

ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

๑. หลักและเหตุผล

๑.๑ ความเป็นมาของงานวิจัยด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

ประเทศไทยมีศักยภาพและมีบทบาทเป็นผู้นำในธุรกิจการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในระดับนานาชาติ เนื่องจากมีแรงงานและช่างฝีมือที่มีความชำนาญ ฝีมือประณีต รวมถึงความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับแนวหน้า อีกทั้งภาครัฐยังให้การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่ ทำให้อัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าภายในและระหว่างประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศจำนวนมากในแต่ละปี และมีมูลค่าการส่งออกเติบโต โดยในปี ๒๕๕๕ อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศได้มากเป็นอันดับที่ ๓ รองจากรถยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี ๒๕๕๕ รวม ๔๐๘,๐๔๐ ล้านบาท โดยตลาดสำคัญที่ไทยส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมัน เบลเยียม อินเดีย ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหราชอาณาจักร โดยสินค้าที่ไทยส่งออกมาก ได้แก่ ทองคำ เครื่องประดับ ทองแท้ เครื่องประดับเงินแท้ และเพชร นอกจากนี้ นับตั้งแต่ปี ๒๕๕๓ ไทยกลายเป็นผู้นำของโลกด้านการผลิตเครื่องประดับเงิน โดยมียอดการส่งออกเครื่องประดับเงินไปยังตลาดโลกมากกว่าจีน และอินเดีย จนได้รับการยอมรับว่ากรุงเทพฯ เป็นเมืองหลวงของเครื่องประดับเงิน (World Capital for Silver Jewelry)

ตลอดเวลาที่ผ่านมา ยุทธศาสตร์และแผนงาน พัฒนาอุตสาหกรรมฯ ที่หน่วยงานรัฐและเอกชนให้ความสนใจมาก ได้แก่ การขยายตลาดต่างประเทศ การพัฒนามาตรฐานการรับรองและสินค้า การสร้างตราสินค้า การพัฒนาการออกแบบและการผลิต การยกระดับงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ และการพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการ อย่างไรก็ตาม ยุทธศาสตร์และแผนงานพัฒนาอุตสาหกรรมฯ ที่หน่วยงานรัฐและเอกชนควรให้ความสนใจเพิ่มขึ้น ได้แก่ การขยายตลาดภายในประเทศ การพัฒนาสินค้า OTOP โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ การยกระดับผู้ประกอบการจาก (Original Equipment Manufacturer : OEM) เป็น (Original Design Manufacturer : ODM) และ (Organizational Behavior Management : OBM) การตั้งศูนย์กลางผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ การเร่งใช้ประโยชน์จาก AEC/FTA และการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการใช้ประโยชน์จากการค้าออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) จึงเห็นความจำเป็นต้องมีการจัดทำยุทธศาสตร์อัญมณีและเครื่องประดับขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการและบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้สอดคล้องกับบริบทความเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่ออัญมณี และเครื่องประดับไทย

๑.๒ วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับประเด็นการพัฒนา ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่งผลต่อการตลาดและฐานการผลิตร่วมการเปิดเสรียอมนำไปสู่ผลกระทบทั้งในทางที่เป็นประโยชน์และเสียประโยชน์ตามศักยภาพของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศ เนื่องจากจะสามารถเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ การลงทุน แรงงาน และเงินทุนได้อย่างเสรี แม้ว่าอาเซียนไม่ใช่ศูนย์กลางทางการค้าของอัญมณีและเครื่องประดับ แต่กำลังซุ่มมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเอื้อประโยชน์ให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณี

และเครื่องประดับในด้านการนำเข้าวัตถุดิบจากอาเซียนและประเทศในกลุ่มความร่วมมือ และหากผู้ประกอบการไทยสามารถส่งเสริมการตลาดได้มากขึ้น ตลาดอาเซียนจะสามารถเพิ่มมูลค่าได้ในอนาคตและก็จะเป็ตลาดแหล่งใหม่ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยด้วย ในทางกลับกันอาจเกิดการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า เช่น เวียดนาม หรือประเทศที่มีแหล่งวัตถุดิบ เช่น สหภาพเมียนมาร์ ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มสมาชิกสูงขึ้น ผู้ประกอบการในแต่ละประเทศจึงต้องบริหารต้นทุนการผลิตและความเสี่ยงอย่างใกล้ชิด ความช่วยเหลือจากภาครัฐจึงเป็นสิ่งสำคัญในเรื่องอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทย ซึ่งคาดว่าจะได้เปรียบจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน เนื่องจากไทยสามารถใช้ความได้เปรียบด้านเทคนิคการหุงพลอย การเจียรไน และช่างฝีมือสามารถขยายตลาดในอาเซียนได้มากขึ้น

ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยไม่มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบ เช่น เงินแท่ง ทองคำ เพชรและพลอยจากต่างประเทศ ที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป แล้วนำเข้ามาแปรรูปเพื่อส่งออกและป้อนตลาดภายในประเทศ โดยในปี ๒๕๕๕ ไทยมีการนำเข้าเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำจากต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า ๔๓๐,๐๐๘ ล้านบาท นับเป็นรายการสินค้าที่ไทยนำเข้ามากที่สุดเป็นอันดับ ๔ รองจากน้ำมันดิบ เครื่องจักรและส่วนประกอบและเครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ โดยตลาดสำคัญที่ไทยนำเข้าวัตถุดิบพลอย เพชร และโลหะมีค่าเพื่อใช้ทำเครื่องประดับ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ แอฟริกาใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ฮองกง สหรัฐอเมริกา อินเดีย เกาหลีใต้ จีน และเบลเยียม

แม้อัญมณีและเครื่องประดับจะเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพส่งออกมาก แต่เนื่องจากกระแสการค้าและการลงทุนได้ปรับเปลี่ยนไปจากเดิม อาทิ ต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น การส่งสมมุติบัญญัติการเผาพลอยที่ขาดการสืบต่อจากรุ่นสู่รุ่น ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการผลิตและการออกแบบ การเปิดตลาดการค้าเสรีและการรวมกลุ่มตลาดในภูมิภาค การขาดการบูรณาการแผนงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทศวรรษที่ผ่านมา ประเด็นหลักที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมักให้ความสนใจกับเรื่องการพัฒนาตลาดและการผลิต โดยเฉพาะประเด็นที่ให้ความสำคัญ ในการจัดทำแผนงานและโครงการอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การขยายตลาดต่างประเทศ การพัฒนามาตรฐานรับรองสินค้า การสร้างตราสินค้า การพัฒนาการออกแบบและการผลิต การพัฒนาบุคลากรและแรงงานฝีมือ การสร้างกลไกเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินแก่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ การจัดทำระบบฐานข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ การยกระดับงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ การยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และการจัดตั้งคณะกรรมการหรือหน่วยงานระดับชาติขึ้นมาเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ

๑.๓ ผลงานวิจัยที่เคยมีมาแล้วในอดีต ช่องว่างการวิจัย และประเด็นที่สำคัญของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นที่ต้องการของประเทศ

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคจำนวนมากได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยหน่วยงานที่สำคัญ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สวอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงานสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กระทรวงมหาดไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (คณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับ) สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ และอื่นๆ อย่างไรก็ตาม แต่ละหน่วยงานขาดการบูรณาการแผนการทำงาน ต่างฝ่ายต่างทำ มีเนื้องานหลายส่วนซ้ำซ้อนกันค่อนข้างมาก ขณะทำงานบางด้านซึ่งเป็น

งานสำคัญตามนโยบายรัฐบาล อาทิ การพัฒนาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) การขยายและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ยังไม่มีการผลักดันมากเท่าที่ควร

๑.๔ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจุดแข็งจุดอ่อนในประเด็นพัฒนาและวิจัยด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

