

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติ ที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

Feasibility Study of Establishing Diamond and Gemstone Bourse in Thailand

จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา¹ และ วชิระ บุญยเนตร²

Chackrit Duangphastra¹, and Wachira Boonyanet²

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Chulalongkorn Business School, Chulalongkorn University, Thailand

E-mail: chackrit@cbs.chula.ac.th

Received January 7, 2024; Revised January 29, 2024; Accepted February 22, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาเงื่อนไขสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการจัดการตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติอย่างเป็นระบบ 2) ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย และ 3) แนวทางการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้การเก็บข้อมูลภาคสนามในประเทศไทยและต่างประเทศ และการระดมความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน

ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในเขตบางรัก โดยการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งตรงที่มีการให้บริการค้าเพชรและพลอยที่ได้รับการรับรองและสามารถพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ มีการจัดประมูลอัญมณีภายใต้ระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด สินค้าที่ผ่านเข้าออกมีจดบันทึก ชำระภาษี โอนเงินอย่างถูกต้อง และเป็นการค้าที่อยู่ในระบบธรรมาภิบาล ตลอดจนมีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการอำนวยความสะดวกทางการค้าตั้งอยู่ในตลาด รายได้จากการจัดการตลาดได้มาจากค่าธรรมเนียมที่เก็บจากสมาชิก ค่าธรรมเนียมนายหน้าจัดประมูลเพชรและรัตนชาติ การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยการขับเคลื่อนการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทยต้องได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์และสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้; ตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ; เพชร; รัตนชาติ

Abstract

This article aimed to: 1) study significant conditions impacting the operations of the organized market and the best practices of various countries in managing diamond and gemstone bourses. 2) conduct a feasibility study of establishing diamond and gemstone bourses in Thailand, and 3) propose a driving plan to develop diamond and gemstone bourses in Thailand. This research used qualitative methods and content analysis by collecting data from field surveys in Thailand and overseas and arranging focus groups comprising representatives from relevant private and public sectors to obtain a common conclusion.

The research result found that Thailand has great potential to develop the diamond bourse, especially in Bangrak District, by differentiating itself from other bourses by offering trading of certified and origin-proven diamond and colored stones, arranging auctions in controlled security systems, recording incoming and outgoing tradable products, and taxing properly remitting them, and having good governance, as well as having government agencies related to trading and trade facilitation stationed in the established bourse. Revenues earned from managing bourses are generated from membership fees, commission fees from diamond and gemstone auctions, training, and other marketing promotion activities. Driving the establishment of diamond and gemstone bourses in Thailand requires the support of the Ministry of Commerce and the World Federation of Diamond Bourses.

Keywords: Feasibility Study; Bourse; Diamond; Gemstone

บทนำ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง โดยจากสถิติข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกมากเป็นอันดับ 3 ของสินค้าส่งออกทั้งหมดของไทย มีมูลค่าเฉลี่ยการส่งออกตั้งแต่ปี 2563 ถึง 2566 รวม 467,682 ล้านบาทต่อปี ที่ผ่านมารัฐบาลไทยมีมาตรการสนับสนุนให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกด้วยมาตรการต่าง ๆ อาทิ การยกเว้นอากรขาเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ การยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับการซื้อขาย การยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานอัญมณีและเครื่องประดับ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในย่านการค้าอัญมณีในส่วนกลางและภูมิภาค เป็นต้น (Gem and Jewelry Institute of Thailand, 2022)

การค้าอัญมณีในตลาดโลกมีการดำเนินการได้ 2 รูปแบบใหญ่ ๆ ได้แก่ (1) การค้าผ่านตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Bourse หรือ Organized Market) โดยมีการขึ้นทะเบียนผู้ขายและผู้ซื้อในตลาด มีการเสียภาษีการซื้อขายอย่างถูกต้อง มีห้องปฏิบัติการตรวจสอบคุณภาพและตรวจรับรองอัญมณีและเครื่องประดับ และ (2) การค้าผ่านตลาดการค้าที่ไม่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Unorganized Market) คล้ายย่านการค้า ตลาดซื้อขายออนไลน์ ที่ไม่มีการขึ้นทะเบียนผู้ขาย ผู้ซื้อ สินค้าที่นำมาซื้อขายไม่มีการตรวจรับรองคุณภาพ การค้าขายผ่านพ่อค้าเร่และร้านค้าที่มีทั้งเสียภาษีอย่างถูกต้องและหลบเลี่ยงการเสียภาษี อาทิ ย่านการค้าพลอยจันทบุรี ย่านการค้าพลอยแม่สอด

นานาประเทศที่เป็นผู้นำของโลกด้านการค้าเพชรและรัตนชาติ อาทิ อิสราเอล เบลเยียม สหราชอาณาจักร ฮองกง สหรัฐอเมริกา แคนาดา และอินเดีย (Balubhai & Padhaya, 2015; Gorokhov et al., 2015; Richman, 2006; Vanneste, 2016; Vries-Brouwers, 1973) ได้มีตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) เพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจรในการซื้อขายอัญมณีสำหรับสมาชิกที่เป็นผู้นำเข้า ส่งออก ผู้ผลิต และนายหน้าที่ทำหน้าที่ส่งเสริมให้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณีผ่านการตรวจรับรองและสามารถพิสูจน์แหล่งกำเนิดได้ เสียภาษีถูกต้อง และปราศจากการค้าที่เชื่อมโยงกับการฟอกเงิน ขณะที่ในภูมิภาคอินโดจีนยังไม่มีตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบและน่าเชื่อถือ ส่งผลให้มีการค้าอัญมณีที่มีความเชื่อถือได้น้อยกว่าเมื่อเทียบกับการค้าอัญมณีภายในตลาดที่เป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลไทยที่ต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก จึงจำเป็นต้องยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าอัญมณีและมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย เพื่อช่วยสร้างรายได้จากการค้าอัญมณีที่เกิดขึ้นในประเทศไทยให้มากขึ้น สร้างความมั่นคงด้านการมีวัตถุดิบอัญมณีเพียงพอเพื่อป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมเครื่องประดับ และช่วยยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเงื่อนไขสำคัญที่มีผลกระทบต่อการทำงานตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการดำเนินงานตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย

3. เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ

การทบทวนวรรณกรรม

ตลาดสามารถจัดแบ่งได้ตามเกณฑ์ต่าง ๆ โดยหากใช้เกณฑ์การจัดแบ่งตามลักษณะการแข่งขัน สามารถแบ่งตลาดเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (ก) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมาก ปริมาณการซื้อขายของผู้ขายแต่ละรายเทียบกับปริมาณซื้อขายโดยรวมมีสัดส่วนน้อยมาก ไม่มีผู้ซื้อผู้ขายรายใดมีอิทธิพลกำหนดราคาแต่เพียงผู้เดียว ไม่มีการกีดกันการเข้ามาของธุรกิจรายใหม่ ตลอดจนผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้ของสภาพตลาดเป็นอย่างดี (ข) ตลาดผูกขาด เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อไม่กี่รายแต่มีผู้ขายเพียงรายเดียว ผู้ขายมีอำนาจสูงมากในการกำหนดราคา เนื่องจากผู้ขายรายอื่นไม่สามารถเข้ามาทำธุรกิจแข่งขันได้ด้วยหลายสาเหตุ อาทิ การได้รับสัมปทานผูกขาด การใช้เงินทุนมหาศาลในการลงทุน และการใช้เทคโนโลยีสูงมาก (ค) ตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นตลาดที่มีผู้ขายน้อยรายและการกำหนดราคาขายต้องขึ้นอยู่กับรายอื่น ๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายมีลักษณะคล้ายกัน ตลอดจนการเข้าสู่ตลาดของผู้ขายรายใหม่เข้ามาได้ยาก และ (ง) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก แต่ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายอาจมีมาตรฐานแตกต่างกัน การเข้าสู่ตลาดทำได้ง่าย และผู้ซื้อแต่ละรายมีความขึ้นช้อบผลิตภัณฑ์ของผู้ขายแต่ละรายไม่เหมือนกัน โดยกรณีตลาดซื้อขายอัญมณีจัดเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Srisurin et al., 2016)

หากใช้เกณฑ์การจัดแบ่งตามประเภทผู้ซื้อ สามารถแบ่งตลาดเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (ก) ตลาดผู้บริโภค เป็นตลาดที่ผู้บริโภคทั่วไปเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปบริโภคในครัวเรือน ไม่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ (ข) ตลาดองค์กรธุรกิจ เป็นตลาดที่มีองค์กรธุรกิจเป็นผู้ซื้อเพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อหรือนำไปแปรรูปเพื่อจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง และ (ค) ตลาดรัฐบาล เป็นตลาดที่มีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ซื้อและการขายผลิตภัณฑ์มักจำกัดเฉพาะลูกค้าที่เป็นหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น (Kotler & Armstrong, 2021) โดยกรณีตลาดซื้อขายอัญมณีที่เป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบจัดเป็นตลาดองค์กรธุรกิจ เนื่องจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์มักเป็นองค์กรธุรกิจหรือพ่อค้าที่นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อหรือผลิตเป็นเครื่องประดับอีกทอดหนึ่ง

หากใช้เกณฑ์การจัดแบ่งตลาดตามการดำเนินการจัดจำหน่ายของผู้ขาย สามารถแบ่งตลาดเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (ก) ตลาดกลาง เป็นตลาดที่รวมของผู้ขายจำนวนมากเพื่อซื้อขายผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งหรือหลายผลิตภัณฑ์ก็ตามด้วยการตกลงราคาหรือประมูลราคาอย่างเปิดเผยและมีกฎระเบียบชัดเจนที่ผู้ซื้อและผู้ขายต้องปฏิบัติตาม (ข) ตลาดขายส่ง เป็นตลาดที่มีการขายผลิตภัณฑ์คราวละมาก ๆ โดยจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลางเพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อให้ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง และ (ค) ตลาดขายปลีก เป็นตลาดที่มีการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคทั่วไปหรือครัวเรือน โดยตรง

(Banerji, 2020) โดยกรณีตลาดซื้อขายอัญมณีที่เป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบจัดเป็นตลาดกลาง

หากใช้เกณฑ์การจัดแบ่งตามสภาพทางกายภาพ สามารถแบ่งตลาดเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (ก) ตลาดที่มีการซื้อขายภายในอาคารหรือสถานที่ที่กำหนด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและมีสถานที่สำหรับเจรจาซื้อขาย และ (ข) ตลาดที่มีการซื้อขายออนไลน์หรือตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (McFadyen, 2021) โดยมีแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นตลาดกลางในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า โดยกรณีตลาดซื้อขายอัญมณีที่เป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบจัดเป็นตลาดที่มีการซื้อขายภายในอาคารหรือสถานที่ที่กำหนด เนื่องจากผู้ซื้อและผู้ขาย ต้องทำการตรวจสอบใบรับรองหรือคุณสมบัติของอัญมณีก่อนตกลงซื้อขาย

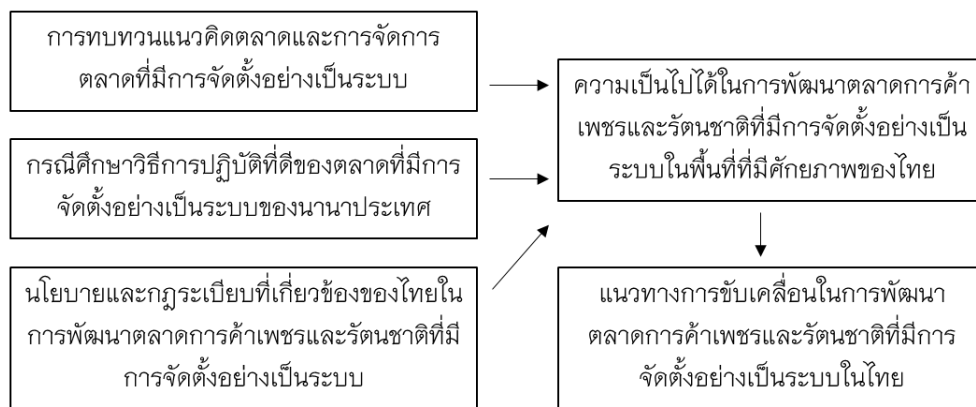
หากใช้เกณฑ์จัดแบ่งตามความเป็นระเบียบ สามารถแบ่งตลาดเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (ก) ตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Organized Market หรือ Bourse) เป็นตลาดที่รวบรวมผู้ซื้อ ผู้ขาย นายหน้า ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในสถานที่เดียวกันภายใต้การบริหารของผู้จัดการตลาด มีกฎกติกา การเข้าเป็นสมาชิก มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการซื้อขาย กำหนดให้สมาชิกตลาดเท่านั้นที่สามารถซื้อขายผลิตภัณฑ์ได้ และมีการเสียภาษีในการซื้อขายอย่างถูกต้อง อาทิ ตลาดซื้อขายอัญมณีที่เป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) และ (ข) ตลาดที่ไม่ได้มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Unorganized Market) เป็นตลาดที่ผู้ซื้อ ผู้ขาย และบุคคลทั่วไปสามารถเข้ามาในพื้นที่ตลาดเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้ ไม่มีการขึ้นทะเบียนผู้เข้ามาซื้อขาย มีทั้งการเสียภาษีและการหลบเลี่ยงภาษีจากการซื้อขาย อาทิ ย่านการค้า และ ตลาดนัด เป็นต้น (Brunsson & Jutterstrom, 2018)

