



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา
ในการส่งเสริมโครงการการค้าสินค้าอัญมณีและ
เครื่องประดับไทยในบาหลีเรนให้ยั่งยืน

จัดทำโดย นางหทัยชนก ฤทธาคนี พรุโฌ
รหัส 8031

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 8 ปี 2559
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา
ในการส่งเสริมโครงการการค้าสินค้าอัญมณีและ
เครื่องประดับไทยในบาห์เรนให้ยั่งยืน

จัดทำโดย นางหทัยชนก ฤทธาคนี พรุโม
รหัส 8031

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 8 ปี 2559
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชูเกียรติ พันธ์พรประสิทธิ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(เอกอัครราชทูต สุจิตรา หิรัญพฤษภ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลอย สืบวิเศษ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษาส่วนบุคคลเรื่อง “บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามาในการส่งเสริมโครงการการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนให้ยั่งยืน” เกิดจากความสนใจของผู้ศึกษาที่ปรารถนาจะเห็นการดำเนินโครงการดังกล่าวซึ่งดำเนินมาแล้วเป็นเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2556-2558) มีความยั่งยืน และก่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างรูปธรรมต่อไทยทั้งในเชิงการเมือง เศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ นั้น เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และมีเม็ดเงินไหลสู่ผู้ผลิตซึ่งเป็นคนไทยโดยตรง แตกต่างจากสินค้าตัวอื่นๆ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ ที่ผลประโยชน์จะไหลไปสู่มือของประเทศที่ไทยรับจ้างผลิตให้

ผู้ศึกษาเห็นว่า การดำเนินการโครงการดังกล่าวของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ผ่านมานับว่ามีผลเป็นที่น่าพอใจ โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยไปยังบาห์เรนเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว และจำนวนผู้ประกอบการไทยที่ไปร่วมงานสินค้า Middle East International Jewellery & Watch Exhibition หรืองานจิวเวอรี อาหรับเบีย (Jewellery Arabia) ซึ่งเป็นงานใหญ่ที่สุดในบาห์เรนเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่าตัว สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและโอกาสของสินค้าดังกล่าวของไทยในตลาดบาห์เรน อย่างไรก็ดี การดำเนินโครงการดังกล่าวเพื่อรักษตลาดและปริมาณการค้าให้ยั่งยืนในระยะยาว นับเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะในเรื่องการจัดสรรงบประมาณ หรือการเสริมสร้างบูรณาการในการทำงานร่วมกันของหน่วยราชการไทยในการดำเนินโครงการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้มุ่งศึกษาเพื่อวิเคราะห์หว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของโครงการดังกล่าว เพื่อสถานเอกอัครราช-ทูตฯ สามารถกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ที่จะทำให้โครงการดังกล่าวมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้อย่างเหมาะสม

ในการศึกษาวิเคราะห์ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบความคิด SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ข้อเท็จจริง จากการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งจากภาครัฐและเอกชนจำนวน 15 คน โดยอาศัยประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาในฐานะเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินโครงการดังกล่าวให้ประสบผลสำเร็จ ตลอดจนการลงพื้นที่เยี่ยมชมเหมืองพลอยและพะปะผู้ประกอบการ รวมทั้งเยี่ยมชมตลาดค้าพลอยในจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้เข้าใจในสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยมากขึ้น และผลจากการศึกษา พบว่าความยั่งยืนในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรน นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในด้านต่างๆ ของไทย เช่น ความต่อเนื่องของนโยบาย การจัดสรรงบประมาณ การสร้างเครือข่ายติดต่อประสานงาน การแก้ไขปัญหาภาวะภัยพิบในการนำเข้าวัตถุดิบ การปรับปรุงโครงสร้างภาษีนำเข้า เป็นต้น หากภาครัฐและภาคเอกชนไทยไม่ให้ความสำคัญต่อประเด็นต่างๆ เหล่านี้ การสร้างความยั่งยืนของโครงการดังกล่าวของสถานเอกอัครราชทูตฯ ก็ย่อมเป็นไปได้ยาก ซึ่งรายละเอียดการศึกษาปรากฏอยู่ในบทที่ 3

ผู้ศึกษาได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการและเชิงนโยบายไว้ในบทที่ 4 เพื่อเสนอให้หน่วยราชการต่างๆ ร่วมมือกันในการสร้างความยั่งยืนให้แก่การดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนในระยะยาวต่อไป โดยในระดับปฏิบัติการนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่า

สถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องเป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยราชการไทยในต่างประเทศอื่นๆ อาทิ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองคูไบ (สคร.) สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ เมืองคูไบ จัดทำแผนงาน (roadmap) ระยะกลาง 5 ปี และระยะยาว 10 ปี เพื่อส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน ส่วนในระดับนโยบาย นั้น ผู้ศึกษาเห็นว่า กระทรวงการต่างประเทศจะมีบทบาทสำคัญยิ่งในการเจรจาเกี่ยวกับประเทศแหล่งวัตถุดิบและการแสวงหาตลาดในต่างประเทศ และเพื่อให้มีบูรณาการในการทำงานร่วมกับส่วนราชการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (สวอ.) ควรเสนอจัดตั้งคณะกรรมการร่วมเพื่อบูรณาการแผนยุทธศาสตร์และติดตามผลการดำเนินการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในต่างประเทศอย่างใกล้ชิด โดยคณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่พิจารณาแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการค้าสินค้าดังกล่าว เช่น ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง การแก้ไขปัญหาเรื่องวัตถุดิบ การขาดแคลนฝีมือแรงงาน เป็นต้น ซึ่งเมื่อทุกฝ่ายดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและมีการบูรณาการแล้ว ไทยจะต้องประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดบาหลีเรน และภูมิภาคตะวันออกกลาง รวมทั้งการที่ไทยมีเป้าหมายที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกใน พ.ศ. 2563 อย่างแน่นอน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่โครงการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อประเทศไทยและคนไทยอย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดทำรายงานการศึกษาฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความสนับสนุนและความช่วยเหลือของบุคคลต่างๆ ที่กรุณาให้ข้อคิดและสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ในโอกาสนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาทุกท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. ชูเกียรติ พันสพรประสิทธิ์ เอกอัครราชทูต สุจิตรา หรือพิภพ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลอย สืบวิเศษ สำหรับคำชี้แนะที่มีคุณค่ายิ่งต่อการจัดทำรายงานฉบับนี้ให้สำเร็จลงได้ ขอขอบคุณเอกอัครราชทูต วิชัย วราศิริกุล อดีตเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา นายปวีณ ธนรัช อดีตเลขานุการเอกประจำการ ณ สถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นอดีตผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานของผู้ศึกษาที่ให้ข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งนางพรสวาท วัฒนกุล และนางสาว ช่อเพชร แสนสุข ผู้อำนวยการและเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (สวอ.) ที่ได้กรุณาให้ความสนับสนุนด้านข้อมูลและให้ความอนุเคราะห์จัดกำหนดการนัดหมายให้ผู้ศึกษาเข้าเยี่ยมชมเหมืองพลอย และเข้าพบผู้ประกอบการในจังหวัดจันทบุรี และขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่านที่ไม่อาจเอ่ยชื่อได้ครบทุกท่าน ตลอดจนเอกอัครราชทูต ชยพันธ์ บำรุงพงศ์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา ผู้บังคับบัญชาในปัจจุบันของผู้ศึกษาที่กรุณาให้การสนับสนุนให้ผู้ศึกษาเข้ารับการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 8 ในครั้งนี้ รวมทั้งเพื่อนข้าราชการในสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ได้ให้กำลังใจและช่วยรับภาระด้านงานระหว่างที่ผู้ศึกษาเข้ารับการอบรมในประเทศไทย

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณนางสาวภัทรรัตน์ หงษ์ทอง ผู้อำนวยการสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ และเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกท่าน รวมทั้งเพื่อนร่วมรุ่นหลักสูตร นบท. 8 ทุกท่านที่สนับสนุนกระบวนการจัดทำและการนำเสนอรายงานการศึกษาให้ผ่านไปได้อย่างดี โดยเฉพาะนางสาวศรัภัส สะศิวนิช อดีตหัวหน้าสำนักงานหนังสือเดินทางชั่วคราวจันทบุรี ที่กรุณาพาผู้ศึกษาไปทัศนศึกษาจังหวัดจันทบุรีด้วย ทำให้ผู้ศึกษารู้สึกดีใจและภูมิใจยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร นบท. 8 ในครั้งนี้

หทัยชนก ฤทธาคนี ฟรุโม

สิงหาคม 2559

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	8
1.4 4 คำถามการศึกษา	9
1.5 สมมุติฐานการศึกษา	9
1.6 ประโยชน์ของการศึกษา	9
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดทฤษฎี SWOT Analysis	10
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ผลการศึกษา	13
3.1 การดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558	13
3.2 บทบาทของหน่วยงานไทยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนใน พ.ศ. 2556-2558	15
3.3 ผลการดำเนินโครงการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน	17
3.4 นโยบายส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก	18
3.5 กรณีศึกษาการดำเนินการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน (SWOT Analysis)	20
3.6 การวิเคราะห์ SWOT Analysis	22
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	28
4.1 สรุปผลการศึกษา	28
4.2 ข้อเสนอแนะ	29
4.3 บทส่งท้าย	34
บรรณานุกรม	36
ภาคผนวก	39
ประวัติผู้เขียน	41

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	สถิติมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับโลกและไทย-บาหลีเรน ระหว่าง พ.ศ. 2555-2558	3
ตารางที่ 2	มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับบาหลีเรนรายสินค้า 5 อันดับแรก ระหว่าง พ.ศ. 2555-2558	6
ตารางที่ 3	มูลค่าการค้าสินค้าทองคำแท่งและเครื่องประดับของกลุ่มประเทศจีซีซีและไทย ระหว่าง พ.ศ. 2556-2557	6
ตารางที่ 4	SWOT Analysis การดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและ เครื่องประดับไทยในบาหลีเรนระหว่าง พ.ศ. 2556-2558	20
ตารางที่ 5	แผนงานในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน	30

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	แผนที่บาหลีเรน	1
ภาพที่ 2	แผนภาพตาราง SWOT Matrix	11

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1.1 บาหลีเรน และความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับบาหลีเรน



ภาพที่ 1 แผนที่บาหลีเรน

ที่มา: <http://www.worldatlas.com>

บาหลีเรนเป็นประเทศขนาดเล็ก มีเนื้อที่ 760 ตารางกิโลเมตร ซึ่งใหญ่กว่าสิงคโปร์ไม่มากนัก (719 ตารางกิโลเมตร) และมีจำนวนประชากรเพียง 1.35 ล้านคน (พ.ศ. 2557) แต่เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง โดยใน พ.ศ. 2557 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 34,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รายได้ประชาชาติเฉลี่ยต่อคนต่อปี (per capita income) เท่ากับ 21,060 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นอันดับ 55 ของโลก¹ และเป็นสมาชิกของกลุ่มคณะมนตรีความร่วมมือแห่งรัฐอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council : GCC ต่อไปนี้จะเรียกย่อๆ ว่าจีซีซี) ซึ่งเป็นการรวมตัวของกลุ่มประเทศ

¹ World Bank, [Gross national income per capita](http://data.worldbank.org/data/download/GNIPC.pdf) [ออนไลน์], 2014, แหล่งที่มา: <http://data.worldbank.org/data/download/GNIPC.pdf>.

ตะวันออกกลาง ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โอมาน กาตาร์ คูเวต และบาห์เรน ทำให้การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกมีความสะดวกยิ่งขึ้น อีกทั้งบาห์เรนยังเป็นที่ตั้งของ สะพาน King Fahd Causeway ที่เชื่อมโยงระหว่างบาห์เรนกับซาอุดีอาระเบียซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ โดยเฉพาะเมืองดัมมัม (Dammam) เมืองอัลคอบาร์ (Al Khobar) ในเขตจังหวัดภาคตะวันออกของ ซาอุดีอาระเบียซึ่งมีจำนวนประชากรถึง 4 ล้านคน สะพานดังกล่าวทำให้การเดินทางสัญจรและการ ขนส่งสินค้าระหว่างสองประเทศทำได้ง่าย และสะดวก บาห์เรนจึงเป็นประตูเศรษฐกิจการค้าของไทย สู่ซาอุดีอาระเบียได้อีกช่องทางหนึ่งในช่วงเวลาที่ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับซาอุดีอาระเบียยังมีความ เปรราะบาง โดยเฉพาะการเดินทางไปยังเมืองอัลคอบาร์และเมืองดัมมัม ซึ่งใช้เวลาในการเดินทางจาก บาห์เรนเพียง 45 นาทีและ 2 ชั่วโมง โดยมีระยะทางประมาณ 58 และ 95 กิโลเมตรตามลำดับ และ การเดินทางไปยังกรุงริยาด เมืองหลวงของซาอุดีอาระเบียใช้เวลาเดินทางเพียง 6 ชั่วโมง ในระยะทาง 480 กิโลเมตร

ไทยกับบาห์เรนสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2520 และมีความสัมพันธ์ต่อกันที่มีความใกล้ชิดในลักษณะพิเศษ และมีการแลกเปลี่ยน การเยือนระดับสูงระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ โดยบาห์เรนถือเป็นพันธมิตรที่สำคัญที่สุดประเทศหนึ่ง ของไทยในภูมิภาคตะวันออกกลาง และมีบทบาทเชื่อมโยงไทยสู่ประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางใน หลายมิติ รวมทั้งสนับสนุนไทยในเวทีระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด เช่น องค์การความร่วมมืออิสลาม (Organisation of Islamic Cooperation-OIC) องค์การสหประชาชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้นำคนสำคัญของบาห์เรน เช่น สมเด็จพระราชาธิบดีฮามัด บิน อีซา อัลคอลิฟะห์ แห่ง บาห์เรน และ เซคคอลิฟะห์ บิน ซัลมาน อัล คอลิฟะห์ นายกรัฐมนตรีบาห์เรน ทรงเป็นผู้มีบทบาท สำคัญที่ทำให้เกิดกระแสนิยมไทยในบาห์เรนเพราะทรงเป็นมิตรรักของไทยและทรงสนพระทัยใน วัฒนธรรมและธรรมชาติของคนไทย ทรงเห็นว่า คนไทยมีอัธยาศัยไมตรีจิตอันดีงาม ส่งผลให้ชาว บาห์เรนโดยทั่วไปเกิดความสนใจไทยไปด้วย โดยในแต่ละปีมีชาวบาห์เรนที่เดินทางไปท่องเที่ยวในไทย กว่า 30,000 คน ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อไทยให้มีโอกาสที่จะส่งเสริมความร่วมมือกับ บาห์เรนในด้านต่างๆ ได้อย่างสะดวก

อย่างไรก็ดี ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับบาห์เรนยังมีค่อนข้างน้อย มูลค่าการค้าระหว่างกันยังไม่มากนัก บาห์เรนเป็นประเทศคู่ค้าลำดับที่ 60 ของไทย โดยใน พ.ศ. 2558 มีมูลค่าการค้าระหว่างกันรวม 406 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจาก พ.ศ. 2557 ร้อยละ 24² ซึ่ง ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไทยเห็นบาห์เรนเป็นตลาดขนาดเล็ก จึงหันไปสนใจการส่งเสริมความสัมพันธ์ ทางเศรษฐกิจกับประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีตลาดขนาดใหญ่กว่า เช่น สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์กาตาร์ ซึ่งเป็นคู่ค้าอันดับที่ 10 กับ 25 ตามลำดับ

² ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, การค้าไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www2.ops3.moc.go.th/>.