๑) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นลักษณะของต่างคนต่างทำ ขาดความเชื่อมโยงในการกำหนดยุทธศาสตร์ในภาพรวมของประเทศ ดังนั้น เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ หน่วยงานต่างๆ จำต้องที่จะได้มีการบูรณาการในเรื่องนี้เข้าด้วยกัน หน่วยงานดังกล่าวประกอบด้วย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรมสรรพากร กรมศุลกากร กรมสรรพสามิต กรมพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) สมาหการค้าแห่งประเทศไทย (คณะกรรมการอัญมณีและเครื่องประดับ) สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) สมาพันธ์อัญมณี เครื่องประดับและโลหะมีค่าแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทย และเครื่องประดับ สมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับไทย สมาคมค้าทองคำ สมาคมผู้ประกอบการเจียรไนเพชร สมาคมเครื่องถมและเครื่องเงินไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สมาคมเพชรพลอยเงินทอง สมาคมผู้ส่งออกเครื่องประดับเงินไทย สมาคมการค้าเครื่องประดับแฟชั่น สมาคมช่างทองไทย ชมรมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมาตรฐาน สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี สมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี สมาคมการค้าเพชรและพลอยอินเดียน-ไทย มูลนิธิส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับ

๒) จุดแข็งจุดอ่อนในประเด็นพัฒนาและวิจัยด้านอัญมณีและเครื่องประดับ

จุดแข็ง

(๑) ทักษะฝีมือแรงงาน ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้น เช่น ทักษะการเจียรไน การขึ้นรูปตัวเรือน และการหุงพลอย

(๒) มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องประดับที่มีความวิจิตร และมีเอกลักษณ์ นอกจากนี้อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทยนับว่ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก

(๓) เทคโนโลยีการผลิต มีศักยภาพสูงในการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเพิ่มมูลค่าพลอยเนื้อแข็งป้อนสู่ตลาดโลก เนื่องจากไทยมีความสามารถเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีในการหุงพลอย

(๔) ประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีของโลก ส่งผลให้มีสินค้าพลอยสีจากทั่วโลกทั้งสหรัฐอเมริกา แอฟริกา และในภูมิภาคเอเชียมาทำการซื้อขายที่ประเทศไทย

(๕) มีงานแสดงสินค้าด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีความยิ่งใหญ่ในระดับโลก ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการจำหน่ายสินค้า

(๖) มีการรวมตัวกันของผู้ผลิต และผู้ค้าอัญมณี และเครื่องประดับในรูปแบบสมาคมมากขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายการค้า และเริ่มมีการรวมตัวเพื่อเพิ่มอำนาจด้านการต่อรองในการสั่งซื้อวัตถุดิบ

(๗) ประเทศไทยมีความยืดหยุ่นในการผลิต สามารถปรับรูปแบบตามแฟชั่นต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว เสนอราคาที่เหมาะสมและเริ่มมีการออกแบบเครื่องประดับของไทยเริ่มเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อต่างชาติมากขึ้น

จุดอ่อน

(๑) การขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศส่งผลให้ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศในระดับสูง และมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าคู่แข่ง

(๒) การขาดแคลนแรงงานอย่างรุนแรง ปัจจุบันแรงงานเริ่มหายไปจากอุตสาหกรรมเพราะมีทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับการเป็นชนชั้นแรงงานในอุตสาหกรรมแม้ว่าจะเป็นแรงงานฝีมือ

(๓) ทักษะออกแบบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีพื้นฐานจากการผลิต เป็นธุรกิจครอบครัวที่มีทักษะด้านการเจียระไนแต่ยังขาดทักษะการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป การออกแบบส่วนใหญ่จะเป็นการใช้ประสบการณ์ และการต่อยอดประสบการณ์เดิม และการลอกเลียนแบบกันเองระหว่างผู้ประกอบการ

(๔) ผู้ประกอบการไทยไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรของตนเอง ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างจำกัดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

(๕) ผู้ประกอบการไทยขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ถูกต้อง และต่อเนื่อง รวมทั้งขาดการสร้างเรื่องราวตำนานของผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนความเป็นมา และความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์

๑.๕ นโยบายและยุทธศาสตร์ซึ่งเป็นที่มาของยุทธศาสตร์การวิจัยประเด็นด้านอัญมณี และเครื่องประดับที่เป็นที่ต้องการของประเทศ

