดวกทางการค้าดีขึ้นรวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการรับทราบ และใช้สิทธิ

ประโยชน์อันพึงมีพึงได้จาก การเจรจาการค้าต่าง ๆ ที่รัฐบาลได้ดำเนินการไปแล้ว เช่น ความตกลงเขตการค้าเสรีต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเห็นสมควรนำเสนอโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาข้างต้นจำนวน 3 โครงการได้แก่

โครงการสัมมนาระดมสมองร่วมระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อรับทราบถึงปัญหาอุปสรรค ความกังวลต่าง ๆ อันเกิดจากนโยบายของภาครัฐของไทย และของต่างประเทศ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552) (เป้าหมาย 5.2)

โครงการจัดการเจรจากับประเทศผู้ส่งออกวัตถุดิบ และประเทศผู้นำเข้าเครื่องประดับทองคำที่สำคัญของไทย เพื่อก่อให้เกิดการผ่อนปรนมาตรการที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าวัตถุดิบ และการส่งออกเครื่องประดับทองคำ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552-2553) (เป้าหมาย 5.2)

โครงการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากข้อตกลงทางการค้าต่าง ๆ (ระยะเวลาดำเนินการ: ปีพ.ศ.2552) (เป้าหมาย 5.2)

ตารางที่ 7.1 แผนที่นำทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองคำ ในระยะเวลา 5 ปี

	2552	2553	2554	2555	2556
กลยุทธ์ที่ 1 เสริมสร้างความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการเครื่องประดับทองคำ	โครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs				
กลยุทธ์ที่ 2 การเพิ่มศักยภาพการผลิต	โครงการภาครัฐร่วมภาคเอกชนเพื่อผลิตชิ้นงานเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการจัดสรรทุนจากภาครัฐเพื่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาพื้นฐาน				
	โครงการจัดตั้งโรงงานนำร่องเพื่อรองรับการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยี				
	โครงการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีการผลิตในสถานประกอบการ				
	โครงการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาชำระคืนที่มุ่งใจหากผู้ประกอบการนำเงินทุนไปซื้อเครื่องมือเครื่องจักรเพื่อการผลิต				
	โครงการเสริมสร้างบทบาทของหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานและออกไปรับรองเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการพัฒนาบทบาทและขีดความสามารถของสถาบันตรวจสอบอัญมณีและโลหะมีค่าที่มีอยู่				
	โครงการณรงค์ให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักรู้ในมาตรฐานของเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการสนับสนุนการเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ				

ตารางที่ 7.1 (ต่อ)

	2552	2553	2554	2555	2556
กลยุทธ์ที่ 3 การยกระดับความสามารถทางการตลาด	โครงการสร้างระบบฐานข้อมูล และพัฒนางานวิจัยด้านการตลาด งานให้คำปรึกษาด้านเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการส่งเสริมความสัมพันธ์กับคู่ค้าในต่างประเทศ				
	โครงการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีการสร้างตราสินค้าของตนเอง				
	โครงการสร้างภาพลักษณ์เครื่องประดับทองคำไทย				
	โครงการส่งเสริมการจัด Roadshow และการจับคู่ทางธุรกิจ โดยมีมาให้ข้อมูลเชิงลึกจากภาครัฐก่อนที่จะมีการเข้าสู่ Roadshow				
	และ/หรือการจับคู่ทางธุรกิจ และมีระบบการติดตามประเมินผลของโครงการที่มีประสิทธิภาพ				
	โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์				
	โครงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทุกขนาดให้มีโอกาสได้เข้าร่วมงานแสดงเครื่องประดับในต่างประเทศ				
กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเฉพาะทางในการทำเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมการออกแบบเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการจัดอบรมการพัฒนาฝีมือแรงงาน				
	โครงการร่วมภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการจัดทำหลักสูตรการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น Brand Management และ Luxury Management				

ตารางที่ 7.1 (ต่อ)

	2552	2553	2554	2555	2556
กลยุทธ์ที่ 4 (ต่อ)	โครงการประกวดสุดยอดนักออกแบบเครื่องประดับ				
	โครงการจัดประกวดฝีมือแรงงานช่างทองไทย				
	โครงการส่งเสริมให้แรงงานเข้ารับการทดสอบตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ				
	โครงการส่งเสริมให้สถานประกอบการจ่ายค่าแรงตามมาตรฐานค่าแรง				
	โครงการอบรมพัฒนาทักษะทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ				
116 กลยุทธ์ที่ 5 การพัฒนานโยบายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจเครื่องประดับทองคำ	โครงการศึกษาและทบทวนความเป็นไปได้ในการกำหนดภาษีมูลค่าเพิ่มวัตถุดิบเป็นศูนย์ และ/หรือการยกเว้นแก่ภานำเข้าสินค้าบางประเภทที่นำเข้ามาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมฯ				
	โครงการร่วมภาครัฐ และเอกชนเพื่ออำนวยความสะดวก/จัด/ลดทอนขั้นตอน และ/หรือพิธีการใดๆ ที่ลดทอนขีดความสามารถในการส่งออก				
	โครงการจัดตั้งองค์กรกลางที่จะทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ ตลอดจนติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง				
	โครงการสัมมนาระดมสมองร่วมระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อรับทราบถึงปัญหา อุปสรรค ความกังวลต่างๆ อันเกิดจากนโยบายของภาครัฐของไทย และของต่างประเทศ				
	โครงการจัดการเจรจากับประเทศผู้ส่งออกวัตถุดิบ และประเทศผู้นำเข้าเครื่องประดับทองคำที่สำคัญของไทย เพื่อก่อให้เกิดการผ่อนปรนมาตรการที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าวัตถุดิบและการส่งออกเครื่องประดับทองคำ				
	โครงการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับจากข้อตกลงทางการค้าต่างๆ				