ตารางที่ 1 สถิติมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับโลกและไทย-บาหลีเรนระหว่าง พ.ศ. 2555-2558³

รายการ	มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ				อัตราการขยายตัว (%)			
	2555	2556	2557	2558	2555	2556	2557	2558
ไทย-โลก								
มูลค่าการค้ารวม	478,220	478,911	455,271	417,029	5.95	0.14	-4.94	-8.40
การส่งออก	229,105	228,504	227,523	213,375	2.93	-0.26	-0.43	-5.78
การนำเข้า	249,115	250,406	227,748	202,654	8.89	0.52	-9.05	-11.02
ดุลการค้า	-20,009	-21,901	-224	11,721				
ไทย-บาหลีเรน								
มูลค่าการค้ารวม	428	627	475	406	44.51	46.41	-24.26	-14.58
การส่งออก	163	219	240	217	16.12	34.64	9.47	-9.48
การนำเข้า	265	408	234	188	70.08	53.65	-42.43	-19.80
ดุลการค้า	-102	-188	5.71	29.41				

1.1.2 บทบาทของสถานเอกอัครราชทูตในการส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนระหว่างไทยกับบาหลีเรน

โดยที่ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ยังไม่มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) ที่กรุงมานามา บาหลีเรน และมอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองดูไบ มีเขตอาณาดูแลบาหลีเรน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา จึงไม่ได้จำกัดขอบเขต การปฏิบัติงานในการส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนเฉพาะในด้านนโยบาย เศรษฐกิจระหว่างไทยกับบาหลีเรนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการแสวงหาตลาดใหม่ๆ ให้กับสินค้าไทยที่มี ศักยภาพ และการส่งเสริมความร่วมมือในสาขาที่ทั้งสองประเทศมีศักยภาพเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

นับตั้งแต่ พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา กระทรวงการต่างประเทศได้ริเริ่มดำเนินโครงการ 1 ทูต 3 ผลิตรายการตามนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศที่มอบหมายให้เอกอัครราชทูตและ กงสุลใหญ่ของไทยในต่างประเทศระบุสินค้าจำนวน 3 รายการที่มีศักยภาพในตลาดของประเทศที่ ประจําการ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าเกษตรเป็นอันดับแรก ซึ่งสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา ได้กำหนดให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นผลิตรายการหนึ่งในสาม (เป็นลำดับที่ 3) เนื่องจากเห็นว่า

1) อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสาขาที่ไทยมีศักยภาพสูงและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การค้า การจ้างแรงงาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการเสริมสร้างความคิด สร้างสรรค์ ที่สามารถขยายตัวต่อยอดก่อให้เกิดรูปแบบสินค้าและบริการต่างๆ ที่มีลักษณะวิสาหกิจ

³ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, อ้างแล้ว.

ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยโดยรวม⁴ โดยใน พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับปรับขึ้นเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 2 ของไทย จากเดิมที่อยู่ในอันดับ 3 มีมูลค่าการส่งออกกว่า 350,000 ล้านบาท⁵ และสำหรับตลาดใน บาหลีเรน สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นลำดับที่ 2 รองจากสินค้านำ รยยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2555 ซึ่งเป็นช่วงภายหลังการเหตุการณ์ Arab Spring ในบาหลีเรนเมื่อ พ.ศ. 2554 มูลค่าการค้าอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับบาหลีเรน ลดลง สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงเห็นควรเพิ่มบทบาทในการส่งเสริมและฟื้นฟูตลาดการค้าสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน

2) สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดบาหลีเรนส่วนใหญ่นำเข้าจากอินเดีย และฮ่องกง ซึ่งถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย เนื่องจากนักธุรกิจและผู้ประกอบการอัญมณีและ เครื่องประดับในบาหลีเรนส่วนใหญ่เป็นชาวอินเดียและปากีสถาน จึงมีความคุ้นเคยกับสินค้าจากอินเดีย อย่างไรก็ตาม นักธุรกิจและผู้ประกอบการในบาหลีเรนตระหนักดีว่าไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพใน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะฝีมือการเจียรไน จึงมีความสนใจจะนำเข้าสินค้า จากไทย แต่ยังคงขาดความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่มีความน่าเชื่อถือ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการไทยก็ขาดความรู้เกี่ยวกับตลาดการค้าอัญมณีในบาหลีเรน และยังมีทัศนคติ เชิงลบเกี่ยวกับประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางโดยรวมว่ามีปัญหาการสู้รบและไม่ปลอดภัย จึงไม่ สนใจเข้าร่วมงาน Middle East International Jewelry & Watch Exhibition หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า งานจิวเวลรี่อาระเบีย (Jewelry Arabia) ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในบาหลีเรน ที่ใหญ่ที่สุดงานหนึ่งในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยในอดีตที่ผ่านมามีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน แสดงสินค้าดังกล่าวมากที่สุดไม่เกิน 10 รายเท่านั้น

3) นอกเหนือจากผลประโยชน์ทางการค้าแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังเห็นว่า โดยที่นายกรัฐมนตรีบาหลีเรนทรงมีความสนพระทัยในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของ บาหลีเรน และทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ของงานจิวเวลรี่อาระเบีย โดยทรงเสด็จเป็นประธานในพิธีเปิดงาน ดังกล่าวเป็นประจำทุกปี ดังนั้น การเข้าร่วมเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่อาระเบียของไทย ย่อมเป็น ผลดีต่อการสร้างอำนาจอ่อน (soft power) ที่มีผลต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับ บาหลีเรนได้ในทางอ้อม อีกทั้งสถานเอกอัครราชทูตฯ เห็นว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมี ศักยภาพที่จะส่งเสริมให้เป็นสาขาความร่วมมือใหม่ๆ ระหว่างไทยกับบาหลีเรนได้ และสอดคล้องกับ นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับของโลกด้วย

ในระหว่าง พ.ศ. 2556-2558 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เริ่มโครงการเสริมสร้าง โอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทย-บาหลีเรน โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ที่สำคัญคือ การสร้างความรู้จัก และคุ้นเคยสินค้าไทยผ่านช่องทางการค้าที่เหมาะสม และการสร้างแบรนด์สินค้าของไทย เพื่อเป็นการ

⁴ จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา, การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bu.ac.th/knowledgecentre/executive_journal/oct_dec_12/pdf.

⁵ สัมภาษณ์ สุทธิพงศ์ ดำรงค์สกุล, นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ, 22 มิถุนายน 2559.

ปูพื้นฐานให้ผู้ประกอบการบาหลีเรนและไทยมีความรู้จักคุ้นเคยกัน อันจะมีส่วนสำคัญในการเปิดตลาดสินค้าดังกล่าวของไทยในบาหลีเรนได้ในอนาคต โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมมือกับสภาหอการค้าและอุตสาหกรรมบาหลีเรน กระทรวงพาณิชย์ และสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สวอ.) ของไทยอย่างต่อเนื่องในการจัดกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ได้แก่ (1) นำคณะผู้ประกอบการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากบาหลีเรนไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าบางกอกเจมส์แอนด์จิวเวลรี่ (Bangkok Gems & Jewelry) ที่กรุงเทพฯ ซึ่งถือว่าเป็นงานที่ใหญ่และมีชื่อเสียง (2) จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ให้แก่ผู้ประกอบการไทยและบาหลีเรน (3) จัดการเยี่ยมชมสถานประกอบการของผู้ประกอบการไทย และ (4) จัดให้ผู้ประกอบการจากบาหลีเรนเข้าเยี่ยมชมคารวะและพบปะหารือกับผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ สภาธุรกิจไทย-บาหลีเรน หอการค้าแห่งประเทศไทย และ สวอ.

ภายหลังจากที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เริ่มดำเนินโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทย-บาหลีเรน เพื่อการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนเป็นเวลา 3 ปี โดยใช้งบประมาณไปเพียง 800,000 บาท ใน พ.ศ. 2559 จึงเห็นว่า มีพัฒนาการที่น่าสนใจเกิดขึ้นได้แก่ (1) จำนวนผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในบาหลีเรนเพิ่มขึ้นกว่า 5 เท่า จากจำนวน 6-7 รายใน พ.ศ. 2556 เป็นจำนวน 30 รายใน พ.ศ. 2557 และ พ.ศ. 2558 (2) กระทรวงพาณิชย์และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้นำคณะนางงามของไทยมาเดินแฟชั่นโชว์ในงานเปิดตัวไทยพาวีเลียน และไทยไนท์ในงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่อาร์เอเชีย (3) อัตราการขยายตัวทางการค้าเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว คือจาก 17.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ใน พ.ศ. 2556 เป็น 33.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ใน พ.ศ. 2558 และ (4) สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีมูลค่าการส่งออกไปยังบาหลีเรนสูงเป็นอันดับ 2 ของมูลค่าการค้าทั้งหมดเป็นเวลา 3 ปีติดต่อกัน ซึ่งตัวเลขดังกล่าวที่เกิดขึ้นบ่งชี้ว่า แผนการส่งเสริมตลาดการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เริ่มมีแนวโน้มที่ดีและสะท้อนให้เห็นว่า สินค้าดังกล่าวของไทยมีศักยภาพสูง สามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อีกหากได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ตารางที่ 2 มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับบราซิลรายสินค้า 5 อันดับแรกระหว่าง พ.ศ. 2555-2558⁶

ลำดับ ที่	ชื่อสินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญ				อัตรายายตัว (%)			
		2555	2556	2557	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)	2555	2556	2557	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)
1	รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	60.0	103.5	120.2	96.8	98.84	72.61	16.12	-19.49
2	อัญมณีและ เครื่องประดับ	17.9	25.6	36.9	33.9	-17.12	43.41	44.06	-8.18
3	เครื่องคอมพิวเตอร์ ของเครื่องทำความเย็น	7.5	11.8	10.7	9.5	-3.98	58.51	-9.41	-11.29
4	ทองแดงและทำด้วย ทองแดง	8.3	8.5	5.6	6.4	-2.05	2.43	-33.65	13.71
5	ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและ ส่วนประกอบ	5.0	5.1	4.5	4.9	46.33	1.27	-11.59	9.01

ตารางที่ 3 มูลค่าการค้าสินค้าทองคำแท่งและเครื่องประดับของกลุ่มประเทศจีซีซีและไทย ระหว่าง พ.ศ. 2556-2557⁷

ประเทศ	2556 (ดอลลาร์สหรัฐ)		2557 (ดอลลาร์สหรัฐ)	
	ทองคำแท่ง	เครื่องประดับ/ โลหะมีค่า	ทองคำแท่ง	เครื่องประดับ/ โลหะมีค่า
ไทย				
นำเข้า	14,739,675,280	538,963,254	6,448,444,828	486,177,341
ส่งออก	2,941,111,670	2,109,940,524	2,482,632,346	2,143,335,233
บราซิล				
นำเข้า	236,321,677	143,929,604	275,218,013	174,733,430
ส่งออก	235,735	662,244,223	-	487,021,422
คูเวต				
นำเข้า	795,371,063	544,917,146	739,033,481	655,915,596
ส่งออก	4,233	289,885,964	4,077	217,609,053

⁶ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, การค้าไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www2.ops3.moc.go.th/>.

⁷ United Nations Statistics Division, United Nations Commodity Trade Statistics Database [Online], Available from: <http://comtrade.un.org/db/mr/rfCommoditiesList.aspx?px=H2&cc=7113>.

ประเทศ	2556 (ดอลลาร์สหรัฐ)		2557 (ดอลลาร์สหรัฐ)	
	ทองคำแท่ง	เครื่องประดับ/ โลหะมีค่า	ทองคำแท่ง	เครื่องประดับ/ โลหะมีค่า
โอมาน				
นำเข้า	224,524,401	3,307,648	207,770,161	231,169,527
ส่งออก	6,389,386	75,756	2,455,087	5,267,940
กาตาร์				
นำเข้า	271,529,736	425,964,589	267,529,736	367,164,354
ส่งออก	-	-	-	-
ซาอุดีอาระเบีย				
นำเข้า	4,471,949,830	478,001,711	-	-
ส่งออก	137,842,839	587,522,068	-	-
UAE				
นำเข้า	35,268,469,925	9,061,761,109	23,432,181,841	9,512,706,093
ส่งออก	22,969,475,957	9,156,164,226	11,650,270,338	11,515,944,067

นอกจากนี้ ผลจากการดำเนินการดังกล่าว นำไปสู่การลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือระหว่างไทยกับบาห์เรนในด้านการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 3 ฉบับ ได้แก่ บันทึกความเข้าใจระหว่างหอการค้าและอุตสาหกรรมบาห์เรนกับ สวอ. (Memorandum of Understanding between Bahrain Chamber of Commerce and Industry and the Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organisation) ซึ่งลงนามเมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2556 บันทึกความเข้าใจระหว่าง สวอ. กับกรมตรวจสอบโลหะมีค่าและอัญมณี กระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมบาห์เรน ซึ่งลงนามเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2557 และ บันทึกความเข้าใจระหว่าง สวอ. กับสมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในประเทศจีซีซี (Gulf Cooperation Council Gold & Jewelry Association) ซึ่งลงนามเมื่อวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2559

1.1.3 ปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนอย่างยั่งยืน

อาจกล่าวได้ว่า การดำเนินโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทย-บาห์เรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่เน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในบาห์เรนให้เป็นที่รู้จักประสบความสำเร็จด้วยดีสำหรับการดำเนินการตามกลยุทธ์ระยะสั้น แต่การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อรักษาตลาดและปริมาณการค้าให้ยั่งยืนในระยะยาวนับเป็นความท้าทายที่สำคัญเนื่องจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของไทยมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของการส่งเสริมตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรน

ในรายงานฉบับนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดว่าปัจจัยภายในของไทย หมายถึง สภาพแวดล้อมในส่วนที่เกี่ยวกับสถานเอกอัครราชทูตฯ และฝ่ายไทย ได้แก่ ปัญหาเรื่องงบประมาณจากส่วนกลาง ความไม่ต่อเนื่องของนโยบาย การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย ความสนใจตลาดของผู้ประกอบการไทย ส่วนปัจจัยภายนอกของไทย หมายถึง สภาพแวดล้อมในส่วนที่เกี่ยวกับฝ่ายบาหลีเรนเป็นหลัก เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจของกลุ่มจีซีซี อย่างไรก็ตาม อาจจะมีปัจจัยบางตัวที่เป็นทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เนื่องจากเกี่ยวข้องกับทั้งฝ่ายไทยและบาหลีเรน เช่น ความก้าวหน้าในการส่งเสริมความร่วมมือด้านอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับบาหลีเรน ภายใต้กรอบบันทึกความเข้าใจ ที่ได้ลงนามร่วมกันไว้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกของไทย รวมทั้งอุปสรรคในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนเกิดความยั่งยืน

1.2.2 เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นข้อเสนอแนะให้แก่สถานเอกอัครราชทูตฯ กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงพาณิชย์ในการดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนให้เกิดความยั่งยืน ตลอดจนขยายผลไปยังประเทศจีซีซีอื่นๆ ต่อไป

1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตการศึกษา

รายงานฉบับนี้จะค้นคว้าและศึกษาแนวทางและกลยุทธ์ในการดำเนินโครงการส่งเสริมตลาดการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558

1.3.2 วิธีการดำเนินการศึกษาและระเบียบวิธีการศึกษา

1) รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาในฐานะที่ปฏิบัติราชการอยู่ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ และได้รับมอบหมายจากเอกอัครราชทูตฯ ให้ดูแลรับผิดชอบงานด้านการเมืองและเศรษฐกิจ รวมทั้งกำกับดูแลการดำเนินโครงการส่งเสริมเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทยกับบาหลีเรนให้เป็นไปตามแผนและเป้าหมายของสถานเอกอัครราชทูตฯ

2) รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์แบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่างบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทยกับบาหลีเรน ซึ่งผู้ศึกษาจะกำหนดแนวคำถามที่ใกล้เคียงกัน (ตามภาคผนวก ก) ได้แก่ อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำบาหลีเรนที่ปฏิบัติราชการในช่วง พ.ศ. 2554-2558 เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย (ข้าราชการสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการด้านเศรษฐกิจในช่วง พ.ศ. 2555-2558 ข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศ (เจ้าหน้าที่โต๊ะบาหลีเรน) ข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ที่รับผิดชอบด้านสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เจ้าหน้าที่และนักวิจัยของ สวอ. นายกและรองนายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ) เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของบาหลีเรน ได้แก่ สมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในประเทศจีซีซี ผู้ประกอบการไทย ได้แก่ เจ้าของร้านจิวเวลรี่ไทย

เจ้าของเหมืองพลอยในจังหวัดจันทบุรี เจ้าหน้าที่บริษัทเอกชนที่เป็นหุ้นส่วนกับกระทรวงพาณิชย์ในการรับจัดงานอีเวนต์ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงกลางรวมจำนวนทั้งสิ้น 15 ราย

3) รวบรวม ประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิโดยการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือ บทความวิจัย โทรเลขรายงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์

4) การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลจะทำในเชิงพรรณนาโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค หรือ SWOT Analysis ของศาสตราจารย์อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) เป็นกรอบในการวิเคราะห์และประมวลผลการศึกษาในการกำหนดแนวทางที่จะส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในบาห์เรนอย่างยั่งยืน

1.4 คำถามการศึกษา

ปัจจัยใดที่ทำให้โครงการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนยั่งยืน

1.5 สมมุติฐานการศึกษา

1.4.1 ปัจจัยภายในด้านต่างๆ ของไทยมีอิทธิพลทำให้โครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนเกิดความยั่งยืน

1.6 ประโยชน์ของการศึกษา

1.6.1 เกิดข้อเสนอแนะในการจัดทำแผนและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในระยะยาวได้อย่างต่อเนื่องและเกิดประสิทธิผล

1.6.2 เกิดข้อเสนอแนะในการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไทยในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าสินค้าอัญมณีในกลุ่มประเทศจีซีซีในอนาคต

1.6.3 สร้างความเข้าใจและทราบปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนเกิดความยั่งยืน

1.6.4 ก่อให้เกิดความสนใจในตลาดบาห์เรนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมองต่อยอดให้เห็นถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจของบาห์เรน และใช้เป็นประตูสู่ภูมิภาคตะวันออกเฉียงในวงกว้างมากขึ้นโดยเฉพาะชาวคูเวตอาระเบีย

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี SWOT Analysis

รายงานฉบับนี้จะใช้แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค หรือ SWOT Analysis ของศาสตราจารย์อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Prof. Albert Humphrey) มาใช้ในการประเมินและวิเคราะห์ผลการศึกษาและเกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

แนวคิดทฤษฎีวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ทั้งภายในและภายนอกเพื่อค้นหาจุดแข็ง (S-Strengths) จุดอ่อน (W-Weaknesses) โอกาส (O-Opportunities) และอุปสรรค (T-Threats) ขององค์กรทางธุรกิจ โดยได้รับการพัฒนาในรูปแบบขึ้นโดยศาสตราจารย์ ฮัมฟรีย์ แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ซึ่งเป็นผู้นำคณะนักวิจัยที่ทำกับผู้บริหารของบริษัทต่างๆ ในนิตยสาร Fortune 500 ซึ่งทำให้เกิดแบบจำลอง Team Action Model ขึ้นอันเป็นผลจากการวิจัยและใช้ทฤษฎี SWOT Analysis ดังกล่าว⁸ ต่อมารูปแบบการวิเคราะห์นี้ได้ถูกใช้โดยหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่างๆ อย่างกว้างขวางเพื่อประเมินศักยภาพในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมาย

แนวคิดดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้และชัดเจนขึ้นในการเรียนรู้ศักยภาพของตนเอง หรือที่เรียกว่า “รู้เรา” จากการศึกษาและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง เช่น นโยบาย วัฒนธรรม งบประมาณ และการเรียนรู้ศักยภาพของอีกฝ่ายหนึ่ง หรือที่เรียกว่า “รู้เขา” จากการศึกษาและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาสและอุปสรรคต่างๆ เช่น สภาวะเศรษฐกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความแข็งแกร่งของกลุ่มแข่งขัน ซึ่งการศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีวิเคราะห์ SWOT จะทำให้ตารางในรูปแบบ 2 x 2 ที่เรียกว่า SWOT Matrix ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็งและจุดอ่อน (S-W) และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาสและอุปสรรค (O-T) แต่ละอย่างมีอิทธิพลและเป็นประโยชน์อย่างไร เพื่อให้ผู้ศึกษาสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน หรือปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและเกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย

⁸ Wikipedia, การวิเคราะห์สวอต, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://th.m.wikipedia.org>.



ภาพที่ 2 แผนภาพตาราง SWOT Matrix⁹

ผู้ศึกษาจะใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ SWOT เป็นกรอบในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทย-บาหลีเรน เพื่อส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมายและวิธีการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในระยะยาวต่อไป

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ผู้ศึกษาได้ค้นคว้ารายงานการศึกษาส่วนบุคคลซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) ในหัวข้อที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมาบ้างแล้ว แต่เป็นการส่งเสริมสินค้าคนละประเภท โดยทั้งหมดจะเป็นการส่งเสริมการค้าสินค้าอาหารไทย จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

1) รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง ตลาดสินค้าอาหารของโรมาเนียกับโอกาสการส่งออกของไทย จัดทำโดย นางสาวอังสนา สีหพิทักษ์ นบท. รุ่นที่ 2 พ.ศ. 2553 ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้กรอบวิเคราะห์ SWOT Analysis และทฤษฎีอุปทานและอุปสงค์ (Demand and Supply Analysis) มาทำการวิเคราะห์ และพบว่า แม้ไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญอันดับต้นๆ ของโลก แต่ก็ยังประสบปัญหาในเรื่องการหาตลาดรองรับ การรักษาภาพลักษณ์ และคุณภาพสินค้า

⁹ The Social Change Consulting, The Wrong Way to SWOT [Online], Available from: <http://socialchangeconsulting.com/>.

2) รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง สินค้าฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย : เส้นทางโอกาส ความท้าทายและความร่วมมือ จัดทำโดย นายอภิรัตน์ สุคนธาภิรมย์ ณ พัทลุง นบท. รุ่นที่ 4 พ.ศ. 2555 ซึ่งผู้ศึกษาโดยใช้กรอบวิเคราะห์ SWOT Analysis และทฤษฎี Competitive Advantage และ National Diamond Model ของศาสตราจารย์ Michael E. Porter เป็นกรอบในการศึกษา และได้สรุปข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายภาครัฐและการดำเนินการของภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน พัฒนาโอกาสและเอาชนะอุปสรรคในการส่งเสริมสินค้าฮาลาลไทยในตลาดอินโดนีเซียไว้ได้อย่างน่าสนใจ

3) รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ จัดทำโดย นางเอื้องพงศ์ อ่วมพิทยา นบท. รุ่นที่ 7 พ.ศ. 2558 ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้กรอบวิเคราะห์ SWOT Analysis มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทำให้เข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อนของหน่วยงาน และทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงานตามแผนงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สินค้าอาหารไทยและประเทศในกรีซ

อนึ่ง แม้รายงานการศึกษาส่วนบุคคลทั้งสามฉบับจะมีได้กล่าวถึงประสบการณ์ในการดำเนินโครงการส่งเสริมค้าอัญมณีและเครื่องประดับโดยตรง แต่การทบทวนรายงานดังกล่าวข้างต้นมีส่วนช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจแนวทางการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศแห่งอื่นๆ เพื่อกำหนดกลยุทธ์สำหรับส่งเสริมการค้าสินค้าอาหารไทยในต่างประเทศ รวมทั้งทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการดังกล่าวว่ามีความคล้ายคลึงกับการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากน้อยเพียงใด

2.2.2 ผู้ศึกษาได้ศึกษาบทวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมตลาดการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในบาหลีเรนจำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1) บทวิจัย เรื่อง บาหลีเรนประตูการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตะวันออกกลาง จัดทำโดยศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สวอ. (พ.ศ. 2558) ซึ่งผลจากการวิจัย คณะผู้วิจัยเห็นว่าตลาดบาหลีเรนเข้าถึงและเจาะตลาดได้ง่ายกว่าสหรัฐอเมริกาหรือเอมิเรตส์ สินค้าไทยมีศักยภาพสำหรับตลาดระดับบน ได้แก่ สินค้าเครื่องประดับที่ตัวเรือนทำด้วยทองคำขาว หรือทองคำประดับด้วยเพชร และพลอยเจียรไน ส่วนตลาดระดับรองลงมานิยมเครื่องประดับที่ตัวเรือนทำด้วยเงินประดับด้วยพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน โดยควรเลือกช่องทางในการขายสินค้าด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และส่งออกสินค้าผ่านตัวแทนนำเข้า

2) เอกสารประกอบการนำเสนอบทวิจัยเรื่อง เส้นแห่งดินแดนอาหรับกับตลาดอัญมณีและเครื่องประดับไทย ภายใต้โครงการศึกษาโอกาสการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดภูมิภาคตะวันออกกลาง (พ.ศ. 2558) จัดทำโดย สวอ. ร่วมกับสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งคณะนักวิจัยได้ค้นคว้า ศึกษาและประเมินเกี่ยวกับจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน และได้สรุปว่า ไทยควรขยายตลาดสินค้าเพชรและพลอยเจียรไนในไทยสู่ตลาดภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยพึ่งพาผู้ประกอบการในบาหลีเรน ในเมืองดูไบ และผู้ประกอบการไทยจะต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในบาหลีเรนมากขึ้น

บทที่ 3 ผลการศึกษา

ตามที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ 1 ว่าการดำเนินโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทยกับบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วง พ.ศ. 2556-2558 โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในบาหลีเรนให้เป็นที่รู้จัก ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายระยะสั้น คือ มีจำนวนผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในบาหลีเรนเพิ่มขึ้นจากจำนวนไม่ถึง 10 ราย เป็น 30 ราย มีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้นจาก 17.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐใน พ.ศ. 2556 เป็น 33.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐใน พ.ศ. 2558 รวมทั้งยังมีการลงนามในบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือระหว่างไทยกับบาหลีเรนในด้านการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างกันจำนวน 3 ฉบับ

ผู้ศึกษาเห็นว่าการศึกษาที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จะกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมได้นั้น จะต้องเข้าใจก่อนว่าที่ผ่านมาสถานเอกอัครราชทูตฯ มีการดำเนินโครงการอย่างไร มีขั้นตอนใด และมีกิจกรรมอื่นใดของหน่วยงานอื่นเกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันบ้าง จึงจะสามารถวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่ทำให้โครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วง พ.ศ. 2556-2558 ประสบผลตามเป้าหมาย โดยผู้ศึกษาจะใช้กรอบความคิด SWOT Analysis มาประเมินและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่างๆ ของการดำเนินโครงการของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อให้เข้าใจว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความยั่งยืน อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนในระยะยาวต่อไป

3.1 การดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558¹⁰

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้กำหนดสินค้าที่จะส่งเสริมภายใต้โครงการ 1 ทูต 3 ผลิตภัณฑ์ ตามนโยบายของกระทรวงการต่างประเทศใน พ.ศ. 2556 โดยได้กำหนดให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งในสาม เนื่องจากสถานเอกอัครราชทูตฯ เห็นว่าอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีศักยภาพที่จะเข้าสู่ตลาดบาหลีเรนได้ รวมทั้งเห็นว่าชาวบาหลีเรนมีกำลังซื้อและความสนใจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความสวยงาม เน้นรูปแบบการ ออกแบบและคุณภาพที่มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ งานแสดงสินค้าบางกอกเจมส์ แอนด์ จิวเวลรี่ (Bangkok Gems &

¹⁰ สัมภาษณ์ ปรีณ รัชช, เลขานุการเอก รับผิดชอบงานด้านเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ., 2556-2558, 23 มิถุนายน 2559.