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม ทำให้ทราบลักษณะของตลาดตามทฤษฎีและลักษณะตลาดของตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถสรุปได้ตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบจัดเป็นตลาดที่มีลักษณะร่วมกันดังนี้ (ก) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (ข) ตลาดองค์กรธุรกิจ (ค) ตลาดกลาง (ง) ตลาดที่มีการซื้อขายภายในอาคารหรือสถานที่ที่กำหนด และ (จ) ตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยจากแนวคิดตลาดและการจัดการตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการปรับใช้แนวคิดดังกล่าวกับการนำเพชรและรัตนชาติเข้ามาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการซื้อขายในตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ หลังจากนั้นทำการศึกษาข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการตลาดเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งในนานาประเทศเพื่อศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีเพื่อนำมาพิจารณาปรับใช้กับไทย ตลอดจนศึกษา

นโยบายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของไทยในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร ถัดมาเป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร ที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในพื้นที่ที่มีศักยภาพของไทย ครอบคลุมทั้งการประเมินพื้นที่ที่มีศักยภาพในไทย ผลิตภัณฑ์บริการที่ตลาดนำเสนอ และการประเมินผลตอบแทนทางการเงิน ความเสี่ยง ตลอดจนเสนอแนะแนวทางของภาครัฐและภาคเอกชนในการขับเคลื่อนตลาดการค้าเพชร ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานการค้าที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้กรอบระยะเวลา 6 เดือนตั้งแต่ ธันวาคม 2565 – พฤษภาคม 2566 มีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

1) การสังเคราะห์องค์ความรู้ที่มีอยู่แล้ว โดยการรวบรวมเอกสารทางวิชาการ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาด ตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ และตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการจัดตั้งและการดำเนินการตลาด

2) การวิจัยภาคสนาม (Field Survey) ด้วยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติของต่างประเทศด้วยแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายเปิดครอบคลุมประเด็นเรื่องรูปแบบธุรกิจ ผลิตภัณฑ์บริการที่เสนอ โครงสร้างองค์กร ผลตอบแทนทางการเงิน ปัจจัยแห่งความสำเร็จและปัจจัยเสี่ยง ตลอดจนการสังเกตการณ์ปฏิบัติงานในตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติของต่างประเทศ เพื่อถอดบทเรียนความสำเร็จและความท้าทายในการพัฒนาตลาด โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจงของผู้บริหารตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติ ที่เป็นสมาชิกของสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก (World Federation of Diamond Bourse) และเป็นตัวแทนตลาดการค้าเพชร ในแต่ละภูมิภาค

ของโลก ได้แก่ อิสราเอล (ตัวแทนภูมิภาคตะวันออก) ฮองกง (ตัวแทนภูมิภาคเอเชียตะวันออก) อินเดีย (ตัวแทนภูมิภาคเอเชียใต้) และเบลเยียม (ตัวแทนภูมิภาคยุโรป) ศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีเพื่อนำมาพิจารณาปรับใช้กับไทย

3) ประเมินความเป็นไปได้ของพื้นที่ที่มีศักยภาพในไทย และคัดเลือกพื้นที่เป้าหมาย อย่างน้อย 1 แห่งในไทย เพื่อพัฒนาเป็นตลาดการค้าเพชร เพื่อเสนอเป็นโครงการนำร่อง โดยใช้วิธีการให้คะแนนปัจจัย (Factor Rating) อาศัยข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในการค้าอัญมณี จำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นผู้แทนสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ที่มีประสบการณ์ค้าพลอยสีและเพชรในประเทศและต่างประเทศ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 15 ปี และเคยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทยและต่างประเทศ เพื่อพิจารณาปัจจัยที่สำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ใส่น้ำหนักตามความสำคัญ ตลอดจนสำรวจความพร้อมด้านต่าง ๆ จากพื้นที่ที่มีศักยภาพ จากนั้นมีการประเมินความเป็นไปได้ทางการตลาด รูปแบบธุรกิจ การบริหารองค์กร การประเมินผลตอบแทนทางการเงินและความเสี่ยงในการดำเนินงาน

4) จัดทำแนวทางการขับเคลื่อน โดยการจัดการประชุมระดมความคิดเห็น ณ กรุงเทพฯ โดยประกอบด้วยผู้แทนภาคเอกชนที่เป็นผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 25 ราย ผู้แทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 10 ราย และภาควิชาการ จำนวน 5 ราย รวมทั้งหมด 40 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล หาทบทวนงานวิจัย และการนำไปขับเคลื่อน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า เงื่อนไขสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Organized Market) ประกอบด้วยปัจจัย 2 ด้าน ได้แก่

1) **ปัจจัยภายใน** ประกอบด้วย (ก) ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานตลาด โดยต้องมีความชัดเจนของวัตถุประสงค์การดำเนินงาน แผนธุรกิจ และแผนงบประมาณ (ข) ธรรมเนียมในการบริหาร โดยคณะผู้บริหารต้องมีความสามารถในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ มีการสื่อสารกับสมาชิกตลาด มีความหลากหลายของกรรมการที่เข้ามาทำหน้าที่คณะกรรมการบริหาร อาทิ กรรมการที่เป็นตัวแทนผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้แทนสถาบันการเงิน ผู้แทนสถานที่เก็บสินค้า และผู้แทนภาครัฐ (ค) มีระบบการค้าและการชำระบัญชีระหว่างสมาชิกที่มีประสิทธิภาพ (ง) มีการบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเคร่งครัด โปร่งใส และผู้บริหารตลาดสามารถทำหน้าที่หรือประสานให้มีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างสมาชิกได้ และ (จ) มีการกำหนดมาตรฐานหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาทำการซื้อขาย

2) **ปัจจัยภายนอก** ประกอบด้วย (ก) การผ่อนคลายกฎระเบียบภาครัฐให้เอื้อต่อการซื้อขายสินค้าในตลาด อาทิ การยกเว้นภาษี การยกเว้นการขอใบอนุญาตนำเข้าและส่งออกสินค้าที่นำเข้ามาซื้อขายในตลาด การอำนวยความสะดวกในการโอนเงินตราต่างประเทศได้เสรี และการอนุญาตให้จัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนหรือเขตปลอดอากร เป็นต้น และ (ข) การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบเพื่อใช้ควบคุมตนเอง (Self-Regulation) เพื่อสร้างการยอมรับจากสมาชิกและให้ตลาดเกิดความยั่งยืนในการปรับตัวได้ทันการเปลี่ยนแปลง

จากการศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการดำเนินงานตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ พบว่า ตลาดการค้าเพชร ส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยบริษัทเอกชน ยกเว้นกรณีของตลาดการค้าเพชร ในเบลเยียมและอินเดียที่ดำเนินงานโดยสมาคมการค้า โดยเงื่อนไขแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานเกิดจาก (1) การมีกฎระเบียบที่เคร่งครัดและโปร่งใสในการซื้อขายสำหรับสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ซื้อ ผู้ขาย และนายหน้า (2) การมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบวงจรในการซื้อขายอยู่ในพื้นที่มั่นคงและมีการรักษาความปลอดภัยสูง (3) มีการกำหนดมาตรฐานและคุณภาพของอัญมณีที่นำเข้ามาซื้อขาย และ (4) การผ่อนคลายกฎระเบียบภาครัฐให้เอื้อต่อการซื้อขาย โดยผลิตภัณฑ์บริการ (Service Product) ที่ทุกตลาดการค้าเพชร เสนอมีความคล้ายคลึงกันและสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) บริการที่ตลาดการค้าเพชร ดำเนินการเองและไม่เรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก (2) บริการที่ตลาดการค้าเพชร ดำเนินการเองและเรียกเก็บเงินเพิ่มเติมจากค่าธรรมเนียมสมาชิก และ (3) บริการที่ผู้เช่าหรือผู้ซื้อพื้นที่ภายในอาคารของตลาดการค้าเพชร ให้บริการแก่สมาชิกของตลาดการค้าเพชร แสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 บริการที่นำโดยตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse)

บริการ	ตลาดฯ ดำเนินการเอง และไม่เก็บเงินเพิ่ม จากค่าธรรมเนียม สมาชิก	ตลาดฯ ดำเนินการเอง และเก็บเงินเพิ่ม จากค่าธรรมเนียม สมาชิก	บริการที่ผู้เช่า/ ผู้ซื้อพื้นที่ จากตลาดฯ ให้บริการแก่สมาชิก ตลาดฯ
ตรวจสอบการเข้าออกของบุคคลที่เข้ามาติดต่อ	✓		
ตรวจสอบสินค้าที่นำมาค้าขายใน DB	✓		
รักษาความปลอดภัยในอาคารสถานที่ที่เข้มงวด	✓		
ห้องมั่นคง / กล่องรับฝากสินค้ามีค่า		✓	
ห้องเจรจาซื้อขายสินค้า Physical Trading Floor	✓		
แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าออนไลน์ Online Trading Floor	✓		
อุปกรณ์ตรวจสอบคุณสมบัติสินค้าเบื้องต้นเพื่อใช้เจรจาซื้อขาย (อุปกรณ์วัดขนาด โคมไฟ	✓		
แว่นขยาย ขนดัก ผ้าขัด)			
คลังสินค้าทัณฑ์บน / เซตปลอดอากร		✓	
จัดทำข้อมูลภาวะเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม	✓		
จัดทำราคาแนะนำการซื้อขายสินค้า	✓		
บริการอำนวยความสะดวกของภาครัฐ (ชำระภาษี	✓		
อนุญาตโอนเงิน ออกใบอนุญาตนำเข้าและส่งออก)			
บริการระงับข้อพิพาท	✓		
บริการให้เช่า/ขายพื้นที่ภายในอาคาร DB		✓	
บริการตรวจรับรองมาตรฐาน และประเมินมูลค่าอัญมณี		✓	✓
จัดการประมูลสินค้า		✓	
จัดงานส่งเสริมการขายสินค้า / จับคู่ธุรกิจ		✓	
บริการสื่อสาร อินเทอร์เน็ต Wifi		✓	
บริการที่จอดรถในอาคาร DB		✓	
จัดกิจกรรมฝึกอบรม / สัมมนา		✓	
บริการห้องประชุม		✓	
บริการรถรับส่งพนักงานและผู้มาติดต่อ		✓	
บริการทางการเงิน			✓
การขนส่งอัญมณีและเครื่องประดับ			✓
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านค้า พิเศษ ฯลฯ			✓
รับจองที่พัก การเดินทางสำหรับผู้เข้ามาติดต่อ			✓

ที่มา: คณะผู้วิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่าจากการวิเคราะห์ข้อมูลสถานประกอบการและย่านการค้าอัญมณีที่สำคัญของไทยพบว่าพื้นที่ที่สำคัญในส่วนกลางและภูมิภาคที่มีจำนวนผู้ประกอบการอัญมณีมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯ (เขตบางรัก และเขตประเวศ) และจันทบุรี (อำเภอเมืองจันทบุรี) โดยจากการใช้วิธีการคะแนนปัจจัย (Factor Rating) ที่อาศัยข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในการค้าอัญมณี จำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นผู้แทนสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับที่มีประสบการณ์ค้าพลอยสีและเพชรในประเทศและต่างประเทศเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 15 ปี และเคยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทย ได้แก่ งาน Bangkok Gems & Jewelry Fair และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ที่จัดขึ้นในเมืองการค้าอัญมณีที่มีชื่อเสียงของโลก ได้แก่ งาน Hong Kong International Jewelry Show ที่จัดขึ้นที่ฮ่องกง งาน Vicenza Oro ที่จัดขึ้นที่อิตาลี งาน JA New York ที่จัดขึ้นที่สหรัฐอเมริกา งาน JCK Las Vegas ที่จัดขึ้นที่สหรัฐอเมริกา และงาน India Gem & Jewelry Show ที่จัดขึ้นที่อินเดีย เพื่อพิจารณาปัจจัยที่สำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งที่ใส่นำหนักตามความสำคัญเพื่อคัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพมากที่สุดเพื่อใช้จัดทำโครงการนำร่องพัฒนาตลาดการค้าเพชร ดังแสดงตามตารางที่ 2 พบว่า พื้นที่เขตบางรัก กรุงเทพฯ มีความเหมาะสมในการจัดตั้งตลาดการค้าเพชร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เขตประเวศ กรุงเทพฯ และอำเภอเมืองจันทบุรี ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบศักยภาพของพื้นที่ทำเลที่ตั้งของตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) ในประเทศไทย

ปัจจัยเกื้อหนุนที่ส่งผลต่อศักยภาพการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ	เขตบางรัก	เขตประเวศ	อำเภอเมือง
	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	จันทบุรี
1 เป็นพื้นที่ที่มีเศรษฐกิจการค้าขนาดใหญ่	3	2	1
2 เป็นพื้นที่ที่มีฐานตลาดลูกค้าพลอยสีรองรับ เช่น ผู้ซื้อพลอย ธุรกิจผลิตเครื่องประดับ สินค้าแฟชั่น เป็นต้น	3	1	2
3 เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีชื่อเสียง	3	1	2
4 เป็นพื้นที่ที่มีการลงทุนของต่างชาติหรือมีกิจการต่างชาติตั้งอยู่	3	2	1
5 เป็นพื้นที่ที่มีกฎระเบียบเอื้อต่อการประกอบการจัดตั้งธุรกิจ	2	3	1
6 เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อ ผู้ขาย เปรียบเทียบราคา คุณภาพ และเลือกสินค้าได้เสรี	2	1	3
7 มีระบบการขนส่งสาธารณะเข้าถึงย่านการค้าได้สะดวก	3	2	1
8 อยู่ไม่ไกลจากท่าอากาศยานระหว่างประเทศ	2	3	1
9 อยู่ในพื้นที่ที่มีบริการสนับสนุนการให้สินเชื่อและมีความเข้าใจธรรมชาติของการค้าอัญมณี	3	2	1
10 อยู่ในพื้นที่ที่เจ้าหน้าที่รัฐมีความเข้าใจในธรรมชาติการประกอบธุรกิจอัญมณี	3	1	2
11 มีความพร้อมด้านอาคารและสถานที่หรือย่านการค้าที่มีการจัดระเบียบให้มีการค้าขาย	3	2	1
12 มีระบบสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา สื่อสาร โรงพยาบาล) ที่พร้อม	3	2	1
13 มีสถาบันการศึกษาวิจัยและสถานฝึกอบรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อรองรับการเติบโต	3	2	1
14 อยู่ในพื้นที่ใกล้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกและนำเข้าอัญมณี	3	2	1
15 อยู่ในพื้นที่ที่มีหน่วยงานให้บริการตรวจรับรองคุณภาพอัญมณี	3	1	2
16 อยู่ในพื้นที่ที่มีสังคมเปิดรับวัฒนธรรมชาตินานาชาติ	3	1	2
รวมคะแนน	45	28	23

