

ประเทศไทย

เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

(Thailand : The World's Gems & Jewelry Hub)



ม.ค.-ก.ย. 2560

Total 175,435.20 M.USD.

Export 10,662.58 M.USD.



2559

Total 215,387.50 M.USD.

Export 6,968.54 M.USD.



สัดส่วน 3.24%

-3.03%

(ไม่รวมทองคำ)



สัดส่วน 2.53%

0.91%

(ไม่รวมทองคำ)



กิจกรรมต้นน้ำ
(วัตถุดิบ)



กิจกรรมกลางน้ำ
(ผลิตและเพิ่มมูลค่า)



กิจกรรมปลายน้ำ
(การตลาด)



ปลดล็อกภาษี วัสดุทดแทน พัฒนา
แรงงานฝีมือ พัฒนาแรงงานฝีมือ
ยกระดับนวัตกรรม



เพิ่มช่างเจียรไน พัฒนาการออกแบบ พัฒนา
งานวิจัย เครื่องจักร นวัตกรรมการผลิต



งานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
มาตรฐานสากล ผู้ประกอบการรายใหญ่
ช่วยผู้ประกอบการรายย่อย
การประชาสัมพันธ์ การสร้างแบรนด์ การ
พัฒนาย่านการค้า ศูนย์กลางทางการค้า
การประมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
กฎระเบียบ

ปัจจัยความสำเร็จ

• ทำเลที่ตั้ง คมนาคมสะดวก สะดวกในการเข้าถึง

• มีประวัติศาสตร์ การค้า การเจียรไน การผลิต มีย่านการค้า

• มีการจัดงานเกี่ยวกับอัญมณี

• มีหน่วยงานรับรอง

• มีแหล่งท่องเที่ยว

• รัฐบาล ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ร่วมมือกันผลักดันการ
เติบโตของอุตสาหกรรมในพื้นที่

• มีการส่งเสริมการค้า และดึงดูดชาวต่างชาติให้มาลงทุน

• มีการพัฒนาความสัมพันธ์/เครือข่ายกับสมาคมการค้า
สมาคมวิชาชีพ ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และ
ปลายน้ำ

• มีการพัฒนาวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่าง
และความหลากหลายของสินค้า

• รัฐบาลมีมาตรการทางภาษีในการส่งเสริมการค้าในเขตพื้นที่
เช่น เขตปลอดอากร เขตอุตสาหกรรมส่งออก ไม่ต้องชำระ
อากร ไม่ต้องชำระภาษีมูลค่าเพิ่มจากการซื้อขายในเขต
(ยกเว้นภาษีการขายสินค้าให้กับกิจการหรืออยู่ที่พำนักใน
ประเทศ)

ประเทศไทย

เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกในปี 2564
(World's Gems and Jewelry Hub)



กิจกรรมต้นน้ำ
(วัตถุดิบ)



กิจกรรมกลางน้ำ/
(ผลิตและเพิ่มมูลค่า)



กิจกรรมปลายน้ำ
(การตลาด)



ความท้าทาย

ศักยภาพการจัดการวัตถุดิบ การขาดแคลนวัตถุดิบ
ภาษีนำเข้าวัตถุดิบ

ความท้าทาย

ขาดการวิจัยและพัฒนาและการสร้างนวัตกรรมการผลิต
การถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ความท้าทาย

กฎระเบียบภาษี การบริหารการเงินและอัตราแลกเปลี่ยน
การตลาดภายในและต่างประเทศ การตลาดออนไลน์
โลจิสติกส์และช่องทางการตลาด

ความท้าทาย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มาตรฐาน ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ (Business Intelligence) การอำนวยความสะดวก และการบูรณาการการทำงานทุกภาคส่วน



ยุทธศาสตร์ที่ 1

การยกระดับกระบวนการจัดการวัตถุดิบและการผลิต



ยุทธศาสตร์ที่ 2

การยกระดับทักษะและปริมาณทรัพยากรมนุษย์
ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ



ยุทธศาสตร์ที่ 3

การยกระดับความสามารถด้านการค้าและการตลาด



ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนากฎระเบียบ สภาพแวดล้อมการประกอบธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานและการวิจัยพัฒนาให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ



ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเพิ่มความเข้มแข็งของการจัดการและอุตสาหกรรมสนับสนุน

Output มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพและปริมาณเหมาะสมกับการ
ผลิตเครื่องประดับ (ทอง เงิน พลอย เพชร ฯลฯ)

Output มีการเพิ่มคุณค่าและนวัตกรรมการผลิตอัญมณีและ
เครื่องประดับ และทรัพยากรมนุษย์ที่มีปริมาณและคุณภาพ

Output เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
มาตรฐาน ช่องทางการตลาด การสร้างแบรนด์ การมีกิจกรรม
การตลาดและการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ



Stakeholders



กระทรวงอุตสาหกรรม กรมทรัพยากรธรณี กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานฯ กรม
ศุลกากร กรมสรรพากร สปท. หน่วยงานในพื้นที่



Stakeholders



กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ
สถาบันการศึกษา กระทรวงการคลัง หน่วยงานในพื้นที่



Stakeholders



กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวฯ
กระทรวงการคลัง สปท. หน่วยงานในพื้นที่

แผนยุทธศาสตร์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์การมหาชน)

วิสัยทัศน์:

เป็นองค์กรมืออาชีพที่ผลักดันให้
ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณี
และเครื่องประดับของโลกในปี 2564
(Thailand: The World's Gems &
Jewelry Hub)

1

การเพิ่มศักยภาพและสร้างตลาดให้กับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้เป็นสากลและเพิ่มช่องทางการตลาด

2

การสร้างภาพลักษณ์ (Country Image) ของประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลกและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งเรื่องคุณภาพและมาตรฐาน

3

การพัฒนาการตลาดยุคใหม่ผ่านระบบออนไลน์ (Digital Marketing)

4

การเพิ่มขีดความสามารถวิจัยและนวัตกรรมด้านอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร

5

การสร้างนวัตกรรมองค์กร (GIT 4.0)

แผนงานที่สำคัญ ปี 2561 (Flagship)

- ❖ การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในส่วนภูมิภาค
- ❖ การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานเครื่องประดับโลหะมีค่า (Thai Hallmark)
- ❖ โครงการซื้อด้วยความมั่นใจผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ E-BWC (Electronic-Buy With Confidence)
- ❖ Gems and Jewelry Training Institute
- ❖ GIT Business Intelligence
- ❖ E-Marketplace for Gems & Jewelry ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า / กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- ❖ World Jewellery Confederation (CIBJO) Congress 2017
- ❖ World Ruby Forum 2017