Jewelry) ของไทยและงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่ อาระเบียของบาห์เรนเป็นงานใหญ่ที่ประสบความสำเร็จ และเป็นช่องทางที่จะนำสินค้าไทยเข้าสู่ตลาดบาห์เรนได้

เมื่อสถานเอกอัครราชทูตฯ กำหนดตัวสินค้าที่ตั้งเป้าจะส่งเสริมได้แล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงจัดทำรายละเอียดข้อเสนอโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับบาห์เรน โดยมีกิจกรรมหลักคือการนำคณะผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับในบาห์เรนเดินทางเยือนไทยเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับประจำปี เพื่อขอรับจัดสรรงบประมาณจากกระทรวงการต่างประเทศ โดยในพ.ศ. 2556 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับการจัดสรรงบประมาณภายใต้งบประมาณภารกิจที่มประเทศไทยรวม 400,000 บาท จากนั้น จึงเริ่มติดต่อกับผู้ประกอบการบาห์เรนเพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยตรง และพบว่าผู้ประกอบการบาห์เรนส่วนใหญ่ทราบถึงศักยภาพและคุณภาพของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยอยู่แล้ว แต่โดยที่เป็นบริษัทสาขาที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในอินเดียและสหรัฐอเมริกาจึงรับจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูปจากสำนักงานใหญ่เท่านั้น และมีผู้ประกอบการบาห์เรนเพียงส่วนน้อยที่เคยนำเข้าสินค้าจากไทยบ้าง

ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2556 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นำคณะผู้ประกอบการบาห์เรนจำนวน 9 รายจาก 6 บริษัท เดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 52 (52nd Bangkok Gems & Jewelry Fair) เป็นครั้งแรก โดยผู้ประกอบการบาห์เรนต้องรับผิดชอบค่าบัตรโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศ และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในไทยเอง ถือเป็นก้าวความต้องการที่จะเข้าร่วมโครงการของสถานเอกอัครราชทูตฯ นอกจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าดังกล่าวแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ประสานงานกับ สคร. ณ เมืองดูไบและกระทรวงพาณิชย์จัดกำหนดการเยี่ยมชมโรงงานผลิตเครื่องประดับของผู้ประกอบการไทย รวมทั้งการเข้าพบกับผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ และสภาหอการค้าไทย

เมื่อสิ้นสุดการดำเนินโครงการดังกล่าวแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับแจ้งจากผู้ประกอบการบาห์เรนที่เข้าร่วมโครงการฯ ว่าได้สั่งซื้อสินค้าอัญมณี และวัตถุดิบ (เพชรและพลอยร่วง) ในจากงานแสดงสินค้าในประเทศไทยมูลค่าเกือบ 2 ล้านบาท และยังมีผู้ประกอบการบาห์เรนที่แจ้งว่าได้นำเข้าสินค้าเครื่องประดับสำเร็จรูปจากไทยอีกจำนวนหนึ่งด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบาห์เรนที่ซื้อสินค้าวัตถุดิบเพชรและพลอยร่วงจากไทยได้นำสินค้าที่ซื้อไปขอรับการตรวจสอบและใบรับประกันอัญมณีจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สวอ.) ซึ่งทำให้เจ้าหน้าที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้มีโอกาสรู้จักและสร้างเครือข่ายประสานงานกับ สวอ. ในโอกาสดังกล่าวด้วย

ผลจากการดำเนินโครงการฯ ในครั้งแรก นายวิชัย วราศิริกุล ซึ่งดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูตฯ ในขณะนั้น เห็นว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ ควรดำเนินโครงการดังกล่าวต่อเนื่องในปีต่อไป เพราะหากไม่ทำอย่างต่อเนื่องก็จะไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2557 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับประสานงานจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองดูไบ และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับแจ้งว่ามีแผนจะนำคณะผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่ อาระเบียที่บาห์เรน โดยจะมีการเปิดไทยพาณิชย์ขึ้นเป็นครั้งแรกในงานดังกล่าวด้วย สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงไม่ได้จัดโครงการนำคณะผู้ประกอบการบาห์เรนเข้าร่วมงาน

แสดงสินค้าที่ไทยในปีนั้น แต่เลื่อนไปจัดในปีต่อไปแทน เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณ และนำมาใช้ทำโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจอื่นๆ ที่จำเป็น

ต่อมาใน พ.ศ. 2558 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดกิจกรรมนำคณะผู้ประกอบการบาร์ทเรนจำนวน 6 รายจาก 6 บริษัท (โดยในจำนวนนี้มีผู้ประกอบการจากบริษัท Al Zain¹¹ เคยเข้าร่วมโครงการนี้ใน พ.ศ. 2556 มาก่อน) เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทย

ใน พ.ศ. 2559 มีการเปลี่ยนแปลงบุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ จึงไม่ได้จัดโครงการนำคณะผู้ประกอบการบาร์ทเรนด้านอัญมณีและเครื่องประดับเข้าร่วมงานแสดงสินค้าบางกอกเจมส์ แอนด์ จิวเวลรี่ในเดือนกุมภาพันธ์ อย่างไรก็ตามในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 นายชยพันธ์ บำรุงพงศ์ เอกอัครราชทูตฯ ได้นำคณะผู้ประกอบการบาร์ทเรน และสมาชิกสภาธุรกิจบาร์ทเรน-ไทย เยือนไทยและเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFLEX 2016 และได้ใช้โอกาสดังกล่าวแนะนำนายโมฮัมหมัด ซาจิต (Mohammad Sajid) ประธานสมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในจีซีซี เข้าเยี่ยมคารวะนายศิริพล ยอดเมืองเจริญ ประธานกรรมการบริหาร สวอ. นางพรสวาท วัฒนกุล ผู้อำนวยการ สวอ. และเจ้าหน้าที่ สวอ. เพื่อหารือติดตามผลความคืบหน้าในการดำเนินความร่วมมือด้านอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับบาร์ทเรน¹² นอกจากนี้ นายซาจิตฯ ได้แจ้งข้อมูลให้ผู้ที่ศึกษาทราบด้วยว่าแม้สถานเอกอัครราชทูตฯ จะไม่ได้จัดโครงการนำคณะผู้ประกอบการบาร์ทเรนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทยในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 แต่ผู้ประกอบการบาร์ทเรนจำนวนหนึ่งที่เคยเข้าร่วมโครงการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เดินทางไปเข้าร่วมงานเอง ซึ่งถือว่าการสร้างแรงผลักดัน (momentum) ในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับบาร์ทเรนได้ ในช่วงที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่อาจจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาร์ทเรน¹³

3.2 บทบาทของหน่วยงานไทยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาร์ทเรนใน พ.ศ. 2556-2558

3.2.1 กระทรวงพาณิชย์และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ

กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสนับสนุนงบประมาณภายใต้โครงการ SMEs Proactive ในการนำคณะผู้ประกอบการไทยมาร่วมงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่ อาระเบีย รวมทั้งร่วมมือกับสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับจัดคณะผู้แทนนำคณะนางแบบเข้าร่วมจัดกิจกรรมโร้ดโชว์ (Road Show) ในงานแสดงสินค้าดังกล่าวเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในศักยภาพของอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เนื่องจากเห็นว่า งานดังกล่าวเป็นงานแสดงสินค้าอัญมณี

¹¹ บริษัท Al Zain เป็นบริษัทขายอัญมณีและเครื่องประดับรายใหญ่ในบาร์ทเรน

¹² กรมประชาสัมพันธ์, ภาพข่าว : GIT กระชับความสัมพันธ์ไมตรีกับผู้แทนการค้าราชอาณาจักรบาร์ทเรน [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.thaipr.net/general/70321>.

¹³ สัมภาษณ์ โมฮัมหมัด ซาจิต, ประธานสมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในจีซีซี, 9 พฤษภาคม 2559.

และเครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดงานหนึ่งในภูมิภาคตะวันออกกลาง และประสบความสำเร็จมากที่สุดในปี 14

โดยใน พ.ศ. 2557 ไทยได้เปิดไทยพาวิลเลียน (Thai Pavilion) ในงานจิวเวอรี อาระเบียครั้งที่ 23 เป็นครั้งแรก และได้จัดกิจกรรมแฟชั่นโชว์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายใต้แบรนด์พลอยไทย¹⁵ และใน พ.ศ. 2558 ไทยได้จัดงาน Thai Night ขึ้นในงานจิวเวอรี อาระเบียครั้งที่ 24 โดยมีการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาทางธุรกิจ (business matching) และงานแฟชั่นโชว์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวและความเป็นมาของการใช้เครื่องประดับไทยสมัยโบราณ รวมถึงเอกลักษณ์อันโดดเด่นและภูมิปัญญาไทยด้านอัญมณีและเครื่องประดับ¹⁶

ในการจัดงานทั้งสองดังกล่าวสถานเอกอัครราชทูตฯ มีบทบาทในการช่วยประสานงานเชิญบุคคลต่างๆ เข้าร่วมงาน เช่น คณะทูตานุทูต บุคคลสำคัญในแวดวงธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีผู้เข้าร่วมงานแฟชั่นโชว์กว่า 500 คน และมีมูลค่าการค้ารวมมากกว่าพันล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการนำคณะผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานจิวเวอรี อาระเบียที่จะมีขึ้นในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 นั้น ในระหว่างจัดทำรายงานฉบับนี้ กระทรวงพาณิชย์และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับยังไม่สามารถยืนยันได้ว่าจะจัดคณะผู้แทนหรือนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานหรือกิจกรรมในลักษณะเดียวกันอีกหรือไม่ แต่กระทรวงพาณิชย์แจ้งว่า ยังคงจะให้การสนับสนุนงบประมาณแก่ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าร่วมงานดังกล่าวโดยต้องยื่นขอรับการสนับสนุนจากงบ SMEs Proactive เป็นรายบุคคล รวมทั้งพร้อมที่จะจัดกำหนดการให้แก่ผู้ประกอบการบาทเรณที่สนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่จะมีขึ้นในไทยในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2559 ด้วย¹⁷

3.2.2 สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สวอ. ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจร่วมกับหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งบาทเรณ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่วงธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องประดับของบาทเรณ โดยระหว่างวันที่ 22 กันยายน-3 ตุลาคม พ.ศ. 2556 สวอ. ได้ร่วมกับหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งบาทเรณจัดหลักสูตรการออกแบบเครื่องประดับให้แก่

¹⁴ สัมภาษณ์ ประจพร ตันมณี, หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาธุรกิจแฟชั่น สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์, 4 กรกฎาคม 2559.

¹⁵ กรมประชาสัมพันธ์, ภาพข่าว : เวทีฯ เรมิตอาณัจกร Thai Pavilion โชว์เพชรพลอยไทยในบาทเรณ [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.thaipr.net/tag/jewelry-arabia-2014>.

¹⁶ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดันอัญมณีและเครื่องประดับไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.thaitextile.org/index.php/blog/2015/11/news2-19112015>.

¹⁷ สัมภาษณ์ ประจพร ตันมณี, หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาธุรกิจแฟชั่น สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์, 4 กรกฎาคม 2559.

ผู้ประกอบการบาร์เรนจำนวน 15 ราย¹⁸ ซึ่งถือว่าเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างชื่อเสียงและยกระดับมาตรฐานของอัญมณีไทยในสายตาชาวบาร์เรนที่สำคัญ¹⁹

ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 นายวิชัย วราศิริกุล เอกอัครราชทูตฯ นำคณะผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับบาร์เรนเดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทย และได้เข้าเยี่ยมชมกิจการของ สวอ. ในโอกาสดังกล่าวด้วย ต่อมาในเดือนมิถุนายนปีเดียวกัน สวอ. ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจร่วมกับกรมตรวจสอบโลหะมีค่าและอัญมณีกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมบาร์เรน เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในด้านการตรวจสอบอัญมณีระหว่างกัน

ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 ประธานกรรมการบริหาร สวอ. พร้อมด้วยนางพรสวาท วัฒนกุล ผู้อำนวยการ สวอ. และเจ้าหน้าที่เดินทางเยือนบาร์เรน และได้ร่วมลงนามในบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือทางวิชาการระหว่าง สวอ. และสมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในจีซีซีของบาร์เรนด้วย ซึ่งต่อมาในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 นายชยพันธ์ฯ เอกอัครราชทูตฯ ได้นำนายชาจิตฯ เข้าพบกับผู้บริหารระดับสูงของ สวอ. ดังกล่าวมาแล้วในข้อ 3.1 นับเป็นก้าวสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีและความร่วมมือที่ใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานด้านวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับฝ่ายไทยกับบาร์เรน

3.3 ผลการดำเนินโครงการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาร์เรน

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 1 ข้อ 1.1.2 ภายหลังจากที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ดำเนินโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างไทยกับบาร์เรน อย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 3 ปี ติดต่อกัน สามารถประเมินผลการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ ดังนี้

3.3.1 ด้านเศรษฐกิจ

1) จำนวนผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่ อาระเบียใน พ.ศ. 2557-2558 เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีจำนวนไม่เกิน 10 ราย เป็น 30 ราย โดยจำนวนหนึ่งได้รับความสนับสนุนทางด้านงบประมาณจากกระทรวงพาณิชย์และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับด้วย ซึ่งถือเป็นช่องทางการเข้าถึงผู้ซื้อและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักที่เหมาะสม²⁰

2) มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยมายังบาร์เรนเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว จากมูลค่า 17.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐใน พ.ศ. 2556 เป็น 33.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐใน พ.ศ.

¹⁸ ห้างสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, มองหลากมิติ : Middle East คู่มือศูนย์กลางอัญมณี ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกฉบับขยายย้ายสู่ตะวันออกกลาง [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

<http://library.dip.go.th/multim6/edoc/2556/22304.pdf>.

¹⁹ สัมภาษณ์ ปวีณ ธนรัช, เลขานุการเอก รับผิดชอบงานด้านเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558, 23 มิถุนายน 2559.

²⁰ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), บาร์เรนประตูการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตะวันออกกลาง [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=3155&pageid=3&read=true&count=true.

2558 และเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับ 2 ของไทยรองจากสินค้ารถยนต์และอุปกรณ์ตามตารางที่ 2

3) นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ จะไม่ได้จัดโครงการนำคณะผู้ประกอบการบาหลีเรนเข้าร่วมงานบางกอกเจมส์ แอนด์ จิวเวอรีในไทยใน พ.ศ. 2559 แต่ผู้ประกอบการบาหลีเรนที่เคยเข้าร่วมโครงการของสถานเอกอัครราชทูตฯ เดินทางเยือนไทยเพื่อเยี่ยมชมงานแสดงสินค้าดังกล่าว และพบปะกับผู้ประกอบการไทยที่รู้จักกันอยู่แล้ว

3.3.2 ด้านการเมือง

โดยที่นายกรัฐมนตรีบาหลีเรนซึ่งทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ของงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบีย ทรงนิยมชมชอบไทยมาก และมักเสด็จเยือนไทยเป็นการส่วนพระองค์เป็นประจำทุกปี รวมทั้งยังทรงมีบทบาทในการชักชวนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานดังกล่าวเป็นการส่วนพระองค์อีกด้วย สะท้อนให้เห็นว่าทรงให้ความสำคัญต่องานแสดงสินค้านี้มากเพียงใด ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบียมีส่วนสำคัญต่อการเสริมสร้างความรู้สึกที่ดีกับไทยให้แก่ผู้นำระดับสูงของบาหลีเรนในทางอ้อม และเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมมือที่ดีระหว่างไทยกับบาหลีเรนในเชิงการเมืองระหว่างประเทศด้วย²¹

3.3.3 ด้านสังคม

เสริมสร้างและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และเสริมสร้างตราสัญลักษณ์ไทย (country branding) ให้ตราตรึงในใจของผู้บริโภคชาวบาหลีเรน ชาวอูดีอาระเบีย รวมทั้งชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในบาหลีเรน โดยเฉพาะการเปิดตัวไทยพาวีเลียนและงานไทยไนท์ในงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบีย ซึ่งนับว่ามีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์แบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งยังช่วยประชาสัมพันธ์ว่าไทยเป็นจุดหมายปลายทาง (destination) ในการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของชาวบาหลีเรนอีกด้วย

3.4 นโยบายในการส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก

จากการศึกษาข้อมูลในเวลาจำกัด ผู้ศึกษาพบว่า รัฐบาลมีแผนที่จะส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก โดยหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และ สวอ. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์/ แผนงานเป็นกรอบในการดำเนินการ ซึ่งผู้ศึกษาเห็นพ้องกับ ดร. จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา ผู้เขียนบทความเรื่อง “การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย” ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สวอ. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนงานเพื่อส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก แต่เป็นลักษณะต่างคนต่างทำ

²¹ สัมภาษณ์ วิชัย วราศิริกุล, อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำบาหลีเรนระหว่าง พ.ศ. 2554-2558, 8 มิถุนายน 2559.