หมายเหตุ: 3 คือ ได้คะแนนมากที่สุด 2 คือ ได้คะแนนปานกลาง และ 1 คือ ได้คะแนนน้อยที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า การจัดตั้งตลาดการค้าเพชร มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานในพื้นที่เขตบางรัก กรุงเทพฯ โดยการวางตำแหน่งทางการตลาดของตลาดการค้าเพชร ของไทยเมื่อเทียบกับตลาดการค้าเพชร ในประเทศอื่นจะต้องเน้นการสร้าง ความแตกต่างด้าน (1) การเป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติแห่งเดียวในภูมิภาคอาเซียนที่ให้บริการตลาดกลางการค้าเพชรและพลอยสี (พลอยก้อน และพลอยสำเร็จ) ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (2) มีการบริหารพื้นที่ซื้อขายและจัดประมูลเพชรและพลอยภายใต้ระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด สินค้าที่นำมาเข้ามาซื้อขายต้องมีมาตรฐาน ผ่านการจดบันทึก ชำระภาษีและโอนเงินอย่างถูกต้อง ภายใต้การมีบริการภาครัฐและบริการสนับสนุน

ที่ครบวงจร และ (3) ผู้ที่สามารถเข้ามาทำการซื้อขายในตลาดการค้าเพชรฯ ได้มีทั้งคนไทยและคนต่างประเทศที่มีฐานะการเงินที่ดีและมีประสบการณ์ทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกตลาดการค้าเพชรฯ หรือเป็นสมาชิกสมาคมฯ เป็นสมาชิกที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก

จากผลประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้แทนภาคเอกชน ภาครัฐ และภาควิชาการ และใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งข้อมูลและความเกี่ยวข้องของบุคคลที่ให้ข้อมูล หากข้อมูลที่ได้มาจากหลายบุคคลผู้ให้ข้อมูลมีความหมายเหมือนกันในคำถามหรือข้อเสนอดีด้วยกันถือว่าข้อมูลนั้นเชื่อถือได้ และนำมาตรวจสอบกับข้อมูลด้านบริบทของวิธีปฏิบัติของต่างประเทศในการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรฯ โดยสามารถสรุปได้ว่าการจัดตั้งตลาดการค้าเพชรฯ ในไทยควรดำเนินการในรูปแบบบริษัทจำกัด มีสถานที่ดำเนินงานอยู่ในพื้นที่เขตบางรัก มีคณะกรรมการบริหารตลาด 9 คน และให้เป็นองค์กรที่ออกกฎระเบียบควบคุมกำกับสมาชิกได้เอง แต่ต้องมีความสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก เพื่อให้ตลาดการค้าเพชรฯ ของไทยได้รับการรับรองจากสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลก โดยใช้พนักงานเจ้าหน้าที่ 15 ตำแหน่ง เพื่อปฏิบัติด้านการบริหารตลาด การรักษาความปลอดภัยและรับฝากอัญมณีและสินค้ามูลค่าสูง และการบริหารการชำระเงินและหักบัญชีซื้อขายระหว่างสมาชิก การลงทุนพัฒนาตลาดการค้าเพชรฯ ใช้เงินลงทุน 21 ล้านบาท เป็นต้นทุนการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภค ระบบรักษาความปลอดภัย และการตกแต่งภายในอาคารพื้นที่รวมประมาณ 1,000 ตารางเมตร และมีค่าใช้จ่ายค่าตอบแทนพนักงานปีละประมาณ 9 ล้านบาท ทั้งนี้การดำเนินงานให้บริการของตลาดการค้าเพชรฯ ไม่ควรพึ่งพารายได้จากค่าธรรมเนียมสมาชิก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ 2 ใน 3 แต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากจะก่อให้เกิดความคั่งค้างจากการลงทุน แต่ตลาดการค้าเพชรฯ ควรหารายได้เพิ่มเติมซึ่งคิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณ 1 ใน 3 จากค่าบริการการรับฝากอัญมณีและสินค้ามูลค่าสูง ค่าธรรมเนียมการจัดประมูล และการให้เช่าพื้นที่ภายในอาคาร โดยมีรายได้รวมต่อปีเกิดขึ้นในปีแรกประมาณ 11 ล้านบาท และขยายตัวเป็น 27 ล้านบาทในปีที่ 10 ของการดำเนินงาน ในภาพรวม การลงทุนพัฒนาตลาดการค้าเพชรฯ มีความคุ้มค่าในการลงทุนภายในกรอบระยะเวลาพิจารณา 10 ปี โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เท่ากับร้อยละ 56.73 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) ณ อัตราคิดลดร้อยละ 12 มีค่าเท่ากับ 41.86 ล้านบาท และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit to Cost Ratio) เท่ากับ 1.54

ความเสี่ยงสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาในการดำเนินงานพัฒนาตลาดการค้าเพชรฯ ได้แก่ ความเสี่ยงในการปรับแก้กฎระเบียบของไทยให้เอื้อต่อการประกอบการตลาดการค้าเพชรฯ โดยเฉพาะกฎระเบียบด้านการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในการซื้อขาย กฎระเบียบการทำงานของคนต่างด้าวที่กำหนดให้คนต่างชาติที่เข้ามาทำงานหรือมีรายได้เกิดขึ้นในประเทศไทยต้องขอใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ที่อาจส่งผลให้สร้างภาระและความไม่สะดวกต่อการชักชวนให้คนต่างชาติเดินทางเข้ามา

ซื้อขายเพชรและรัตนชาติในตลาดฯ และกฎระเบียบการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินที่กำหนดการซื้อขายอัญมณีมูลค่าตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป ต้องทำการแจ้งสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) (Anti Money Laundering Office, n.d.) ที่นำไว้ใช้เป็นหลักฐานในกรณีที่หน่วยงานของรัฐ สงสัยว่าการซื้อขายดังกล่าวอาจเป็นการกระทำเพื่อการฟอกเงินหรือการใช้เงินเพื่อสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้าย ซึ่งเป็นการสร้างภาระและไม่เอื้อต่อการส่งเสริมการซื้อขายอัญมณีซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยเสนอแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบประกอบด้วย