นโยบายด้านอัญมณีและเครื่องประดับ^๑ ที่หน่วยงานรัฐและเอกชนให้ความสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนงานซึ่งจำแนกเป็นประเด็นด้านทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาการตลาด การพัฒนาการผลิต การเงิน การปรับกฎระเบียบ และการวิจัยพัฒนา ในภาพรวมยุทธศาสตร์ที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมักให้ความสำคัญกับเรื่องการพัฒนาตลาดและการผลิต โดยเฉพาะเรื่องย่อยๆ ที่หน่วยงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญประกอบด้วย ๑) การขยายตลาดต่างประเทศ ๒) การพัฒนามาตรฐานการรับรองสินค้า ๓) การสร้างตราสินค้า ๔) การพัฒนาการออกแบบและการผลิต และ ๕) การยกระดับงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

ขณะเดียวกัน หากพิจารณานโยบายรัฐบาล^๒ เรื่องนโยบายเศรษฐกิจ ๑) ด้านนโยบายสร้างรายได้ ซึ่งมีเรื่องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันและขยายช่องทางการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการในประเทศ และธุรกิจวิสาหกิจชุมชนให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและคุณภาพสูง ซึ่งจะต้องสร้างคนที่มีฐานความรู้ ความชำนาญ และความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดความรู้สู่การสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัยพัฒนา สร้างตราสินค้าใหม่จากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะงานศิลปหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน อัญมณี และอื่นๆ ๒) ด้านนโยบายปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ ในการพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดสู่ระดับภูมิภาค โดยเพิ่มความหลากหลาย มูลค่าความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น เช่น การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจการประชุมและแสดงสินค้า การศึกษานานาชาติ การก่อสร้าง ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจออกแบบแฟชั่น ธุรกิจอัญมณี การบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและนันทนาการ รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ พบว่าใน

^๑ รายงานประจำปี ๒๕๕๔ ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

^๒ คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา วันอังคารที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๔

อนาคต แต่ละหน่วยงานควรให้ความสำคัญกับการเติมเต็มช่องว่างระหว่างนโยบายของภาครัฐกับแผนงาน/โครงการต่างๆ ที่ภาครัฐและเอกชนควรจัดทำขึ้นเพื่อลดช่องว่างระหว่างนโยบายกับการปฏิบัติ โดยเรื่องย่อยๆ ที่หน่วยงานรัฐและเอกชนควรพิจารณาให้ความสำคัญเพิ่มจากเดิม ได้แก่ ๑) การขยายตลาดภายในประเทศ ๒) การพัฒนาสินค้า OTOP และผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ๓) การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ๔) การจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ๕) การเร่งใช้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) และ ๖) การส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการใช้ประโยชน์จากระบบการค้าออนไลน์มากขึ้น

๒. วิสัยทัศน์การวิจัย

มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับด้วยงานวิจัยให้มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในตลาดโลก

๓. พันธกิจการวิจัย

พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการวิจัยด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศให้สูงขึ้น ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีด้านอัญมณีและเครื่องประดับ สามารถประยุกต์และพัฒนาวิทยาการที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสมและแพร่หลายรวมทั้งใช้ทรัพยากรและเครือข่ายวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม

๔. ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การวิจัยเพื่อยกระดับกระบวนการจัดการวัตถุดิบและการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การวิจัยเพื่อยกระดับความสามารถด้านการตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การวิจัยเพื่อยกระดับทักษะทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การวิจัยเพื่อพัฒนากฎระเบียบ โครงสร้างพื้นฐาน และการวิจัยพัฒนาให้เอื้อต่อการประกอบอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การวิจัยเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของการจัดการและอุตสาหกรรมสนับสนุน

๕. เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

๕.๑ เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ให้มีขีดความสามารถในการก้าวเข้าสู่การแข่งขันกับนานาชาติ ตามกลไกของการค้าเสรี จนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยได้

๕.๒ เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความพร้อมในการก้าวสู่การรับรองคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล ตลอดจนการได้รับรางวัลเกียรติยศจากนานาชาติ

๕.๓ เพื่อศึกษาแนวทางการทำประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับแก่กลุ่มเป้าหมายหลัก ด้วยเครื่องมือหรือวิธีการสมัยใหม่ และหาแนวทางสร้างความมั่นใจให้แก่ชาวต่างประเทศ

๖. ผลผลิตและผลลัพธ์ ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๖.๑ ผลผลิต

๑) เชิงปริมาณ คือ รายงานการวิจัยด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาระดับอุดมศึกษา

๒) เชิงคุณภาพ คือ สามารถใช้ผลการศึกษาวิจัยด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

๖.๒ ผลลัพธ์

มีองค์ความรู้ด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพิ่มมากขึ้น

๖.๓ ตัวชี้วัด

ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาระดับอุดมศึกษา นำผลการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้

๖.๔ เป้าหมาย

มีระบบการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศที่ครบวงจร

๗. หน่วยงานหลักและเครือข่ายที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์วิจัยรายประเด็นด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับให้ความสำคัญกับการบูรณาการงานวิจัยและพัฒนาประกอบกับการใช้งบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการดังกล่าวมีหน่วยงานหลักคือสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงบประมาณ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และเครือข่ายที่สำคัญที่เป็นเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ซึ่งประกอบด้วยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (สวก.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.)

๘. แผนงานวิจัยหลักและกรอบเวลา

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การวิจัยเพื่อยกระดับกระบวนการจัดการวัตถุดิบและการผลิต ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ กรอบเวลา ช่วง ๑ ปีแรก

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการวัตถุดิบ (Sourcing Management)

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเพื่อยกระดับกระบวนการผลิต (Production Process Improvement Management)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การวิจัยเพื่อยกระดับความสามารถด้านการตลาดของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ กรอบเวลา ช่วงปีที่ ๑-๒

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Management)

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเพื่อจัดการด้านราคา (Pricing Management)

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาด (Distribution Channel Management)

แผนงานวิจัยที่ ๔ การวิจัยเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion Management)

แผนงานวิจัยที่ ๕ การวิจัยด้านนวัตกรรมที่สอดคล้องกับอัญมณีแต่ละชนิดและความต้องการของตลาดภายใต้คุณธรรมและวัฒนธรรมของคนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การวิจัยเพื่อยกระดับทักษะทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ระยะเวลา ช่วงปีที่ ๑-๓

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อพัฒนาช่างฝีมือ (Smart Craftsman)

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเพื่อพัฒนานักออกแบบ (Smart Designer)

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยเพื่อพัฒนานักอัญมณีศาสตร์ (Gemologist)

แผนงานวิจัยที่ ๔ การวิจัยเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและนักการตลาด (Smart Entrepreneur and Marketer)

แผนงานวิจัยที่ ๕ การวิจัยเพื่อหาแนวทางสร้างแรงจูงใจให้แรงงานเข้ามาในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การวิจัยเพื่อพัฒนากฎระเบียบ โครงสร้างพื้นฐาน และการวิจัยพัฒนาให้เอื้อต่อการประกอบอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ระยะเวลา ช่วงปีที่ ๒-๓

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเพื่อปรับปรุงกฎระเบียบ

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน

แผนงานวิจัยที่ ๔ การวิจัยเพื่อสนับสนุนทางการเงิน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การวิจัยเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของการจัดการและอุตสาหกรรมสนับสนุน ระยะเวลา ช่วงปีที่ ๒-๔

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อบูรณาการและขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยเพื่อหาแนวทางการสร้างความเชื่อมโยงความรู้ด้านอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยสู่การพัฒนาเป็นทรัพย์สินทางปัญญา

๙. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

๙.๑ มีมาตรการที่จะพัฒนาองค์ความรู้ความเข้าใจและเผยแพร่เกี่ยวกับด้านของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในด้านต่างๆ

๙.๒ ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ต่อเนื่องสู่อุตสาหกรรมด้านอื่นๆ

๙.๓ ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการวิจัย พัฒนา สาธิต ส่งเสริมงานวิจัยด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับภายใต้กรอบการดำเนินงานของแผน

๙.๔ มีมาตรการสนับสนุนการใช้งานวิจัยด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อต่อยอดสู่อุตสาหกรรมอื่นอย่างครบวงจร

๑๐. แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

๑๐.๑ แผนปฏิบัติการที่ชัดเจนและเป็นระบบ (Action Plan)

ภายหลังจากการกำหนดยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับแล้ว ต้องมีการกำหนดแผนปฏิบัติการที่ชัดเจนและเป็นระบบ และต่อเนื่องเพื่อให้แผนการวิจัยด้านต่างๆ มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกันและส่งผลต่อการพัฒนาประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดหน่วยงานและบุคลากรที่รับผิดชอบ พร้อมแผนดำเนินงาน รวมทั้งช่วงเวลาการทบทวนและปรับยุทธศาสตร์การวิจัยระยะต่อไป ในกรณีที่มีสถานการณ์ใหม่ หรือสถานการณ์ที่แตกต่างจากที่เคยศึกษาไว้ อันจะทำให้ยุทธศาสตร์การวิจัยมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ความเป็นจริงมากขึ้น

๑๐.๒ การสื่อสารและการประสานงาน

ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นอัญมณีและเครื่องประดับจะเกี่ยวข้องกับภาคส่วนและองค์กรจำนวนมากและเป็นแผนระยะกลาง ดังนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสื่อสารอย่างใกล้ชิด ทั้งถึงและต่อเนื่อง ด้วยการนำของเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) นอกจากนี้อาจมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของแต่ละภาคส่วน (Sector Networking) และข้ามภาคส่วน (Inter-Sector Networking) กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง และอาจผนวกกับเครือข่ายออนไลน์ พัฒนาเป็นระบบสังคมออนไลน์ (Social Networking) ซึ่งจะเป็นช่องทางที่เหมาะสมในการดำเนินการพัฒนาสังคมออนไลน์จะเป็นการยกระดับความร่วมมือของนักวิจัยในสหวิทยาการ และช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและประสานงาน รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูล การโต้ตอบ และกระทำการติดต่อขอข้อมูลการวิจัยระหว่างภาคส่วนได้

๑๐.๓ ความพร้อมด้านทรัพยากร

มีการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ต้องมีความพร้อมด้านบุคลากรนักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัย ด้านระบบงาน และความพร้อมด้านระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศที่ใช้สำหรับกรวิจัย บุคลากรที่สนับสนุนการวิจัยต้องมีความรู้และมีจำนวนเพียงพอในการประสานงาน ระบบงานต่างๆ จะต้องมีความคล่องตัวที่เอื้อให้นักวิจัยสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบฐานข้อมูลการวิจัยในปัจจุบันยังมีลักษณะกระจัดกระจายและไม่ทันสมัย ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการวิจัยในอนาคต จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศการวิจัยที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลดังกล่าวในขอบเขตที่กำหนด มีการเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลการวิจัยขององค์กรและภาคส่วนอื่นทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีการประมวลผลปัญหาและถอดบทเรียนของการดำเนินงานในรูปแบบต่างๆ เพื่อจะนำไปพัฒนารูปแบบด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับต่อไป

๑๐.๔ วัฒนธรรมการวิจัย

สร้างเสริมวัฒนธรรมการวิจัย เช่น ควรส่งเสริมให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และองค์กรต่างๆ ได้มีโอกาสร่วมในการทำวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องในด้านการเป็นอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ขั้นตอนการเริ่มต้นการทำวิจัย โดยอาจร่วมแสดงความคิดเห็นต่อข้อเสนอการทำวิจัย และการร่วมวิจารณ์และเสนอแนะผลการวิจัย นอกจากนี้การเผยแพร่องค์ความรู้งานวิจัยไปสู่วงกว้างทั้งในประเทศและระดับสากล

๑๑. แนวทางในการติดตามและประเมินผล

มีการติดตามการประเมินผลของยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นอัญมณีและเครื่องประดับด้วยการบริหารจัดการระบบวิจัย เพราะสามารถเป็นกลไกในการติดตามประเมินผลนโยบายอย่างเป็นระยะและต่อเนื่อง เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาหรือข้อติดขัดได้อย่างทันท่วงที รวมทั้งกลไกดังกล่าวจะต้องสร้างดุลยภาพระหว่างคุณภาพของงานและความคล่องตัวในการดำเนินงานวิจัยด้วย

๑๒. เอกสารอ้างอิง

- ๑) นโยบายของของรัฐบาล เมื่อปี ๒๕๕๔
- ๒) ยุทธศาสตร์ประเทศ (Country Strategy)
- ๓) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)
- ๔) นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ ๘ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙)
- ๕) ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี ๒๕๕๗-๒๕๖๐
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)