ไม่มีการบูรณาการร่วมกัน และไม่มีแรงผลักดันร่วมกัน”²² ในที่นี้ ผู้ศึกษาจะขอยกตัวอย่างนโยบาย และแผนงานของหน่วยงานหลักจำนวน 2 หน่วยงานให้เห็นเป็นสังเขป ดังนี้

3.4.1 กระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ได้ปรับปรุงและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกระหว่าง พ.ศ. 2559-2563 แบ่งเป็น 3 ระยะ โดยมีกลยุทธ์หลัก 4 ประการ ได้แก่

- 1) การแสวงหาวัตถุดิบ-เร่งปรับโครงสร้างภาษีนำเข้า จัดงานประมวลวัตถุดิบในไทย แสวงหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ
- 2) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน-ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา การสร้างแบรนด์ การสร้างช่างฝีมือ
- 3) เจาะตลาดที่มีศักยภาพ-ทำตลาดเชิงกลยุทธ์ เจาะตลาด niche market ซึ่งแผนงานในส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการค้าในบาร์ทเรนท์ที่กำหนดให้ตลาดบาร์ทเรนท์มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 รองจากอิหร่านและซาอุดีอาระเบีย ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในระยะยาว
- 4) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม-พัฒนางานแสดงสินค้าในไทย และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม

3.4.2 กระทรวงอุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดทำแผนแม่บทพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 ในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาพลอยเนื้อแข็งเจียระไน เครื่องประดับเงินและทอง ได้แก่ (1) การบริหารจัดการต้นทุนของวัตถุดิบ เช่น การสนับสนุนมาตรการภาษี การบริหารจัดการวัตถุดิบ (2) การสร้างมาตรฐานและยกระดับช่องทางด้านการตลาด เช่น ยกระดับภาพลักษณ์ไทย ส่งเสริมตลาดในต่างประเทศ และ (3) การพัฒนาบุคลากร เช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น²³ นอกจากนี้ โดยที่ผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับของไทยร้อยละ 97.59 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้จัดทำแผนส่งเสริมบทบาทของ SME ขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะในเรื่องการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ การบริหารจัดการ กระบวนการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนามาตรฐานการผลิต การออกแบบ และการแสวงหาตลาด เป็นต้น²⁴

²² จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา, การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.bu.ac.th/oct_dec_12.pdf.

²³ กระทรวงอุตสาหกรรม, แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.oie.go.th/files/industry_plan.

²⁴ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.oic.go.th/GENERAL/DATA0000>.

3.5 กรณีศึกษาการดำเนินโครงการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน (SWOT Analysis)

ตารางที่ 4 SWOT Analysis การดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนระหว่าง พ.ศ. 2556-2558

	เป็นประโยชน์	เป็นอันตราย
ปัจจัยภายใน (ไทย)	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความต่อเนื่องของแนวนโยบายและการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานต่างๆ - บูรณาการในการทำงานและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งฝ่ายไทยและบาหลีเรน - เครือข่าย (connection) ระหว่างไทยกับบาหลีเรนมีความเข้มแข็ง - ชื่อเสียงและความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์และตรา/แบรนด์ ประเทศของ ไทย ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ - ราคาสินค้ามีความเหมาะสม 	<p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - บาหลีเรนไม่ใช่จุดหมายปลายทางด้านการธุรกิจในสายตาของผู้ประกอบการไทย - ไทยขาดแบรนด์อัญมณีและเครื่องประดับที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง - ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการไทย - การดำเนินนโยบายและการจัดสรรงบประมาณไม่ต่อเนื่อง - ระเบียบข้อบังคับในประเทศไม่เอื้อต่อการค้า เช่น โครงสร้างภาษีนำเข้า - ราคาสินค้าไม่แน่นอน ผันผวนตามราคาวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ - พฤติกรรมหลงกลวงผู้บริโภค

	เป็นประโยชน์	เป็นอันตราย
ปัจจัยภายนอก (บาร์ทเรน)	<p>โอกาส</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้นำระดับสูงของบาร์ทเรนมีความชื่นชอบประเทศไทย จึงทำให้คนบาร์ทเรนมีความนิยมชมชอบ รวมทั้งรู้จักประเทศและสินค้าไทยไปด้วย - ผู้ประกอบการบาร์ทเรนมีความต้องการซื้อสินค้าจากไทย - คนบาร์ทเรนนิยมซื้ออัญมณีและเครื่องประดับเป็นของขวัญโอกาสพิเศษต่างๆ ของชีวิต และในวันสำคัญทางศาสนาให้แก่กัน - มีเส้นทางคมนาคมขนส่งทางบกที่เชื่อมโยงกับภาคตะวันออกของซาอุดีอาระเบียจึงเป็นประตูการค้าให้แก่ไทยได้ - มีกรอบความร่วมมือในด้านอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างกัน - งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาค 	<p>อุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์เศรษฐกิจของบาร์ทเรน - แบรินต์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับท้องถิ่น และของประเทศคู่แข่งเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคมากกว่า และเข้าถึงได้ง่ายกว่า - ชีตความสามารถในการแข่งขันของประเทศคู่แข่งที่มีความก้าวหน้า

3.6 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

ศึกษาได้วิเคราะห์ SWOT Analysis จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและจากข้อมูลทุติยภูมิที่ปรากฏสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ ดังนี้

3.6.1 ปัจจัยภายในของไทย

หมายถึง จุดแข็งและจุดอ่อนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายไทย

3.6.1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักจากภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนไทยเห็นพ้องกันว่าปัจจัยแวดล้อมภายในที่สำคัญ 3 ประการเป็นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของไทย คือ

1) ความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบายและการจัดสรรงบประมาณประจำปี โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ที่มีเป้าหมายมุ่งส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตลาดบาห์เรนอย่างจริงจัง ทำให้มีการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมสำหรับจัดโครงการที่จะส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำคณะผู้ประกอบการไทย/บาห์เรนเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า การเปิดไทยพาณิชย์ และไทยไนท์ในงานแสดงสินค้าจีวเวอร์รี่ อาระเบียในบาห์เรน อย่างไรก็ตาม การที่มีการเปลี่ยนแปลงตัวบุคลากรในระดับสูง เช่น ผู้ดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต อธิบดี และรองอธิบดี ย่อมกระทบต่อความต่อเนื่องและบูรณาการในเชิงนโยบายและการจัดสรรงบประมาณ

2) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มาจากภาคเอกชนเห็นว่า บูรณาการในการทำงานและการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความเข้มแข็งเป็นจุดแข็งของความสำเร็จในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรน แต่มีความห่วงกังวลต่อรายงานข่าวที่ปรากฏตามสื่อแขนงต่างๆ ในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559 เกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์กับสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับในเรื่องการมอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์รับผิดชอบเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ หรืองานบางกอกเจมส์ แอนด์ จิวเวอร์รี่ แฟร์ ซึ่งเป็นงานใหญ่ระดับโลกของไทยแทนสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยฯ โดยมีผลตั้งแต่การจัดงานครั้งที่ 58 ในเดือนกันยายนศกนี้²⁵ ซึ่งปัญหาดังกล่าวย่อมทำให้เกิดความสับสนและอาจส่งผลกระทบต่อประสานงานความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับในอนาคต โดยในระยะสั้นนี้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นก็คือการที่ยังไม่มีการยืนยันว่าจะจัดคณะผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานจีวเวอร์รี่ อาระเบียที่จะมีขึ้นในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 หรือไม่ ซึ่งโดยหลักการแล้ว การประชาสัมพันธ์สินค้าไทยในลักษณะเช่นนี้ ควรจัดซ้ากันอย่างน้อย 3 ปีเพื่อให้เกิดการจดจำและตระหนักรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า

3) ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นพ้องกันว่า ชื่อเสียงและความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เช่น เรื่องฝีมือการเจียรไนและการขึ้นเรือนที่มีความปราณีต การเผาและหุงพลอยสีที่มีเอกลักษณ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับฝีมือการผลิตที่สวยงาม แต่ขณะเดียวกันเรื่องนี้ก็เป็นจุดอ่อนของไทยด้วยเช่นกัน เพราะเมื่อมีข่าวหรือข้อร้องเรียน

²⁵ ฐานเศรษฐกิจ, เบื้องลึกยึดคืนบางกอกเจมส์ เสียงสะท้อนจากสมาคมผู้ค้าอัญมณีฯ [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://thansettakij.com/2016/05/03/49358>.

เกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการค้าขายที่ไม่สุจริตกับนักท่องเที่ยวต่างชาติของผู้ประกอบการไทย จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทยในสายตาชาวบาห์เรน โดยรวม เฉพาะอย่างยิ่งการค้าขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เรื่องการบอกปากต่อปากมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ นอกจากนี้ จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในไทยบางประเทศ เช่น สิงคโปร์ ได้มีการมอบหมายเจ้าหน้าที่เฉพาะด้านเพื่อดูแลให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ที่ประสบปัญหาถูกหลอกขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทย²⁶ ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้ ควรได้รับการแก้ไขจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยอย่างจริงจัง

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการไทยเห็นว่า แม้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยจะมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนานาชาติ แต่จุดอ่อนประการหนึ่งของอุตสาหกรรมสาขานี้ของไทย คือ การขาดการพัฒนาแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับสากล ส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิต หรือทำเลียนแบบ และยังไม่มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้การขยายตลาดมีข้อจำกัด เพราะผู้ซื้อระดับตลาดบนมีความสนใจสินค้าประเภทที่แปลกใหม่ มีเอกลักษณ์โดดเด่น และยึดติดในชื่อเสียงของแบรนด์ (brand loyalty) สูง แต่การสร้างแบรนด์ไทยของผู้ประกอบการในบาห์เรนหรือประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เพราะต้องใช้เงินทุนสูง และยังต้องแข่งขันกับแบรนด์ท้องถิ่น เช่น Butani Al Zain และแบรนด์ระดับโลก เช่น Cartier Van Cleef & Arpels ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนไทยต้องร่วมมือในการพัฒนาสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายใต้แบรนด์ไทยชื่อ “พลอยไทย” ที่ได้เริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์แล้วอย่างจริงจัง ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้สินค้าไทยมีโอกาสที่จะเข้าสู่ตลาดในบาห์เรนได้มากขึ้น

3.6.1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นพ้องกันว่า การสร้างเครือข่ายประสานงาน (connection) และการที่สร้างโอกาสให้ผู้ซื้อกับผู้ขายได้รู้จักและเห็นหน้าค่าตากันในลักษณะ face-to-face contact จะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ดีที่สุด เนื่องจากสินค้าดังกล่าวมีมูลค่าสูง ดังนั้น แม้ผู้ประกอบการบาห์เรนมีความต้องการซื้อสินค้าจากไทย แต่ไม่รู้จักผู้ประกอบการไทย จึงไม่กล้าตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาแพงจากไทย การที่สถานเอกอัครราชทูตฯ เข้ามามีบทบาทในการจัดโครงการนำคณะผู้ประกอบการบาห์เรนเดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในไทย ทำให้ผู้ประกอบการบาห์เรนมีความเชื่อมั่นและกล้าที่จะซื้อสินค้าจากไทยมากขึ้น²⁷ และการที่ได้มีโอกาสพบปะเห็นหน้าค่าตาผู้ประกอบการไทยอย่างใกล้ชิดก็เป็นการสร้างเสริมเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทยกับบาห์เรนให้เข้มแข็งขึ้น ดังจะเห็นได้ว่า แม้สถานเอกอัครราชทูตฯ จะไม่ได้จัดโครงการนำคณะผู้ประกอบการบาห์เรนเยือนไทยใน พ.ศ. 2559 เลย แต่เพราะผู้ประกอบการบาห์เรนกับไทยมีความรู้จักมักคุ้นกันแล้ว จึงสามารถที่จะแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่างกัน และมีความกระตือรือร้นที่จะเดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในไทย

²⁶ สัมภาษณ์ คลอดิน ซี, เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูตสิงคโปร์ประจำประเทศไทย, 22 มิถุนายน 2559.

²⁷ สัมภาษณ์ ปวีณ ธนรัช, เลขานุการเอก รับผิดชอบงานด้านเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558, 23 มิถุนายน 2559.