1) เอกชนผู้ดำเนินการตลาดการค้าเพชร ต้องดำเนินการสื่อสารการตลาดเชิงรุกไปยังผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในพื้นที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ และจันทบุรี และสมาคมการค้าและการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในไทย เพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกที่เป็นผู้ซื้อผู้ขาย และนายหน้าที่เข้ามาซื้อขายในตลาด

2) ผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐ พิจารณาปรับแก้กฎระเบียบให้เอื้อต่อการดำเนินการพัฒนาการซื้อขายในตลาดการค้าเพชร โดยเฉพาะการผ่อนคลายกฎระเบียบภาษีและศุลกากร กฎระเบียบการให้คนต่างด้าวเข้ามาซื้อขายอัญมณีในตลาดการค้าเพชร ได้โดยไม่ต้องขอใบอนุญาตทำงาน และกฎระเบียบเพื่อให้พ่อค้าคนกลางแจ้งการซื้อขายอัญมณีในตลาดการค้าเพชร ได้โดยไม่ต้องจัดทำรายงานกับ ปปง. เป็นต้น

3) การขอการรับรองจากสมาพันธ์ตลาดการค้าเพชรโลกเพื่อให้ตลาดการค้าเพชร ของไทยสามารถเชื่อมโยงและมีคุณภาพเทียบเคียงกับตลาดการค้าเพชรชั้นนำของโลก

4) การผลักดันให้มีการจัดทำมาตรฐานพลอยสี และสร้างการยอมรับมาตรฐานพลอยสีของไทยในตลาดโลก คล้ายกรณีของมาตรฐานเพชรซึ่งเป็นมาตรฐานระดับโลกที่ได้รับการยอมรับในนานาประเทศ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เรื่องการศึกษาเงื่อนไขสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ และวิธีปฏิบัติที่ดีของนานาประเทศในการดำเนินงานตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรในประเทศไทยได้ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการปรับปรุงปัจจัยภายนอกให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจตลาดการค้าเพชร ได้แก่ การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในการซื้อขายอัญมณี การโอนเงินตราต่างประเทศได้โดยเสรี การยกเว้นการขอใบอนุญาตทำงานหรือวีซ่าทำงานสำหรับนักธุรกิจที่เดินทางมาเพื่อติดต่อหรือซื้อขายสินค้าภายในพื้นที่ตลาด ซึ่งวิธีปฏิบัติดังกล่าวส่งผลให้ตลาดการค้า

เพชร ที่ใช้เงื่อนไขดั่งกล่าวเป็นตลาดชั้นนำในการค้าเพชรและรัตนชาติ เช่น ในบางประเทศ อาทิ เบลเยียม ฮังการี และอินเดีย (Belgium Diamonds, 2022; Central Board of Excise and Customs, 2015; Deloitte, 2020) อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลจะพิจารณาปรับเปลี่ยนกฎระเบียบให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ความสามารถในการกระจายรายได้ สถานะทางการเงินและการคลังของรัฐ การสร้างความเป็นธรรมในสังคม การรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคม ตลอดจนขั้นตอนในการพิจารณาปรับแก้กฎระเบียบที่บางกฎระเบียบต้องผ่านการพิจารณาของรัฐสภาจึงจะปรับเปลี่ยนไป ขณะที่ข้อค้นพบสำคัญที่สามารถในการปรับใช้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรของไทยจะเป็นการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการปัจจัยภายใน โดยเฉพาะคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ตลาดการค้าเพชร ต้องมีธรรมาภิบาล มีการพัฒนาระบบการค้าและการชำระบัญชีระหว่างสมาชิก และการบังคับใช้กฎหมายของตลาดอย่างเคร่งครัด โปร่งใส เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของตลาดที่มีการจัดตั้งอย่างมีระบบ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย โดยเสนอให้พื้นที่เขตบางรัก กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการพัฒนาตลาดการค้าเพชร มากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับการศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในการพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลก (Duangphastras, 2016) เนื่องจากเขตบางรักไม่ได้มีความพร้อมด้านการเป็นพื้นที่ที่มีสถานประกอบการที่มีการค้าอัญมณีของไทยมากที่สุดแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นพื้นที่ที่มีความสะดวกในการเดินทาง มีความพร้อมด้านสถานที่พักแรมของชาวไทยและชาวต่างชาติ และมีอุตสาหกรรมต่อเนื่องสนับสนุนที่ครบวงจร อาทิ ห้องปฏิบัติการทดสอบและรับรองอัญมณี ธุรกิจซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณี ศูนย์ออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ พิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ธุรกิจรับส่งและกระจายอัญมณีและสินค้ามูลค่าสูง สถาบันการเงิน และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการศึกษารูปแบบธุรกิจของตลาดการค้าเพชร ส่วนใหญ่มักดำเนินการในรูปแบบบริษัทเอกชนและมีส่วนน้อยที่ดำเนินการโดยสมาคมการค้า โดยในกรณีของไทย หากตลาดการค้าเพชร ดำเนินการโดยรูปแบบบริษัทจำกัดจะมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากกว่าสมาคมการค้าเนื่องจากมีความคล่องตัวและเป็นองค์กรที่สามารถหารายได้และผลกำไรได้ (Sharma, 2019) ขณะที่หากดำเนินการโดยสมาคมการค้าอาจทำให้ความขัดแย้งของภารกิจเนื่องจากสมาคมการค้าเป็นองค์กรไม่หวังผลกำไร ซึ่งผลการวิจัยเสนอให้ดำเนินการในรูปแบบบริษัทเอกชนที่เน้นการสร้างความสะดวกต่างจากตลาดการค้าเพชร ในประเทศอื่น ๆ โดยการเน้นจุดขายการให้บริการด้านการซื้อขายเพชรควบคู่กับพลอยสี ขณะที่ตลาดการค้าเพชร ในนานาประเทศส่วนใหญ่จะไม่นำพลอยสีมาทำการซื้อขายเนื่องจากไม่ได้เป็นตลาดการเจียระไนพลอย ขณะที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการเจียระไนพลอยและการค้าพลอย จึงเป็นโอกาสที่ดีของไทยในการสร้างความแตกต่างการเสริมกับนโยบายของ

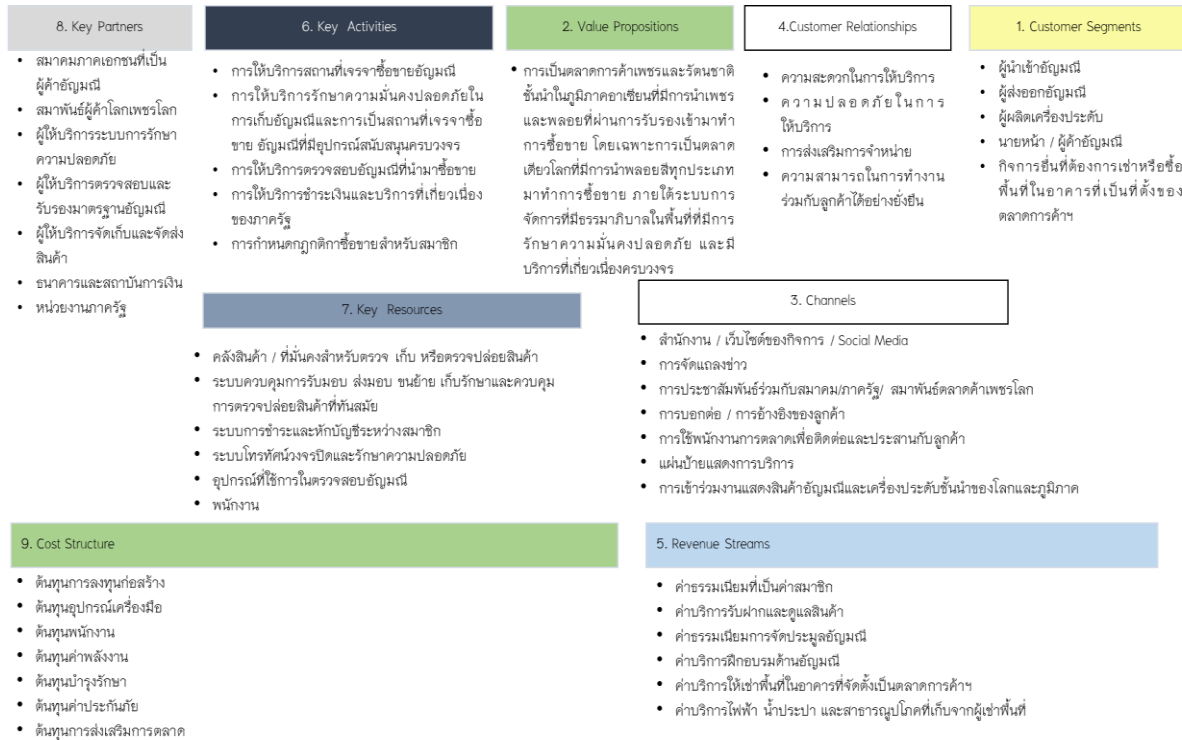
ภาครัฐในการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าและการผลิตพลอยสีของโลก (Gem and Jewelry Institute of Thailand, 2022)

ในส่วนของผลตอบแทนทางการเงินของการให้บริการตลาดการค้าเพชร นั้น หากพิจารณาเฉพาะรายได้จากค่าธรรมเนียมสมาชิกเพียงอย่างเดียว อาจส่งผลให้ไม่มีรายได้พอเพียงต่อการนำมาใช้ในการพัฒนานักวิชาการ โดยผลสรุปการวิจัยเพื่อให้ตลาดการค้าเพชร ที่จัดตั้งในไทยควรหารายได้เพิ่มเติมจากบริการอื่น ๆ อาทิ ค่าบริการรับฝากอัญมณีและสินค้ามูลค่าสูง ค่าธรรมเนียมการจัดประมูลอัญมณี และการให้เช่าพื้นที่ภายในอาคาร ซึ่งสอดคล้องกับวิธีปฏิบัติของตลาดการค้าเพชร ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเมืองต่าง ๆ ของประเทศอินเดีย (Kuriyan, 2022; Thakur, 2023)

วัตถุประสงค์ที่ 3. เรื่องการแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ โดยเอกชนต้องดำเนินการสื่อสารการตลาดเชิงรุกไปยังผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในพื้นที่สำคัญของไทย การสร้างการยอมรับมาตรฐานพลอยสีของไทยในระดับนานาชาติ ตลอดจนผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐปรับแก้กฎระเบียบให้เอื้อต่อการดำเนินการพัฒนาการซื้อขายในตลาดการค้าเพชร โดยเฉพาะประเด็นการปรับแก้กฎระเบียบนั้นเป็นความเสี่ยงที่สำคัญที่สุด ซึ่งหากไม่มีการปรับแก้แล้วอาจส่งผลให้การดำเนินงานพัฒนาตลาดการค้าเพชร ไม่ประสบความสำเร็จ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย คือ ตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ (Diamond and Gemstone Bourse) นับเป็นหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการยกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลก และนำไปสู่การกำหนดการวางตำแหน่งทางการตลาดของตลาดการค้าเพชร ของไทยที่แตกต่างจากตลาดการค้าเพชร ของต่างประเทศและสร้างความโดดเด่นในภูมิภาคอาเซียนโดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลองรูปแบบธุรกิจตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แบบจำลองรูปแบบธุรกิจของตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในไทย

สรุป

ตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนการยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับชั้นนำของโลก โดยเป็นสถานที่รวบรวมผู้ซื้อ ผู้ขาย และนายหน้าที่เป็นผู้ประกอบการภายในประเทศและต่างประเทศที่มีความน่าเชื่อถือที่ขึ้นทะเบียนไว้ ภายใต้การจัดการที่มีธรรมาภิบาล มีระบบการรักษาความปลอดภัยในการเก็บสินค้าและการเจรจาซื้อขาย มีการหักและชำระบัญชีระหว่างสมาชิกที่ทำการซื้อขาย ตลอดจนมีการเสียภาษีและการโอนเงินภายใต้ระบบการค้าที่ถูกต้อง ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจและประเทศได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่จากการเข้าสู่ระบบของผู้ประกอบการ บทความวิจัยนี้มุ่งนำเสนอความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย โดยผลการวิจัยเสนอว่าพื้นที่ที่มีความเหมาะสมที่สุดในการจัดตั้งตลาด คือ เขตบางรัก กรุงเทพฯ โดยในการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดนั้น นอกจากจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการจัดการภายในแล้ว หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีการปรับกฎระเบียบให้เอื้อต่อการดำเนินการด้วย โดยเฉพาะการการผ่อนคลายกฎระเบียบภาษีและศุลกากร กฎระเบียบการให้คนต่างด้าวเข้ามาซื้อขายอัญมณีในตลาดการค้าเพชรฯ ได้โดยไม่ต้องขอใบอนุญาตทำงาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เรื่องการศึกษาเงื่อนไขสำคัญที่มีผลกระทบต่อการทำงานตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ พบว่า การปรับกฎระเบียบภาครัฐให้เอื้อต่อการดำเนินงานเป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่สุด โดยคณะผู้ดำเนินงานพัฒนาตลาดที่ประกอบด้วยผู้แทนภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ด้านการซื้อขายอัญมณี โดยเฉพาะเพชร พลอยก้อน และพลอยสำเร็จ ในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศและมีความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ควรประสานงานกับกระทรวงพาณิชย์เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการคลัง พิจารณายกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในการซื้อขายอัญมณีภายในพื้นที่ตลาดและให้โอนเงินตราต่างประเทศได้โดยเสรี ตลอดจนประสานงานกับกระทรวงแรงงานพิจารณายกเว้นการขอใบอนุญาตทำงานสำหรับนักธุรกิจที่เดินทางมาเพื่อติดต่อหรือซื้อขายสินค้าภายในพื้นที่ตลาด