3.6.1.3 สำหรับจุดอ่อนที่สำคัญที่สุดนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักเห็นพ้องกันว่า คือ ตัวผู้ประกอบการไทย ที่ส่วนใหญ่มองว่าบาร์เรนไม่ใช่จุดหมายปลายทางในการทำธุรกิจ เนื่องจากตลาดบาร์เรนมีขนาดเล็ก แม้จะมีเส้นทางคมนาคมขนส่งทางบกเชื่อมโยงกับซาอุดีอาระเบียซึ่งเมื่อพิจารณาจากสภาพการณ์ทางภูมิสถาปัตยกรรมด้านการเมืองและเศรษฐกิจของบาร์เรนแล้ว จะพบว่า บาร์เรนไม่ใช่จุดกระจายสินค้าที่แท้จริงในตะวันออกกลาง²⁸ แต่เป็นสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งนอกจากจะเป็นจุดกระจายสินค้าแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการเป็นประเทศศูนย์กลางการค้าอัญมณี และเครื่องประดับแห่งใหม่ของโลก²⁹ ทำให้ผู้ประกอบการไทยยังไม่สนใจตลาดบาร์เรนอย่างจริงจัง และไม่ศึกษาตลาดและความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคมากนัก

ผู้ประกอบการไทยจำนวนหนึ่งตัดสินใจเดินทางไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้า จิวเวอรี อาระเบียที่บาร์เรน เพราะได้รับการสนับสนุนเงินงบประมาณบางส่วนจากหน่วยงานภาครัฐ และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยฯ แต่นำสินค้าไปจำหน่ายที่ไม่ตรงกับความต้องการหรือรสนิยมของตลาด เช่น รูปแบบการออกแบบไม่ตรงกับค่านิยมในตลาด ไม่ได้นำสินค้าระดับไฮเอนด์ไปขาย สินค้าอัญมณีสีที่นำไปเป็นสีน้ำเงิน หรือสีแดงที่ไม่ตรงกับรสนิยมของชาวบาร์เรนที่ชอบอัญมณีสีเขียว เป็นต้น ทำให้ขายสินค้าไม่ได้ดี และเกิดทัศนคติเชิงลบกับตลาด บางรายก็ไม่เข้าใจอุปนิสัยการช้อปปิ้งราคาของชาวบาร์เรน ซึ่งชอบต่อราคาอย่างน้อยร้อยละ 20³⁰ ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการเข้าตลาดบาร์เรน ผู้ประกอบการไทยเหล่านี้จะตัดสินใจทันทีว่าตลาดในบาร์เรนไม่มีศักยภาพ

ในขณะที่ผู้ประกอบการชาวไทยอีกจำนวนมากยังมีทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับบาร์เรนในเรื่องสถานการณ์ความไม่สงบ เพราะเชื่อว่าประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางมีปัญหาการก่อการร้าย ปัญหาการสู้รบ ปัญหา Arab Spring ทำให้ไม่เชื่อมั่นว่ามีความปลอดภัย จึงไม่ค่อยนิยมเดินทางไปค้าขายในภูมิภาคนี้มากนัก โดยจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการชาวไทยจำนวนกว่า 20 ราย ตัดสินใจยกเลิกการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Autumn Fair เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 เนื่องจากห่วงกังวลในสถานการณ์ความปลอดภัยในบาร์เรน³¹

นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมจึงมีข้อจำกัดด้านเงินทุนที่จะแสวงหาตลาดแห่งใหม่ในต่างประเทศ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการแต่ละรายยังจำกัด ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศได้มากนักเพราะต้องใช้เงินทุนสูง มีความกังวลใจว่าหากขายสินค้าไม่ได้จะขาดทุน ยกตัวอย่างเช่น ค่าเช่าพื้นที่จัดแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบียสำหรับอาคาร 1 (Hall 1) มีอัตราค่าเช่า (ใน พ.ศ. 2558) ประมาณ 600,000 บาท โดยยังไม่

²⁸ สัมภาษณ์ เสมอจิต ลิ้มลิขิต, นักการทูตชำนาญการ (เจ้าหน้าที่โต๊ะบาร์เรน) กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ, 23 มิถุนายน 2559.

²⁹ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, การศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก, 2550.

³⁰ สัมภาษณ์ พิมพ์นรี โทตะไวทยกร, กรรมการผู้จัดการบริษัท พรีเมียม จิวเวอรี จำกัด, 15 มิถุนายน 2559.

³¹ เป็นงานแสดงสินค้าทั่วไป เช่น เสื้อผ้า ของใช้ ของเล่น เครื่องประดับ จัดขึ้นที่ศูนย์แสดงสินค้าของบาร์เรน (Bahrain Exhibition Centre) เป็นประจำทุกปีในช่วงปลายเดือนมกราคมของทุกปี

รวมค่าตกแต่งสถานที่ ค่าที่พัก ค่าอาหารสำหรับผู้เข้าร่วมงาน ดังนั้น การเข้าร่วมงานครั้งหนึ่งๆ ต้องใช้เงินทุนไม่ต่ำกว่า 1-2 ล้านบาท³² จากการสอบถามผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบียโดยได้รับเงินสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์ ก็ยังต้องเสียค่าใช้จ่ายประมาณกว่า 800,000 บาทต่อราย³³ จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะทำให้ผู้ประกอบการไทยตัดสินใจเดินทางออกนอกประเทศเพื่อแสวงหาตลาดในต่างประเทศด้วยตนเอง

3.6.2 ปัจจัยภายนอกของไทย

หมายถึงสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายบาร์ทเรนเป็นหลัก ได้แก่ โอกาส และอุปสรรค

3.6.2.1 ในส่วนของโอกาสนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศเห็นว่าปัจจัยด้านโอกาสที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องที่ผู้นำระดับสูงและเชื้อพระวงศ์บาร์ทเรนทรงนิยมชมชอบประเทศไทย โดยเฉพาะนายกรัฐมนตรีบาร์ทเรนเสด็จเยือนไทยเป็นการส่วนพระองค์เป็นประจำเกือบทุกปี ทำให้ชาวบาร์ทเรนมีความสนใจและนิยมที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวไทยไปด้วย จึงมีความรู้จักมักคุ้นกับประเทศ วัฒนธรรม และสินค้าบริการของไทยในวงกว้าง โดยใน พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวบาร์ทเรนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยเท่ากับ 32,655 คน³⁴ ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่มากพอสมควร นอกจากนี้ นายกรัฐมนตรีบาร์ทเรนทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ของงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบีย โดยทรงเสด็จเป็นองค์ประธานในพิธีเปิดงานทุกครั้ง และทรงยินดีที่ได้ทราบว่ามีความรู้ผู้ประกอบการไทยมาร่วมงาน โดยในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา เมื่อทรงทราบว่าคณะเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ และสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยฯ นำคณะนางสาวไทยและนางงามอื่นๆ มาร่วมแสดงแบบแฟชั่นโชว์ในงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบีย นายกรัฐมนตรีบาร์ทเรนได้ประทานพระอนุญาตให้คณะผู้แทนไทยเข้าเฝ้าอย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง โดยมีการถ่ายทอดสดกล่าวออกทางสถานีโทรทัศน์บาร์ทเรนเป็นเวลา 15 นาที ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์อัญมณีและเครื่องประดับไทยในหมู่ประชาชนชาวบาร์ทเรนได้เป็นอย่างดี เมื่อนายกรัฐมนตรีบาร์ทเรนทรงให้ความสำคัญต่อธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับบาร์ทเรนมาก การมีส่วนร่วมของไทยในเรื่องดังกล่าวย่อมมีส่วนเกื้อกูลต่อความสัมพันธ์ในทางการเมืองระหว่างกันด้วยอีกทางหนึ่ง

3.6.2.2 ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นเจ้าหน้าที่ของ สวอ. และผู้ประกอบการไทยเห็นว่าความต้องการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของชาวบาร์ทเรน และชาวตะวันออกกลางเป็นปัจจัยด้านโอกาสที่สำคัญที่สุด เพราะเมื่อมีความต้องการในตลาดมาก ก็ย่อมเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยด้วยเช่นกัน โดยทั่วไปนั้น มักนิยมมอบเครื่องประดับให้แก่กันโอกาสพิเศษและสำคัญในชีวิต รวมทั้งเทศกาลทางศาสนา เช่น วันเกิด วันมงคลสมรส การฉลองวันตรุษอีดิลฟิตรี (Eid Al Fitr) หรือวันอีดิลเล็ก (ถือเป็นวันปีใหม่ของศาสนาอิสลาม) จะเป็นช่วงหลังการถือศีลอด และการ

³² สัมภาษณ์ พิมพ์นรี โหตะไวทยกร, กรรมการผู้จัดการบริษัท พรีเมียมส์ จิวเวอรี จำกัด, 15 มิถุนายน 2559.

³³ สัมภาษณ์ ปรีณ ธนรัช, เลขานุการเอก รับผิดชอบงานด้านเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558, 23 มิถุนายน 2559.

³⁴ ข้อมูลจากกลุ่มเศรษฐกิจและสถิติการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ฉลองวันตรุษอีดูอัลฎฮา (Eid Al Adha) หรือวันอีดีใหญ่ ซึ่งจะเริ่มหลังจากเสร็จการประกอบพิธีฮัจจ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานมงคลสมรส การสวมใส่เครื่องประดับถือเป็นการแสดงฐานะของครอบครัว ซึ่งนอกจากเจ้าสาวจะต้องสวมใส่เครื่องประดับเต็มยศตามธรรมเนียมแล้ว บางครั้งก็ต้องซื้อให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อสวมใส่ในงานมงคลสมรสที่มีขึ้นด้วยเช่นกัน³⁵ นอกจากนี้ ชาวบาหลีและชาวตะวันออกกลางที่มีฐานะดี มักจะมีภรรยามากกว่าหนึ่งคน ซึ่งหากซื้อของขวัญให้ภรรยาก็ต้องซื้อให้ครบทุกคน และตามหลักการควรเป็นของที่มูลค่าเท่าเทียมกัน

3.6.2.3 ผู้ให้ข้อมูลหลักฝ่ายบาหลีและไทยจำนวนหนึ่ง เห็นว่า แม้บาหลีจะเป็นตลาดขนาดเล็ก แต่มีเส้นทางคมนาคมขนส่งทางบกเชื่อมโยงกับซาอุดีอาระเบีย และมีความใกล้ชิดกับซาอุดีอาระเบียทั้งในด้านการเมืองและเศรษฐกิจ ในช่วงที่ปัญหาความสัมพันธ์ไทยกับซาอุดีอาระเบียยังคงมีความเปราะบาง ไทยควรอาศัยบาหลีเป็นประตูการค้าสู่ตลาดซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และช่วงที่มีงานแสดงสินค้าจิวเวอรี อาระเบียในบาหลี จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวจากซาอุดีอาระเบียเข้ามาจับจ่ายซื้อของในบาหลีเป็นจำนวนมาก ไทยควรใช้ข้อได้เปรียบดังกล่าวเป็นโอกาสทางธุรกิจในการสร้างแบรนด์สินค้าไทยในตลาดซาอุดีอาระเบีย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังคงมองว่าบาหลีเป็นตลาดขนาดเล็ก และเห็นว่าสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์คือศูนย์กลางกระจายสินค้าที่สำคัญของภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งหากไม่สามารถเปลี่ยนความเชื่อ (perception) ดังกล่าวในสายตาผู้ประกอบการไทย การเพิ่มพูนปริมาณการค้าระหว่างกันก็อาจเป็นไปได้อย่างจำกัด

3.6.2.4 การมีกรอบความร่วมมือในด้านอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับบาหลี นับเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้มีความร่วมมือในสาขาดังกล่าวมีความก้าวหน้า เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างเสริมแบรนด์ประเทศของไทย (country brand) และภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในตลาดบาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สวอ. ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในด้านการตรวจสอบพลอยสี โดยมีห้องปฏิบัติการ 1 ใน 7 แห่งของโลกในคณะกรรมการ Laboratory Manual Harmonisation Committee (LMHC) ซึ่งมีหน้าที่กำหนดกติกาสากลเรื่องพลอยสี³⁶ โดยในอนาคตไทยควรผลักดันให้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่คุณค่าและเสริมสร้างความสนใจต่อพลอยสีในตลาดบาหลีมากขึ้น³⁷

3.6.2.5 ส่วนอุปสรรคที่สำคัญที่สุด คือ สถานการณ์เศรษฐกิจของบาหลีโดยรวมได้รับผลกระทบจากสภาวะราคาน้ำมันในตลาดโลกตกต่ำลง ทำให้งบประมาณของประเทศซึ่งส่วนใหญ่มาจากการค่าน้ำมันและสินค้าที่เกี่ยวข้อง (บาหลีไม่มีการเรียกเก็บภาษีเงินได้ หรือภาษีมูลค่าเพิ่ม)

³⁵ ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, บาหลีเรน ประตูการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในวันออกกลาง [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.git.or.th/Gem>.

³⁶ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ, 2553.

³⁷ สัมภาษณ์ วันดี มานศรีสุข, หัวหน้าฝ่ายบริการข้อมูล สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ, 10 มิถุนายน 2559.

ได้รับผลกระทบโดยตรง³⁸ ดังนั้น ในช่วงปลาย พ.ศ. 2558 จนถึงไตรมาสแรกของ พ.ศ. 2559 รัฐบาลบาห์เรนได้ประกาศขึ้นราคาค่าสาธารณูปโภค (น้ำและไฟ) และค่าน้ำมัน เฉพาะค่าน้ำมันอย่างเดียวขึ้นสูงถึงร้อยละ 60 ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการโดยรวม และทำให้เศรษฐกิจหดตัวทั่วโลก จะเห็นได้ว่าจากตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยไปยังบาห์เรนใน พ.ศ. 2558 ลดลงร้อยละ 8.18 จึงเป็นที่น่าจับตามองต่อไปว่าใน พ.ศ. 2559 ความสามารถและความต้องการที่จะจับจ่ายซื้อสินค้าราคาแพงของชาวบาห์เรนจะลดลงหรือไม่/ อย่างไร

3.6.2.6 ประเด็นเรื่องอุปสรรคที่น่าสนใจอีก 2 ประเด็นคือ เรื่องการขาดแคลนแบรนด์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นที่รู้จัก และเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศคู่แข่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งผู้ศึกษาขอยกตัวอย่างการสร้างแบรนด์ Matarbar Gold & Diamond ซึ่งเป็นร้านขายสินค้าเครื่องเพชรและทองของอินเดีย ซึ่งมีการเปิดและขยายสาขาอยู่ในบาห์เรนหลายแห่ง โดยเมื่อเร็วๆ นี้ บริษัทดังกล่าวยังได้ขยายสาขาเพิ่มในมาเลเซียและมีการรายงานข่าวปรากฏในสื่อท้องถิ่นของบาห์เรนด้วย³⁹ นับเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดที่น่าสนใจ และเป็นการสร้างเสริมความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มลูกค้าในบาห์เรนโดยรวม ซึ่งในขณะนี้ ไทยยังไม่มีแบรนด์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีชื่อเสียงในตลาดโลก และผู้ประกอบการไทยยังไม่มีเงินทุน และความสามารถที่จะเข้าไปลงทุนเปิดร้านสาขาในบาห์เรนได้ ดังนั้น ประเด็นที่หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสนใจคือการสร้างเสริม “แบรนด์ไทย” (Thailand Brand) และมุ่งสร้างไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางของการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของนักท่องเที่ยวบาห์เรน

³⁸ International Monetary Fund (IMF), Press Release: IMF Executive Board Concludes 2016 Article IV Consultation with Bahrain [Online], Available from: <http://www.imf.org/external/np/sec/pr/2016/pr16186.htm>.

³⁹ Malabar Gold & Diamonds opens 155th Showroom, Gulf Daily News (2016, June 26).

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในเรื่องบทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกื้อหนุนให้แผนการส่งเสริมการค้าสินค้านี้ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน โดยใช้กรอบ SWOT Analysis ช่วยในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ซึ่งผลจากการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1) ปัจจัยภายในของไทยในด้านต่างๆ มีอิทธิพลสำคัญอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนและความสำเร็จในระยะยาวของโครงการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรน เนื่องจากสถานเอกอัครราชทูตฯ จะยังมีบทบาทหน้าที่ที่จำกัด ซึ่งหลักสำคัญ คือ การนำสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเข้าสู่ตลาดบาห์เรน แต่การรักษาส่วนแบ่งในตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืนจะต้องมีดำเนินการในระดับนโยบายอย่างมีบูรณาการ โดยรัฐบาลต้องมี commitment ที่จะแก้ไขปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น การแก้ไขปัญหาด้านภาษี การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ เป็นต้น

อนึ่ง ปัจจัยภายนอกของไทย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบาห์เรน เช่น โอกาส อุปสรรค นั้น ก็เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องคู่แข่งในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ตลอดจนการพัฒนาด้านอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก

2) ภารกิจในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาห์เรนให้ยั่งยืน ไม่ได้เป็นภารกิจของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ทุกฝ่ายทั้งหน่วยราชการในต่างประเทศ อาทิ สถานเอกอัครราชทูตฯ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (สคร.) รวมทั้งหน่วยงานในส่วนกลาง อาทิ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจะต้องบูรณาการทั้งด้านนโยบาย และงบประมาณร่วมกันทั้งหมดเพื่อผลักดันให้ไทยยังคงเป็นศูนย์กลางการค้าและการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในโลก และเพื่อให้การส่งเสริมการค้าสินค้านี้ในต่างประเทศให้เกิดความยั่งยืนได้ หากการทำงานไม่ซับซ้อนไปอย่างเป็นระบบและร่วมกันทั้งองค์การย่อมไม่เกิดผลสัมฤทธิ์ในระยะยาว

3) ความร่วมมือด้านการค้าอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทยกับบาห์เรนไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องของการส่งเสริมการค้าในเชิงการพาณิชย์และมุ่งเพิ่มพูนปริมาณการค้าระหว่างกันเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือของอำนาจอ่อน (soft power) ในเชิงการเมืองระหว่างประเทศ ที่จะเกื้อกูลต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับบาห์เรนในระยะยาวด้วย เนื่องจากนายกรัฐมนตรีบาห์เรนซึ่งทรงเป็นองค์อุปถัมภ์ของงานแสดงสินค้าจีวเวอรี อาระเบีย นั้น ทรงให้ความสำคัญต่อการค้าอัญมณี

และเครื่องประดับในบาร์เรน รวมทั้งทรงมีความนิยมชมชอบไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การมีส่วนร่วมของไทยในเรื่องดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับบาร์เรนได้อีกทางหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญ โดยจะเห็นได้จากการที่ทรงสนพระทัยคณะผู้ประกอบการจากประเทศไทย และทรงประทานพระอนุญาตให้คณะผู้จัดงานไทยในทีไนงานจิวเวอรี อาระเบียเข้าเฝ้าเป็นการพิเศษอย่างใกล้ชิดเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

4) หลายต่อหลายครั้งมักจะมีข้อถกเถียงกันในประเด็นเรื่องบทบาทหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการต่างประเทศกับ สคร. ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์นั้นมีความซ้ำซ้อนกันหรือไม่/อย่างไร เนื่องจากภาระหน้าที่ในการส่งเสริมการค้าในต่างประเทศดูเหมือนว่าจะเป็นการกิจหลักของกระทรวงพาณิชย์ แต่ในกรณีของสถานเอกอัครราชทูตฯ อาจแตกต่างจากสถานเอกอัครราชทูตหลายแห่งในต่างประเทศ เนื่องจากไม่มี สคร. ตั้งอยู่ในบาร์เรน สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงมีบทบาทสำคัญในการดำเนินการในเรื่องนี้ โดยเป็นหน่วยงานหลักในการประสานความร่วมมือกับ สคร. และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของไทย เพื่อให้การดำเนินการประสบผลบรรลุตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาเห็นว่าภาระหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นั้น เปรียบเสมือนผู้ไขกุญแจและเปิดประตูเข้าสู่ตลาดการค้าในบาร์เรนให้แก่ผู้ประกอบการไทย ส่วนการรักษาตลาดให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวน่าจะเป็นเรื่องของหน่วยงานในประเทศ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม ที่จะต้องพัฒนาความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมการค้าและการผลิตอัญมณีไทยในภาพรวม เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 ระดับปฏิบัติการ

1) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรรักษาบทบาทการเป็นหน่วยประสานงานหลัก (focal point) ในการดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาร์เรนให้มีบูรณาการและมีความต่อเนื่อง เพราะเป็นหน่วยราชการไทยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่โดยตรงเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งนอกเหนือจากการจัดโครงการเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและธุรกิจไทยในบาร์เรน เพื่อมุ่งส่งเสริมสินค้าดังกล่าวแล้ว ควรจะให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างสถานเอกอัครราชทูตฯ กับฝ่ายบาร์เรน อาทิ หอการค้าและอุตสาหกรรมบาร์เรน สมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในจีซีซี กลุ่มผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้งจัดทำรายงานเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวแจ้งกระทรวงการต่างประเทศ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยเป็นรายไตรมาส หรือราย 6 เดือน เพื่อให้ฝ่ายไทยเห็นถึงพัฒนาการของตลาดและโอกาสของไทยในบาร์เรนอย่างชัดเจน

2) สถานเอกอัครราชทูตฯ ควรจัดทำแผนงาน (roadmap) โดยประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่อยู่ในต่างประเทศและมีเขตอาณาดูแลบาร์เรน เช่น สคร. ณ เมืองดูไบ สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยมแห่งประเทศไทย ณ เมืองดูไบ บริษัทเวก้า อินเตอร์เทรต แอนด์ เอ็กซิซิชั่น

จำกัด⁴⁰ โดยใช้กรอบการประชุมคณะกรรมการบริหารทีมประเทศไทยประจำบาหลีเรน ที่เป็นกลไกที่มีอยู่แล้วในการประชุมร่วมเสนอจัดทำแผนงาน (roadmap) การส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ

แผนงานดังกล่าวจะเป็นกรอบกำหนดทิศทางการทำงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในอนาคต ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงตัวบุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในอนาคต ข้าราชการที่จะมาประจำการแทนข้าราชการที่ครบวาระก็จะสามารถดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ต่อไปได้โดยไม่หยุดชะงัก

แผนงานฯ ควรแบ่งเป็นระยะอย่างชัดเจน กล่าวคือ ระยะกลาง 5 ปี และระยะยาว 10 ปี โดยต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม และเมื่อมีการดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่องในแต่ละปี จะช่วยทำให้เห็นพัฒนาการที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะตัวเลขสถิติการค้าที่เกิดขึ้น นั้น สามารถใช้เป็นผลลัพธ์ (outcome) ที่เป็นรูปธรรมในการใช้จัดทำข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัด (กระทรวงการต่างประเทศ) ต่อไปด้วย นอกจากนี้ ควรมีการพิจารณาทบทวนแผนงานฯ ผ่านกรอบการประชุมคณะกรรมการบริหารทีมประเทศไทยประจำบาหลีเรนและคณะกรรมการบริหารสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นระยะๆ ด้วย เพื่อให้แผนมีความสอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นและทันสมัยเป็นปัจจุบัน ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้จัดทำตารางข้อเสนอร่างแผนงานในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน ดังปรากฏตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อเสนอร่างแผนงานในการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนของสถานเอกอัครราชทูตฯ

ระยะดำเนินงาน	กิจกรรมหลัก/ย่อย	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
แผนงานระยะกลาง 5 ปี (พ.ศ. 2559-2563)	(1) รักษาสถานภาพความสัมพันธ์กับฝ่ายบาหลีเรนในทุกระดับ รวมทั้งรักษาเครือข่ายติดต่อประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ของไทยกับบาหลีเรนทั้งภาครัฐและเอกชนให้มีความใกล้ชิด - พบปะและหารือกับหน่วยงานภาคเอกชนบาหลีเรนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นระยะๆ - จัดส่งเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้แก่	สถานเอกอัครราชทูตฯ (สอท.)

⁴⁰ บริษัทเอกชน ที่มีสำนักงานตั้งอยู่ที่เมืองคูโบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งทำงานร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ในการจัดงานอีเวนต์ในตะวันออกกลางและในไทยส่วนที่เกี่ยวข้องกับตะวันออกกลาง

ระยะดำเนินงาน	กิจกรรมหลัก/ย่อย	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของบาห์เรนเป็นระยะๆ เช่น หอการค้าและอุตสาหกรรมบาห์เรน สมาคมผู้ค้าทองคำและเครื่องประดับในจีซีซี	
	(2) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนคณะผู้ประกอบการระหว่างไทยกับบาห์เรน <ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนงบประมาณในการจัดคณะผู้ประกอบการไทย-บาห์เรนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในทั้งสองประเทศ - จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ - จัดกำหนดการที่เหมาะสมให้แก่คณะ 	สอท. สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (สคร.) สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (สวอ.)
	(3) สร้างความตระหนักรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตลาดอัญมณี และพฤติกรรมผู้บริโภคในบาห์เรนแก่ผู้ประกอบการไทยในกรุงเทพฯ <ul style="list-style-type: none"> - การจัดสัมมนาเผยแพร่ความรู้ในเรื่องตลาดโดยวิทยากรบาห์เรน - การจัดกิจกรรมคลินิกออกแบบเครื่องประดับโดยนักออกแบบเครื่องประดับบาห์เรนมาให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวทางการออกแบบเครื่องประดับในบาห์เรน - การกิจกรรมปฐมนิเทศน์ให้แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจิวเวอรี่ อาระเบีย 	สอท. สคร. ณ เมืองดูไบ กระทรวงพาณิชย์ สวอ.
	(4) เสริมสร้างภาพลักษณ์ไทยในการเป็นผู้นำด้านอัญมณีและเครื่องประดับในโลก และการประชาสัมพันธ์ให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทาง (destination) ในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับ <ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์อัญมณีและเครื่องประดับไทยในงาน Thai Week @ Bahrain ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เช่น 	สอท. สคร. ณ เมืองดูไบ สำนักงาน ททท. ณ เมืองดูไบ กระทรวงพาณิชย์ สวอ. ฝ่ายบาห์เรน

ระยะดำเนินงาน	กิจกรรมหลัก/ย่อย	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
	<p>การจัดงานแพชชั่นโชว์เครื่องประดับไทย</p> <p>การจัดนิทรรศการเครื่องประดับไทย</p> <p>- ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับตามบันทึกความเข้าใจฯ ระหว่าง สวอ. กับฝ่ายบาร์ทเรน เช่น การจัดทำรายงานถึง สวอ. เป็นระยะๆ (รายงานสถานการณ์ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ รายงานผลการหารือกับฝ่ายบาร์ทเรน)</p>	
<p>แผนงานระยะยาว 10 ปี (พ.ศ. 2559-2569)</p>	<p>(1) สร้างคุณค่าในสินค้าพลอยสีในตลาดบาร์ทเรน</p> <p>- จัดทำโบรชัวร์แผ่นพับโฆษณาภาพพลอยสี และเครื่องประดับอัญมณีไทย เพื่อประชาสัมพันธ์</p> <p>- สนับสนุนบทบาทของ สวอ. ในการเป็นผู้นำด้านมาตรฐานการตรวจสอบเพชรอัญมณีและโลหะมีค่า เช่น การจัดหลักสูตรอบรมให้แก่ผู้ประกอบการบาร์ทเรน การส่งเจ้าหน้าที่มาประจำในห้องปฏิบัติการของบาร์ทเรนเป็นระยะสั้นๆ</p>	<p>สอท. สคร. ณ เมืองดูไบ สำนักงาน ททท. ณ เมืองดูไบ กระทรวงพาณิชย์ สวอ.</p>
	<p>(2) เสริมสร้างภาพลักษณ์ไทยในการเป็นผู้นำด้านอัญมณีและเครื่องประดับในโลก และการประชาสัมพันธ์ให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทาง (destination) ในการซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับ</p>	<p>สอท. สคร. ณ เมืองดูไบ สำนักงาน ททท. ณ เมืองดูไบ กระทรวงพาณิชย์ สวอ.</p>

ที่มา: จัดทำโดยผู้ศึกษา

3) ในอนาคต นอกเหนือจากการส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาร์ทเรนแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ อาจเสนอจัดทำโครงการหรือกิจกรรมโดยร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตไทยในประเทศจอร์เจียอื่นๆ (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โอมาน กาตาร์ คูเวต ซาอุดีอาระเบีย) เช่น การสัมมนาเกี่ยวกับสภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อขยายผลและสร้างความตระหนักรู้ในตลาดจอร์เจียมากขึ้น ซึ่งไม่เพียงแต่จะเป็นการทำให้ผู้ประกอบการไทยมีข้อมูลเกี่ยวกับตลาดมากขึ้น แต่

ยังเป็นการช่วยทำให้ผู้ประกอบการไทยเห็นความเชื่อมโยงของตลาดในภูมิภาคดังกล่าวได้อย่างชัดเจนว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และมีศักยภาพด้านเศรษฐกิจสูง ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจตลาดตะวันออกกลางมากขึ้นด้วย

4.2.2 ระดับนโยบาย

1) รัฐบาลควรกำหนดให้การส่งเสริมไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกเป็นวาระแห่งชาติ เพื่อก่อให้เกิดบูรณาการในการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ อย่างเป็นองค์รวมและกว้างขวาง

2) พิจารณามอบหมายให้กระทรวงการต่างประเทศในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทในการเจรจาข้อตกลงสร้างพันธมิตรกับประเทศที่เป็นแหล่งวัตถุดิบ และแสวงหาตลาดใหม่ๆ ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานหลักจัดการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนของไทย เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สวอ. เป็นต้น เพื่อแสวงหาแนวทางจัดตั้งคณะกรรมการร่วมที่กำกับดูแลเรื่องการผลิตและการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในระดับกระทรวง

3) สำหรับโครงสร้างของคณะกรรมการดังกล่าว อาจเสนอให้รองนายกรัฐมนตรีที่ดูแลรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจเป็นประธาน และกระทรวงการต่างประเทศ (กรมภูมิภาค/ หรือกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ) ทำหน้าที่เลขานุการ นำเสนอรายงานผลการดำเนินการต่อคณะรัฐมนตรีเป็นประจำ โดยคณะกรรมการดังกล่าวจะมีภารกิจหลัก 2 ประการ คือ (1) บูรณาการการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ซึ่งให้ความสำคัญในด้านการแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ และตลาดในต่างประเทศ โดยร่วมกันกำหนดประเทศยุทธศาสตร์สำคัญที่เป็นแหล่งวัตถุดิบ และตลาด และอาจกำหนดให้ประเทศในกลุ่มจีซีซีเป็นโครงการ flagship นอกจากนี้ ในแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวควรกำหนดการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่จะดำเนินการในประเทศต่างๆ อย่างชัดเจน และ (2) ติดตามผลการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ โดยมอบหมายให้สถานเอกอัครราชทูตไทยที่ตั้งอยู่ในประเทศเป้าหมายรายงานผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรมให้คณะกรรมการร่วมดังกล่าวทราบเป็นระยะๆ และเพื่อให้การติดตามผลเป็นไปอย่างเข้มข้น อาจเสนอให้เป็นหนึ่งในตัวชี้วัด (KPI) ในการปฏิบัติราชการของทีมประเทศไทยในต่างประเทศด้วยอีกทางหนึ่ง