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบในประเทศไทย โดยควรพิจารณาหาพื้นที่ที่เป็นอาคารในพื้นที่เขตบางรักที่มีระบบการรักษาความปลอดภัยในการเข้าออกของคนและสินค้า มีพื้นที่มากเพียงพอเพื่อจัดทำเป็นห้องมั่นคงและสถานที่เจรจาซื้อขาย และสถานที่ตั้งของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น ห้องปฏิบัติการทดสอบและรับรองอัญมณี กิจกรรมให้บริการบริหารจัดการขนส่งอัญมณี และสถานที่ทำงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการด้านการชำระภาษี เป็นต้น และเป็นสถานที่อยู่ใกล้ย่านการค้าอัญมณีมาจัดทำเป็นตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ โดยการจัดเก็บรายได้ที่เป็นค่าธรรมเนียมของสมาชิกนั้นควรเก็บในอัตราที่เหมาะสมและต่ำกว่าอัตราของตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติในประเทศอื่น ๆ เช่น ฮองกง เบลเยียม และอิสราเอล เนื่องจากประเทศไทยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าและหากจัดเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราที่แพงมากจะไม่เป็นการดึงดูดให้ผู้ประกอบการไทยเข้ามาสมัครเป็นสมาชิก อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารตลาดควรพิจารณาหารายได้เพิ่มเติมจากบริการอื่น ๆ เช่น ค่าบริการรับฝากอัญมณีและสินค้ามูลค่าสูง ค่าธรรมเนียมการจัดประมูลอัญมณี และการให้เช่าพื้นที่ภายในอาคาร

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3. เรื่องการแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ โดยผู้บริหารตลาดนอกจากจะต้องทำการสื่อสารตลาดเชิงรุกไปยังผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในพื้นที่สำคัญของไทยแล้ว จะต้องประสานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้พิจารณาปรับแก้กฎระเบียบบางประการที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ากระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการประสานงานมากที่สุด เนื่องจากเป็นฝ่ายเลขานุการและหน่วยงานประสานภายใต้

คณะกรรมการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นคณะกรรมการระดับชาติที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานและจัดตั้งขึ้นระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2558 เพื่อให้เป็นเวทีรวบรวมผู้แทนที่เป็นกรรมการจากภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อกำหนดนโยบายและแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และบูรณาการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดการค้าเพชรและรัตนชาติที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบนี้นับเป็นหนึ่งในตัวอย่างของการพัฒนาตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ยังมีโอกาสที่ประเทศไทยจะนำสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่นานาประเทศมีการพัฒนาขึ้น อาทิ ผลผลิตการเกษตรทองคำและโลหะมีค่า คาร์บอนเขียว พลังงาน เป็นต้น เข้ามาทำการซื้อขายในตลาดการค้าที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบได้เพื่อให้สอดคล้องกับการที่ภาครัฐไทยมีแนวคิดในการเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุนในภูมิภาค

References

- Anti Money Laundering Office. (n.d.). *Guidelines to Comply with the Counter-Terrorism and Proliferation of Weapons of Mass Destruction Financing Act B.E. 2559 (2016)*. Anti Money Laundering Office. https://sed.amlo.go.th/uploads/menu/attach_202305011629_644f86814d651.pdf
- Balubhai, K. M., & Padhaya, H.J. (2015). Diamond Bourse: Case Study of Bharat Diamond Bourse & Dubai Diamond Exchange. *Journal of Emerging Technologies and Innovation Research (JETIR)*, 2(3), 465–467. <https://www.jetir.org/view?paper=JETIR1503011>
- Banerji, J. (2020). *Wholesale and Retail Sales Management*. Random Publications.
- Belgium Diamonds. (2022, December 30). *VAT & TAX Free Diamonds*. <https://belgiumdiamonds.net/vat-tax-free-diamonds/>
- Brunsson, N., & Jutterstrom, M. (2018). *Organizing and Reorganizing Markets*, OUP Oxford.
- Central Board of Excise and Customs, Department of Revenue, Ministry of Finance. (2015), *Circular no.17/2015-Import, Trading, and Re Export of Rough Diamond by Notified Entities in Bharat Diamond Bourse, Bandra Kurla Caro Complex Regulation*. <http://www.dgep.gov.in/doc/GJ17-2015.pdf>
- Deloitte. (2020). *Hong Kong Tax Guide 2020*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/tax/ta-2020/deloitte-cn-tax-tap0382020-en-200806.pdf>

- Duangphastra, C. (2016). *Study of Opportunities and Possibility of Developing Thailand in to Global Hub of Colored Stone*. National Research Council of Thailand.
- Gem and Jewelry Institute of Thailand (2022). *The Development of Strategies of Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization) from 2022 – 2026*. Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization).
- Gorokhov, R. M., Jamieson, F., & O’Kane, D. (2022). *CEEMEA and European Diamond Industry: A Diamond Market Discussion with Ernest Blom, President of the World Federation of Diamond Bourses*, JP Morgan Chase & Company.
- Kotler, P, & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th edition)*. Pearson.
- Kuriyan, V. (2022, January 17). *Customs Moves to Bharat Diamond Bourse; GJEPC to Follow in Weeks*. <http://www.idexonline.com/FullArticle?Id=34900>
- McFadyen, T. (2021). *Marketplace Best Practices: Transforming Commerce in the Platform Economy*. McFadyen Digital.
- Richman, D.B. (2006). How Community Institutions Create Economic Advantage: Jewish Diamond Merchants in New York. *Law & Social Inquiry*, 31(2), 383–420.
<https://www.jstor.org/stable/4092751>
- Sharma, S. (2019). *Business and Form of Organization*. Notion Press Media Pvt Ltd.
- Srisurin, W, Turbsree, C. & Intayot, S. (2016). Nature of the Thai Gems and Jewelry Business Activity: Micro–Analysis for Competitive Capability Development. *HRD Journal*, 7(2), 55–71.
https://hrdjournal.buu.ac.th/public/backend/upload/onlinejournal/file/11052017_149447124488778600.pdf
- Thakur, Y. (2023, July 20). *The Surat Diamond Bourse: A Marvel of India’s Real Estate Landscape*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/surat-diamond-bourse-marvel-indias-real-estate-yogesh-thakur->
- Vanneste, T. (2016). *Global Trade and Commercial Networks: Eighteenth-century Diamond Merchants*. Routledge.
- Vries–Brouwers, C. (1973). *Antwerp World Diamond Center*. Diamant festival Antwerp, Antwerp.