4) ควรเร่งผลักดันการแก้ไขปัญหาที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยอย่างเร่งด่วน เพื่อมุ่งพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก โดยปัญหาสำคัญที่ควรให้ความสนใจอย่างเร่งด่วนคือ

(1) การปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะโครงสร้างภาษี เช่น ภาษีนำเข้าสินค้าวัตถุดิบ เนื่องจากไทยพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบอัญมณี พลอยสี โลหะมีค่าจากต่างประเทศ เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ ทำให้วัตถุดิบมีราคาแพง ทำให้ไม่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการค้าและการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเท่าที่ควร

(2) พัฒนางานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้มีความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้ซื้อในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (Bangkok Gems & Jewelry) ติดในอันดับที่ 5 ของโลก และมีมูลค่าการส่งออกสินค้าสูงเป็นอันดับ

13 ของโลก ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้ตั้งเป้าหมายที่จะพัฒนาโรงงานแสดงสินค้าฯ ของไทยอยู่ในอันดับ 3 และมีมูลค่าการส่งออกสูงติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก

(3) ปัญหาการขาดแคลนช่างฝีมือที่มีทักษะสูงในเรื่องการเจียรระโน การขึ้นรูป และการเผาพลอย ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมดังกล่าว ที่จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมนี้โดยรวม เนื่องจากการผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับต้องใช้ทักษะและฝีมือ และถือว่าเป็นจุดแข็งที่สุดของสินค้าไทย ดังนั้น หากภาครัฐเร่งปรับปรุงกฎระเบียบและมุ่งพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจัง ทำให้เกิดรายได้ที่ชัดเจน น่าจะดึงดูดใจคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาสู่อุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ ปัญหาการขาดแคลนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีก็เป็นจุดอ่อนสำคัญของไทยด้วยเช่นกัน

(4) มุ่งสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านอัญมณีอย่างจริงจัง ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์มีความพยายามที่จะสร้างแบรนด์พลอยไทย (Ploy Thai) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความนิยมสินค้าพลอยสี โดยกำหนดเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางตลาดพลอยสีในโลก ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีและควรส่งเสริมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว โดยโปรโมทให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

4.3 บทส่งท้าย

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า สถานเอกอัครราชทูตฯ มีบทบาทในการดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน รวมทั้งประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สคร. ณ เมืองดูไบ กระทรวงพาณิชย์ และ สวอ. จัดกิจกรรม อื่นๆ เช่น การเปิดไทยพาวเลียเลน และการจัดงานไทยไนท์ในงานแสดงสินค้าจิวเวลรี่ อาระเบียในบาหลีเรน ทำให้การส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนประสบผลที่น่าพอใจ มีปริมาณส่งออกสินค้าดังกล่าวจากไทยไปยังบาหลีเรนเพิ่มมากขึ้น 2-3 เท่าตัว จากการศึกษาว่าปัจจัยภายในด้านต่างๆ ของไทยมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนของการดำเนินโครงการส่งเสริมการค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน ซึ่งไม่ใช่เรื่องของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่เป็นเรื่องที่ต้องการมีการดำเนินการอย่างบูรณาการในทุกภาคส่วนทั้งในและนอกประเทศจึงจะประสบผลสัมฤทธิ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่นเดียวกับการส่งเสริมอาหารไทย โดยรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลกขึ้นมาเป็นกรอบอย่างชัดเจน และทุกหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกประเทศใช้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวจัดทำโครงการและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมอาหารไทยจนประสบผลสำเร็จขึ้น ซึ่งควรจะใช้แนวทางดังกล่าวเป็นแบบอย่างในการส่งเสริมการค้าสินค้าประเภทอื่นด้วย กล่าวคือ เมื่อสถานเอกอัครราชทูตไทยร่วมกับหน่วยราชการไทยในต่างประเทศเปิดตลาดสินค้าแล้ว หน่วยงานในประเทศก็ต้องทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตสินค้านั้นๆ ให้มีความก้าวหน้าในทุกด้านควบคู่กันไปด้วย หากทำเพียงด้านใดด้านหนึ่งหรือทำเพียงฝ่ายเดียว ก็ย่อมไม่เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง หรือเกิดเป็นเหมือนการโยนหินลงน้ำที่ก่อให้เกิดระลอกคลื่นเพียงชั่วคราวแล้วก็หายไป ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง

ผู้ศึกษาเห็นว่า บาหลีเรนและประเทศในกลุ่มจีซีซีมีศักยภาพทางเศรษฐกิจและมีอำนาจในการซื้อสูงจึงเป็นตลาดใหม่ที่ไทยไม่ควรมองข้าม และควรให้ความสนใจอย่างจริงจังเนื่องจากขณะนี้ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคยุโรป หรือสหรัฐอเมริกาที่เป็นตลาดสำคัญของไทยประสบปัญหาด้าน

เศรษฐกิจ สินค้าไทยหลายประเภทยังคงมีโอกาที่จะเข้าสู่ตลาดในภูมิภาคจีซีซี โดยเฉพาะสินค้า หูหรืออย่างสินค้าแฟชั่น เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า ซึ่งใน พ.ศ. 2558 มีผู้ประกอบการไทยเข้าไปเปิดร้านขายกระเป๋าหนังระเซ่ในบาห์เรนแล้ว และประสบความสำเร็จในการจำหน่ายสินค้าที่ได้รับความนิยมในหมู่ชนชั้นสูงของบาห์เรนเป็นอย่างมาก สามารถแข่งขันกับสินค้ายี่ห้อดังระดับโลกได้ เนื่องจากสินค้าไทยมีคุณภาพดี และมีราคาถูกกว่าหลายเท่า นอกจากนี้ความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับบาห์เรนในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับผู้นำที่มีความนิยมชมชอบประเทศไทยมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่เกื้อกูลให้ความสัมพันธ์ในระดับประชาชนกับประชาชนดีไปด้วย และเกิดความสนใจในประเทศ ศิลปวัฒนธรรม รวมไปถึงสินค้าที่มาจากไทย ดังนั้น ผู้ศึกษาเชื่อว่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยสามารถประสบความสำเร็จในตลาดบาห์เรนได้อย่างยั่งยืนเป็นรูปธรรม โดยต้องอาศัยความร่วมมือและบูรณาการการทำงานที่ใกล้ชิดระหว่างทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน

บรรณานุกรม

หนังสือ

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. รายงานการศึกษาระดับสมบูรณั โครงการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ, 2553.

คณะเศรษฐศาสตร์และศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. โครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมอัญมณีไทย ระยะที่ 1. กรุงเทพฯ, 2553

ศักดิ์ ศิริพันธ์และคณะ. รายงานฉบับสมบูรณั โครงการการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค อัญมณีและเครื่องประดับในตลาดใหม่ที่สำคัญของไทย : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์. กรุงเทพฯ, 2548.

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. วิกฤตการเงินโลก ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ, 2553.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. โครงการการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคประเทศนำเข้าที่สำคัญ. กรุงเทพฯ, 2546

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติร่วมกับสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. การศึกษาปัจจัยสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก. กรุงเทพฯ, 2550.

Malabar Gold & Diamonds opens 155th Showroom. Gulf Daily News (2016. June 26).

การสัมภาษณ์

คลอติน ซี. เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูตสิงคโปร์ประจำประเทศไทย. สัมภาษณ์. 22 มิถุนายน 2559.

ธนศ จีสงวนสิทธิ์. กรรมการผู้จัดการบริษัท World Sapphire Trading จำกัด. สัมภาษณ์. 18 มิถุนายน 2559.

ประจพพร ต้นมณี. หัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาธุรกิจแฟชั่น สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์. สัมภาษณ์. 4 กรกฎาคม 2559.

ปราณีศา อธิริยะศรีพงศ์. กรรมการผู้จัดการบริษัทเจมส์ พาวิลเลียน ครีเอชั่น จำกัด. สัมภาษณ์. 4 กรกฎาคม 2559.

ปวีณ ธนรัช. เลขานุการเอก รับผิดชอบงานด้านเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ ระหว่าง พ.ศ. 2556-2558. สัมภาษณ์. 23 มิถุนายน 2559.

พิมพ์นรี โหตะไวยากร. กรรมการผู้จัดการบริษัท พรีเมียมส์ จิวเวอรี่ จำกัด. สัมภาษณ์. 15 มิถุนายน 2559.

โมฮัมหมัด ซาจิต. ประธานสมาคมผู้ค้าทองคำและอัญมณีในจีซีซี. สัมภาษณ์. 9 พฤษภาคม 2559.

วันดี ม่านศรีสุข. หัวหน้าฝ่ายบริการข้อมูล สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ.
สัมภาษณ์. 10 มิถุนายน 2559.

วิชัย วราศิริกุล. อดีตเอกอัครราชทูตไทยประจำบาห์เรนระหว่าง พ.ศ. 2554-2558. สัมภาษณ์. 8
มิถุนายน 2559.

สมัย โตเจริญ. อุปนายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ. สัมภาษณ์. 22 มิถุนายน 2559
สำราญ รักตันติเกียรติ. เจ้าของเหมืองล่งสำราญ. สัมภาษณ์. 18 มิถุนายน 2559.

สุทธิพงศ์ ดำรงค์สกุล. นายกสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ. สัมภาษณ์. 22 มิถุนายน 2559.
เสมอจิต ลืมลิขิต. นักการทูตชำนาญการ (เจ้าหน้าที่โต๊ะบาห์เรน) กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและ
แอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ. สัมภาษณ์. 23 มิถุนายน 2559.

อัครวุฒิ ตั้งศิริกุลวงศ์. กรรมการผู้จัดการบริษัทเวก้า อินเตอร์เทรด แอนด์ เอ็กซิซิชั่น จำกัด.
สัมภาษณ์. 4 กรกฎาคม 2559

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมประชาสัมพันธ์. ภาพข่าว : GIT กระทบความสัมพันธ์ไมตรีกับผู้แทนการค้าราชอาณาจักร
บาห์เรน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaipr.net/general/70321>.

กรมประชาสัมพันธ์. ภาพข่าว : เวก้าฯ เรมิตอาญาจักร Thai Pavilion โชว์เพชรพลอยไทยใน
บาห์เรน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaipr.net/tag/jewelry-arabia-2014>.

กระทรวงอุตสาหกรรม. แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: http://www.oie.go.th/files/industry_plan.

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ
ไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
http://www.bu.ac.th/knowledgecentre/executive_journal/oct_dec_12/pdf .

ฐานเศรษฐกิจ. เบื้องลึกยึดคืนบางกอกเจมส์ เสี่ยงสะท้อนจากสมาคมผู้ค้าอัญมณีฯ. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://thansettakij.com/2016/05/03/49358>.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. การค้าไทย. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www2.ops3.moc.go.th/>.

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ.
บาห์เรนประตูการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในตะวันออกกลาง. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.git.or.th/Gem>.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). บาห์เรนประตูการค้าอัญ
มณีและเครื่องประดับไทยในตะวันออกกลาง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
http://tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=3155&pageid=3&read=true&count=true.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ.
[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.oic.go.th/GENERAL/DATA0000>.

- สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศดันอัญมณีและเครื่องประดับไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thaitextile.org/index.php/blog/2015/11/news2-19112015>.
- ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. มองหลาภูมิติ : Middle East ดูไบศูนย์กลางอัญมณี ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกขยับขยายย้ายสู่ตะวันออกกลาง. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา: <http://library.dip.go.th/multim6/edoc/2556/22304.pdf>.
- International Monetary Fund (IMF). Press Release: IMF Executive Board Concludes 2016 Article IV Consultation with Bahrain. [Online]. Available from: <http://www.imf.org/external/np/sec/pr/2016/pr16186.htm>.
- The Social Change Consulting. The Wrong Way to SWOT. [Online]. Available from: <http://socialchangeconsulting.com/>.
- United Nations Statistics Division. United Nations Commodity Trade Statistics Database. [Online]. Available from: <http://comtrade.un.org/db/mr/rfCommoditiesList.aspx?px=H2&cc=7113>.
- Wikipedia. การวิเคราะห์สวอต. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://th.m.wikipedia.org>.
- World Bank. Gross national income per capita. [ออนไลน์]. 2014. แหล่งที่มา: <http://databank.worldbank.org/data/download/GNIPC.pdf>.

ภาคผนวก

คำถามในการสัมภาษณ์

1. ท่านคิดว่าอะไรคือจุดอ่อน และจุดแข็งของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่จะส่งออกไปขายยังบาหลีเรนและตะวันออกกลาง/สินค้าเครื่องประดับประเภทใดที่มีศักยภาพ
2. ท่านคิดว่าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในตลาดบาหลีเรนมากน้อยเพียงใด/ความประทับใจในตลาดบาหลีเรน
3. อะไรคือปัญหาและอุปสรรคการค้าขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรนหรือตะวันออกกลางในความคิดของท่าน/ ประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดดังกล่าวคือประเทศใดบ้าง
4. แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการค้าขายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน/แผนงานที่จะทำเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวในอนาคต
5. บทบาทของท่านและองค์กรในการส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในบาหลีเรน/แผนงานในอนาคต
6. ท่านคิดว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ หรือกระทรวงการต่างประเทศควรมีบทบาทหรือการดำเนินการอย่างไรเพื่อทำให้การส่งเสริมการค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยประสบความสำเร็จในการเจาะตลาดบาหลีเรนได้อย่างยั่งยืน และท่านเห็นว่าบทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ และกระทรวงการต่างประเทศมีความซ้ำซ้อนกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ และกระทรวงพาณิชย์หรือไม่อย่างไร

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางหทัยชนก ฤทธาคนี พรุโม
ประวัติการศึกษา	– ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (ด้านประวัติศาสตร์เน้นการ ท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร – ปริญญาโท (M.A.) ด้าน International Studies University of Leeds
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2539	เข้ารับราชการครั้งแรกบรรจุที่สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงการต่างประเทศ
พ.ศ. 2540	โต๊ะสิงคโปร์ กองเอเชียตะวันออก 2 กรมเอเชียตะวันออก
พ.ศ. 2543	เลขานุการโท สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงพนมเปญ
พ.ศ. 2545	เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโคเปนเฮเกน
พ.ศ. 2549	กองการสื่อมวลชน และกองวิทยุกระจายเสียง กรมสารนิเทศ
พ.ศ. 2552	เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมอสโก
พ.ศ. 2554	หัวหน้าฝ่ายกัมพูชา กองเอเชียตะวันออก 2 กรมเอเชียตะวันออก
พ.ศ. 2556	สำนักงานเลขานุการกรม กรมเอเชียตะวันออก
พ.ศ. 2557	ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา
การฝึกอบรม	
พ.ศ. 2542	หลักสูตร Forum for ASEAN Junior Diplomats in International Affairs ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย และ กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้
ตำแหน่งปัจจุบัน	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมานามา