

บทที่ 4

ภาวะการตลาด

ก. ลักษณะของสินค้า

เมื่อก้าวถึงรัตนชาติ ซึ่งเป็นของมีค่า มีความสวยงาม ก็อาจจะจำแนกออกเป็นชนิดต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. เพชร (Diamond) เป็นรัตนชาติที่นิยมกันมาทุกยุคทุกสมัย มีเนื้อส่วนประกอบเป็นธาตุถ้ำาน (ธาตุคาร์บอน) มีสีได้หลายสีตั้งแต่ชนิดที่ใสบริสุทธิ์ไม่มีสี ไปจนกระทั่งดำ

เพชรที่มีสี เช่น สีเหลือง น้ำตาล เขียว น้ำเงิน แดง ชมพู จะรวมเรียกว่า กลุ่มสีแฟนซี Fancy colors หากเป็นสีชมพูหรือสีน้ำเงิน จะแพงกว่าสีขาวบริสุทธิ์ แต่ถ้าออกสีเหลือง ก็จะมีราคาต่ำกว่าสีขาว เพชรมีความแข็งเท่ากับ 10 ซึ่งเป็นความแข็งสูงสุดตามมาตรฐานของโมห์สเกล ความคงทนต่อการตัดจะไม่เท่ากันในแต่ละหน้าผลึกของเพชรเอง และยังแตกต่างกันในบริเวณที่พบเพชรอีกด้วย ยังมีผลึกมากยิ่งแข็งมาก สามารถส่งประกายได้มาก เพชรมีความวาวสูง (ทางวิชาการเรียก Adamantine Luster) ซึ่งจะเห็นได้เมื่อมีการตัด ขัด และเจียรระในคุณสมบัติของความวาวและความเป็นประกาย (Luster and Brilliancy) เรียกกันว่า "ไฟ" (Fire) ส่วนค่าของความโปร่งใส (Degree of transparency) เรียกกันว่า "น้ำ" (Water of a diamond) แม้ว่าเพชรจะเป็นรัตนชาติที่มีความแข็งมากที่สุด แต่เนื่องจากเพชรมีคุณสมบัติคือ มีรอยแยกแนวเรียบ (Cleavage) ที่สมบูรณ์สี่ทิศทาง (Octahedral cleavage) รอยแยกดังกล่าวจะเป็นรอยที่เพชรแตกออกได้ง่ายที่สุด ซึ่งมีส่วนช่วยในการตัดและเจียรระในเพชรให้มีสัดส่วนและขนาดตามต้องการ แต่ในทางกลับกันก็ต้องระวังไม่ให้เพชรแตกตามรอยแยกอันจะก่อให้เกิดตำหนิภายในเพชรได้

เพชรพบได้หลายแห่งในส่วนต่าง ๆ ของโลก แหล่งที่สำคัญคือ แหล่งเพชรในอาฟริกาใต้และไซบีเรีย โดยเฉพาะในอาฟริกาใต้ ผลิตเพชรได้ประมาณร้อยละ 50-60 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดในโลก สำหรับแหล่งเพชรอื่น ๆ ก็มีที่ อินเดีย บอร์เนียว บราซิล สหรัฐอเมริกา รัสเซีย และออสเตรเลีย สำหรับในประเทศไทยได้มีการพบเพชรปนอยู่ในลานแร่ดินุกจำนวนเล็กน้อย

แถบจังหวัด พังงา และภูเก็ต ตามรายงานเมื่อปี พ.ศ. 2498 ตรวจพบเพชรจากกองตึ๊งใน โรงล้างแร่ของบริษัทเหมืองเรือภูเก็ตจำกัด และบริษัท เหมืองเรือตึกำมุนตึงทิน จำกัด ซึ่ง มีขนาด 1.61 และ 0.45 กะรัต ตามลำดับ มีรูปผลึกสมบูรณ์ โปร่งแสง ความวาวสูง ต่อมา มีการสำรวจเพิ่มเติมในปี พ.ศ. 2509 แต่ก็พบเพชรเพียงปริมาณน้อย ยังไม่คุ้มต่อการลงทุน ทั้งเพชรที่พบยังมีขนาดเล็ก คือประมาณ 0.04-0.89 กะรัต มีสีขาว สีน้ำตาลอมม่วง และสีเหลือง เครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบเพชรอย่างง่าย ๆ คือ แท่งคาโบรันดัม ในการตรวจสอบใช้แท่งคาโบรันดัมไปขีดกับสิ่งที่สงสัยว่าเป็นเพชร ถ้าสิ่งนั้นเป็นหินแข็งจะสึกถ้าสิ่งนั้นเป็นเพชรแท้จะไม่สึก และจะกัดแท่งคาโบรันดัมให้สึกอีกด้วย

2. พลอยตระกูลคอรัันดัม (Corundum) เป็นพลอยที่มีความแข็งรองจากเพชร หรือมีความแข็งเทียบเท่า 9 (ตามมาตรฐานของโมห์ส) ได้แก่ ทับทิม และพลอยสีต่าง ๆ ที่มีอยู่ในหมวด ซฟไฟร์ที่สำคัญ ได้แก่

2.1 ทับทิมหรือพลอยแดง

ทับทิม เป็นพลอยที่มีค่าราคาแพงมากที่สุดในกลุ่มแร่คอรัันดัม ทับทิมมีส่วนประกอบทางเคมีเป็นอะลูมิเนียมออกไซด์ (Al_2O_3) มีเนื้อธาตุอะลูมิเนียม 52.9 % และมีธาตุออกซิเจน (Oxygen) 47.1 % ภายในเนื้อธาตุ มีธาตุโครเมียม (Cr) ปนอยู่ด้วยประมาณ 0.10-1.25 % ซึ่งเป็นตัวทำให้เกิดสีแดง อาจมีธาตุเหล็กปนอยู่ด้วยก็ได้ ผลึกของทับทิมจะเห็นในลักษณะเป็นรูปหกเหลี่ยม (Hexagonal) ขนาดสัดส่วนไม่สูงไม่ยาวมากนัก .

ทับทิมมีคุณสมบัติของการเปลี่ยนสีได้สองสี (Dichroism) จะเห็นได้ชัดในทับทิมที่มีสีเข้ม โดยมองดูในทิศทางที่ต่างกัน คือจะเห็นสีแดงเข้มในทิศทางที่ตั้งฉากกับผลึกและถ้ามองในอีกทิศทางที่ตั้งฉากกับแนวที่มองครั้งแรกจะเป็นสีอ่อนจางลงไปแตกต่างกันชัดเจน สีของทับทิมที่นิยมกันมากที่สุดคือ สีแดงเข้มบริสุทธิ์ (Pure carmine red or carmine red) และอมสีน้ำเงิน หรือฟ้าอ่อนนิด ๆ แต่ถ้าสีน้ำเงินปนมากก็จะทำให้สีแดงบริสุทธิ์เปลี่ยนสีไปเป็นแดงอมม่วงมาก ซึ่งจะทำให้ราคาตก สีแดงดังกล่าวนี้เทียบได้กับสีแดงเลือดนกพิราบ ทับทิมขนาดใหญ่บางเม็ดที่มีสีแดงสด น้ำหรือไฟดีและไม่มีตำหนิ จะมีราคาแพงกว่าเพชรที่มีขนาดและน้ำหนักเท่ากัน

แหล่งทับทิมที่สำคัญ ๆ ของโลกคือ หน่า (ที่มีชื่อเสียงมากคือ บ่อพลอยโมกุก)

ไทย ศรีลังกา และแทนซาเนีย นอกเหนือจากนั้นก็ยังมีที่ อัฟกานิสถาน อินเดีย ออสเตรเลีย บราซิล

มาลาวิ ปากีสถาน ซิมบับเว รัฐมอนตาเนา และคาโรไลเนอในสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศไทย มีชื่อเสียงเป็นที่ทราบกันดีในหมู่ชาวต่างประเทศ ในชื่อของ "ทับทิมสยาม" (Siam Ruby) ซึ่งเป็นสีแดงจัดอมม่วงอยู่ในเนื้อ

2.2 ซัฟไฟร์ (Sapphire)

ซัฟไฟร์นั้นเป็นแร่ในตระกูลคอร์ันดัม เช่นเดียวกับทับทิม จึงมีเนื้อและคุณสมบัติทั่วไปเหมือนทับทิม จะมีข้อแตกต่างก็เพียงมีความถ่วงจำเพาะหนักกว่าทับทิม เล็กน้อย สิ่งที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดก็คือสีซัฟไฟร์ มีหลายสีดังนี้

2.2.1 พลอยสีน้ำเงินหรือโพลิน หรือนิลกาฬ (Blue sapphire) เป็นพลอยที่มีสีน้ำเงินหรือสีฟ้า เพราะมีออกไซด์ของเหล็กและไทเทเนียม (Ti) ปนมีรูปธรรมชาตินี้เป็นรูป 12 เหลี่ยม สีที่จัดว่าสวยคือ และสีเหลืองกำมะหยี่ แหล่งที่ขุดพบพลอยชนิดนี้มากในประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี จันทบุรี ตราด และแพร่ สำหรับต่างประเทศมีใน ออสเตรเลีย ฮ่องกง ศรีลังกา อินเดีย กัมพูชา บราซิล และสหรัฐอเมริกา นิลกาฬนั้นมีสีน้ำเงินแก่จัด ที่มีสีน้ำเงินอ่อน สีน้ำเงินปนเขียวปนไม่ใส และนิลกาฬก็เป็นคนละชนิดกับพลอยราคาถูกที่เรียกกันว่า นิล หรือ นิลตะโก Black spinel สำหรับพลอยที่เรียกว่า "นิลล่า" นั้น เป็นซัฟไฟร์ชนิดที่มีสีน้ำเงินค่อนข้างขุ่น หรือมีสีครามปนเทาขุดพบในประเทศไทยมา นิลล่านี้สวยและราคาแพงต้องมีสีน้ำเงินเข้มและมีสาแทรก หรือสคาร์ทกษาครบบริบูรณ์ และไม่มีรอยแตกร้าว

2.2.2 บุษราคัม (Yellow Sapphire, Topaz sapphire หรือ Oriental topaz) เป็นพลอยที่มีสีเหลืองแก่ อ่อน ต่าง ๆ กัน แต่เดิมที่เรียกกันว่าบุษราคัมนั้น เป็นแร่ไทแพชสีเหลือง ซึ่งมีใช้คอร์ันดัม ไทแพชนั้นมีคุณภาพต่ำกว่า คือมีความแข็งเท่ากับ 8 (ตามมาตรฐานของโมห์ส) ส่วน yellow sapphire นั้น มีความแข็งเท่ากับ 9 แม้ต่อมาจะทราบว่าพลอยสีเหลืองที่พบทางจันทบุรีนั้นเป็นแร่คอร์ันดัม ก็ยังคงเรียกไทแพชเช่นเดิม สีที่นิยมกันมากที่สุดและมีราคาแพง อาจเปรียบได้กับสีขมิ้นเน่า ประเทศที่ขุดพบได้แก่ เยอรมนี สหภาพโซเวียต บราซิล โรดีเชีย ฮ่องกง ออสเตรเลีย และไทย แต่ปรากฏว่าบุษราคัมที่มีคุณภาพดีได้แก่บุษราคัมของไทยและออสเตรเลีย สำหรับปริมาณที่ขุดได้ในประเทศออสเตรเลียนั้นน้อยกว่าไทย ดังนั้นบุษราคัมของไทยจึงเป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงมาก โดยมีการขุดพบมากที่จังหวัดจันทบุรี และกาญจนบุรี

2.2.3 พลอยสีเขียว (Green Sapphire, Oriental Emerald) ชาวบ้านเรียกทั่ว ๆ ไปว่า เขียวมรกต ซึ่งอาจมีสีเขียวอมน้ำเงิน เหมือนเขียวใบไม้แก่ ๆ อาจมีเหลือง

✓ ปนเพียงเล็กน้อย มีความสดใสหลังจากเจียรไนแล้ว แม้จะเรียกว่าเขียวมรกต แต่มีสีเขียวเหมือนมรกตจริง ๆ หากเขียวมรกตอมเหลืองเล็กน้อย เรียกว่า "เขียวบุษย์" ตามปกติพลอยสีเขียวนี้มักมีแถบสีหรือที่เรียกว่าลายหินปรากฏอยู่ในเนื้อพลอย ซึ่งจะมองเห็นได้ชัดที่หน้าพลอยหลังเจียรไนแล้ว ลายหินที่ปรากฏชัดเจนจะถือว่าเป็นพลอยที่มีตำหนิ ทำให้ราคาตก เพราะทำให้ประกายไฟลดลง แต่ถ้าลายหินมีเพียงเล็กน้อย ต้องส่องกล้องจึงจะแลเห็นแล้วกลับถือว่าเป็นที่นิยม เพราะเชื่อได้แน่ว่าเป็นพลอยธรรมชาติจริงมีใช้พลอยสังเคราะห์ ในประเทศไทยพบแถบจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด

2.2.4 พลอยสาแหรกดำ หรือพลอยสตาร์ (Black Star Sapphire) พลอยสตาร์ที่มีราคาดี หรือเป็นที่นิยมต้องมีสตาร์ 6 ขา พลอยสตาร์พบมากที่ประเทศไทย แถบจังหวัดจันทบุรี และตราด

๓. มรกต (Emerald)

มรกตเป็นแร่สีเขียวชนิดหนึ่งในตระกูลเบริล (Beryl) มรกตจัดเป็นพลอยที่มีราคาสูงและหาได้ยากมากที่สุดในกลุ่มแร่ชนิดนี้ สีที่นิยมกันมากที่สุดและแพงที่สุดคือ สีเขียวขนาดมะม่วงดิบ (Deep green) ที่มีสีเขียวเนื่องจากมีโครเมียมปน บางครั้งอาจมีวานาเดียม สีของมรกตจะทนทานต่อแสงแดดและความร้อน มรกตจะเปลี่ยนสีต่อเมื่อถูกความร้อนสูงประมาณ 700-800 °C ผลึกของพลอยชนิดนี้จัดอยู่ในระบบเฮกซะโกนาล มีส่วนประกอบทางเคมีเป็น เบริลเลียม-อะลูมิเนียมซิลิเกต (Beryllium Aluminium Silicate) มีความแข็ง 7.5-8 ต่ำกว่าเพชร และพลอยทับทิมซฟไฟร์ แต่สูงกว่าแก้วโป่งข่ามเล็กน้อย ความวาวคล้ายแก้ว มรกตจากทุกแหล่งมักจะเปราะจะต้องระมัดระวังไม่ให้ถูกแรงกดดัน หรือถูกกระแทกมากเกินไป เพราะจะทำให้แตกง่าย ปกติมรกตมีความทนทานต่อสารเคมีทุกชนิดยกเว้นกรดกัดแก้ว (Hydrofluoric acid)

แหล่งผลิตที่สำคัญของโลกคือโคลัมเบีย โดยเฉพาะจากเมืองมูโซ (Muzo) ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมืองโบโกตา จากโคสเควช (Cosques) เอลชีเวอ (El Chivor) และจากเหมืองแห่งใหม่ พินาปลังกา (Pena Planca) ปัจจุบันโคลัมเบียยังคงเป็นประเทศที่ผลิตมรกตเป็นอันดับหนึ่งของโลก นอกเหนือจากนั้นมีที่บราซิล ซิมบับเว แอฟริกาใต้ แถบเทือกเขาอูราลในรัสเซีย ที่อื่น ๆ ได้พบแต่ไม่สำคัญนัก เช่น แซมเบีย อินเดีย ออสเตรเลีย รัฐแคลิฟอร์เนียในสหรัฐอเมริกา สำหรับในประเทศไทยพบที่บ้านโป่ง อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ และมีสีเขียว

อมฟ้าอ่อน ๆ มักมีรอยแตกและเนื้อค่อนข้างนุ่ม

4. พลอยที่มีกำเนิดมาจากแร่ ควอตซ์ (Quartz)

4.1 พลอยสีม่วง หรือพลอยสีดอกตะแบก (Amethyst)

เป็นควอตซ์สีม่วง มีทั้งแบบสีดอกลาเวนเดอร์ (Lavender) อ่อน ๆ ไปจนกระทั่งม่วงเข้ม ชนิดที่มีสีเข้มมักจะมีแดงปนนิด ๆ ความเข้มของสีภายในผลึกก้อนหนึ่งนั้น โดยปกติจะไม่เท่ากัน มีทั้งสีอ่อน และสีเข้มปะปนกันอยู่ภายในเนื้อพลอย ทั้งในลักษณะเป็นบริเวณ เป็นลายชั้น รูปผลึกของแอมethyst เป็นรูปหกเหลี่ยมปลายแหลม มีส่วนประกอบทางเคมีเป็นซิลิคอนไดออกไซด์ (SiO_2) มีความแข็งเท่ากับ 7 ตามมาตรฐานของโมห์ส แอมethyst ถ้าถูกความร้อนประมาณ 470-750 องศาเซลเซียสจะกลายเป็นสีเหลืองอ่อน การเปลี่ยนสีของแอมethyst เนื่องจากความร้อนหรือการนำมาหุง (Heat Treatment) นั้น บางครั้งไม่สามารถจะคาดหมายว่าหุงแล้วจะได้สีอะไร อาจแตกต่างกันไปตามแหล่งกำเนิด โดยปกติหม้อแอมethyst เกิดเป็นผลึกอยู่ในโพรงหิน หรือในจีโอด (Geodes) แบบ Geodes พบมากในอินเดีย

แอมethyst ที่สีเข้มข้นมาตรฐานมาจากประเทศรัสเซีย ซึ่งมักจะมีสีแดงปน เมื่อมองภายใต้แสงไฟ ที่ Idar-Oberstein ในประเทศเยอรมันตะวันตกก็มีพบมาก นอกจากนั้นก็ยังมีที่บราซิล อูรุกวัย แอฟริกาทางตะวันตกเฉียงใต้ แชนเบีย ศรีลังกา ออสเตรเลียทางตะวันตก และหลายแห่งในสหรัฐอเมริกา เช่น ที่รัฐมอนทานา คาโรไลนาเหนือ แคลิฟอร์เนีย เท็กซัส เวอร์จิเนีย สำหรับประเทศไทยมีพบแถบอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก และจังหวัดแพร่ แต่สีม่วงที่ปรากฏเป็นสีอ่อนจึงมีราคาสู้อะเมethyst จากต่างประเทศ เช่น บราซิล และออสเตรเลียไม่ได้

4.2 โอปอล (Opal)

เป็นแร่อยู่ในตระกูลควอตซ์ชนิดหนึ่ง คือมีเนื้อเป็นซิลิกา และมีน้ำปนอยู่ในเนื้อ จากการศึกษาด้านอิเล็กทริคปรากฏว่า โอปอลมีเนื้อแน่นละเอียด (Cryptocrystalline aggregate) มีน้ำที่ปนอยู่ในเนื้อประมาณ 3-10 % อาจมีสูงได้ถึง 30 % ความถ่วงจำเพาะและค่าดัชนีหักเหของแสงแปรเปลี่ยนได้ตามจำนวนของน้ำที่ปะปนอยู่ในเนื้อ ความแข็ง 5.5-6.5 ตามมาตรฐานของโมห์ส มีความวาวคล้ายแก้ว

โอปอลไม่มีรอยแยกแนวเรียบ (Cleavage) อย่างรัตนชาติอื่น ๆ แต่มีรอยแตก

(Fracture) ซึ่งมักแตกเป็นรูปก้นหอย (Conchoidal Fracture) คุณสมบัติพิเศษของพลอยชนิดนี้คือมีเหลือบแสงโอปอภายในตัวของมันเอง ที่เรียกกันว่าโอปอเลสเซนซ์ (Opalescence) เป็นเหลือบสีประกายรุ้งที่เปลี่ยนสีได้เมื่อหมุนหน้าพลอยไปในทิศทางที่ต่างกัน โอปอจัดแบ่งเป็นสามกลุ่มคือ

4.2.1 พรีเชียส โอปอ (Precious Opal) เป็นโอปอมีค่า มีการเล่นสีเป็นประกายสวยงาม มีความโปร่งแสง หรือกึ่งโปร่งใส

4.2.2 โอปอไฟ (Fire Opal) เรียกเช่นนี้เพราะมีสีส้ม เหมือนสีเปลวไฟ (เหลือบเหลืองปนแดง) เมื่อนำมาส่องดูใต้แสงไฟ จะเห็นสีสะท้อนบนผิว เหมือนเปลวไฟเกิดขึ้น

4.2.3 โอปอธรรมดา (Common Opal) ส่วนใหญ่เนื้อทึบ ไม่มีการเล่นสีให้เห็น เมื่อประมาณศตวรรษที่แล้วมาแล้ว โอปอที่มีคุณภาพดีที่สุดมาจากประเทศเซคโกสโลวาเกีย ต่อมาพบอีกที่นิวเซาท์เวลส์ และครีนสแลนด์ในประเทศออสเตรเลีย ปัจจุบัน 95% ของโอปอที่สวยงามมาจากประเทศออสเตรเลีย ส่วนประเทศที่ผลิตโอปอรองลงมาคือ เม็กซิโก นอกจากนี้ยังพบอีกที่บราซิล กัวเตมาลา ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาในรัฐเนวาดา และตุรกี ในประเทศไทย โอปอที่พบมักเป็นโอปอชนิดธรรมดา สีขาวนํ้านม สีเหลืองถึงน้ำตาลแก่ สีฟ้าอ่อน สีชมพู พบเกิดร่วมกับแร่ฟลูออไรต์ที่บ้านปาง จังหวัดลำพูน เกิดร่วมกับแร่แมงกานีส ที่จังหวัดนครราชสีมา และในบริเวณจังหวัดลพบุรี สระบุรี นครนายก และนครพนม

4.3 โป่งข่าม (เขี้ยวหนูมาน)

เป็นที่รู้จักกันมากกว่า 100 ปีแล้ว เดิมเรียกกันว่า "แก้วเมืองเถิน" ต่อมาก็เรียกกันว่า "แก้วแม่แก่ง" บ้าง "แก้วโป่งข่าม" บ้าง ทั้งนี้เพราะพบแก้วชนิดนี้ในบริเวณที่เรียกว่า โป่งข่าม ซึ่งอยู่บนคอกโป่งหลวง อยู่ในเขตปกครองของบ้านแม่แก่ง ตำบลแม่ถอด อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง แก้วโป่งข่ามที่ขุดได้มักเป็นผลึกแท่งยาว ๆ ชาวบ้านเรียกหน่อแก้ว ซึ่งเมื่อเจียรระในแล้วอาจได้ภาพหรือวิวแปลก ๆ แก้วโป่งข่ามที่ซื้อขายกันอยู่ จัดเป็นแร่ควอตซ์ ส่วนมากผลึกจะมีรูปร่างเป็นแท่ง อย่างแท่งดินสอที่เป็นเหลี่ยมหกด้าน ปลายมักแหลม ผลึกมักเกิดเกาะกันเป็นหน่อ หรือแม้แต่เบียดกันเป็นผลึกซ้อนก็มี—ผลึกมีตั้งแต่ขนาดเล็กถึงใหญ่อาจใส หรือขุ่นอย่างนํ้านมสด อาจมีสีได้ต่าง ๆ กัน ตามชนิดของแร่ที่เจืออยู่ในเนื้อควอตซ์

ในประเทศไทย นอกจากจะพบที่ลำปางแล้ว ยังพบอีกที่นครสวรรค์ อุตรดิตถ์ นครนายก เชียงใหม่ สำหรับต่างประเทศมีที่ บราซิล

5. เพอริโดท (Peridot)

เป็นพลอยที่มีสีเขียว และเป็นรัตนชาติที่เนื้อพลอยมีสีเขียว จะมีแปรเปลี่ยนอยู่บ้างก็เฉพาะภายในส่วนลึกของเนื้อพลอยเท่านั้น โดยเปลี่ยนจากสีเขียวอ่อนใสบริสุทธิ์ไปเป็นสีเขียวโอลีฟเข้มภายในเนื้อ ชนิดที่มีสีเขียวอ่อนเป็นจุดเด่น มักจะเป็นสีของเพอริโดทที่มาจากรัฐแอริโซนา ในสหรัฐอเมริกา ส่วนสีเขียวเข้มเป็นสีเพอริโดทที่รู้จักกันในชื่อ มรกตยามเย็น (Evening Emerald) แต่ไม่ใช่เป็นมรกตที่แท้จริง มรกตยามเย็นเป็นพลอยที่มาจากเกาะเซนต์จอห์นในทะเลแดง และมีสีเหลืองปน แต่ยังคงมองเห็นสีเขียวได้ชัดเจน สีเขียวที่เกิดขึ้นนั้นเนื่องจากมีเหล็กออกไซด์ (Ferrous Oxide) ปนอยู่ภายในเนื้อ

เพอริโดท มีเนื้อส่วนประกอบเป็นแมกนีเซียม ซิลิเกต $(\text{MgFe})_2\text{SiO}_2$ ความวาวคล้ายแก้วหรือวาวคล้ายเทียน แต่มีความวาวมากขึ้นหลังจากนำมาขัดมันแล้ว ความแข็ง 6.5-7 ปกติไม่ความต้านทานต่อการกัดกร่อน อาจแตกกระจายได้ง่ายเมื่อมีแรงกดมาก ๆ

เพอริโดทมีต้นกำเนิดจากหินต้นไนต์เพอริโดไทต์ แหล่งที่พบคือเกาะเซนต์จอห์นในทะเลแดง พม่า สหรัฐอเมริกาในรัฐแอริโซนา นิวแม็กซิโก และแคลิฟอร์เนีย นอกเหนือจากนี้พบที่ออสเตรเลีย บราซิล และแอฟริกาใต้ ในประเทศไทยพบที่ดอยแก้ว หรือดอยฟ้าผ่า บ้านดงยาง อำเภอรังษี จังหวัดแพร่ และพบทั่ว ๆ ไปในจังหวัดแพร่ ลำปาง ตราด จันทบุรี ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี สีเพอริโดทของไทยมักออกไปในทางเหลือง ๆ

6. หยก (Jade)

หยกมี 2 จำพวกคือ เจดไตท์ (Jadeite) และเนฟไรท์ (Nephrite) หยกที่ชาวจีนนิยมมากคือหยกจำพวกเจดไตท์

6.1 หยกเจดไตท์ (Jadeite)

มีธรรมชาติกำเนิดจากกำเนิดจากแร่โซเดียม และอลูมิเนียม มีเนื้อหยาบ เป็นเส้น มีความใสขุ่น ตามธรรมชาติชนิดนี้มีสีเขียวลูกแอปเปิ้ลถึงสีเขียวมรกต และสีเขียวอ่อนอมสีขาว จนถึงสีเกือบขาว สีที่ดีที่สุดคือสีเขียวแอปเปิ้ล หยกสีม่วง สีส้ม สีแดง สีเหลืองเป็นชนิดราคาถูก หยกเป็นแร่ชนิดที่ไม่มีประกาย มีผิวแลเป็นมัน ความแข็ง 6.5-7

แหล่งหยกเจดไตท์ที่ภูเขาคาจิ้น (Kachin Hills) ทางทิศเหนือของประเทศ

พม่ามีปริมาณหยกมาก เหมือนมะยิดกินา Mayitkina ประเทศพม่าเป็นแหล่งสำคัญที่ผลิตหยกชนิดนี้สำหรับทำเครื่องประดับ

6.๕ หยกเนฟไรท์ (Nephrite) มีธรรมชาติเกิดจากแร่แมกนีเซีย คัลเซียม และหยก หยกจำพวกนี้มีสีเขียวไปไม่อมสีดำไปจนถึงสีเกือบขาว มีเนื้อหยกอย่างเดียวกับหยกเจดไคท์ แต่มีคุณสมบัติตามธรรมชาติต่ำกว่าคือ ความแข็ง 6.5 หยกจำพวกนี้พบมากที่นิวซีแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ทางทิศตะวันออกของประเทศเตอร์กี, ไชบีเรีย หลายแห่งในประเทศแม็กซิโก กัวเตมาลา เวเนซุเอล่า นิวกีนี

ที่เรียกว่าหยกสไตเรียน (Styrian) และหยกออฟริกานั้น ความจริงไม่ใช่หยก แต่เป็นหินเนื้ออ่อน ซึ่งมีลักษณะและสีคล้ายหยกหินชนิดนี้มาจากตำบลสไตเรียน มาจาก อิตาลี สวีเดน นอร์เวย์ สวิสเซอร์แลนด์ สำหรับประเทศไทยเคยขุดพบที่จังหวัดน่าน

๗. โกเมน (Red Garnet)

โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงโกเมนจะหมายถึง การ์เนตสีแดง แต่ตามข้อเท็จจริงแล้ว การ์เนตพบตามธรรมชาตินั้น มีสีสรรได้มากมายหลายสี ยกเว้นสีน้ำเงิน ส่วนประกอบทางเคมีเป็นพวก ซิลิเกต (Silicate) แร่ชนิดนี้สามารถแบ่งออกเป็นชนิดย่อย ๆ หลายชนิด เช่น ไพโรป (Pyrope) อัลมันดิล (Almandite) กรอสซูลาไรต์ (Grossularite) แอนดราไดต์ (Andradite)

ประเทศที่พบมี ออสเตรเลีย ศรีลังกา บราซิล แอฟริกาใต้ อเมริกา ฯลฯ ส่วนในประเทศไทยโกเมนที่พบมีสีแดง เป็นชนิดไพโรป การ์เนต (Pyrope garnet) ที่หนองบอน จังหวัดตราด พบเป็นจำนวนมากและมีสีออกไปทางน้ำตาลแดง ค่อนข้างทึบแสง

๘. เทอร์ควอยซ์ (Turquoise) พลอยสีเข้มนกการะเวก

มีเนื้อส่วนประกอบเป็นอาลูมิเนียมฟอสเฟต-ที่มีทองแดงผสมอยู่ด้วย มีความแข็ง (Hardness) 5-6 ปกติมีสีท้องฟ้า เขียวน้ำเงิน และเขียวแอมป์เปิ้ล หรือเขียวแบบเทือกเขา สีเขียวดังกล่าวไม่ใช่เขียวบริสุทธิ์ แต่จะมีสีเทาและน้ำเงินปน ชนิดที่มีสีน้ำเงินนั้น เป็นเพราะมีธาตุทองแดงปน ส่วนชนิดสีเขียวน้ำเงินนั้น เป็นเพราะมีทองแดงและเหล็กปน เทอร์ควอยซ์เมื่อแตกจะมีรอยแฉกรูปโค้งเว้ากันหอย (Conchoidal fracture) บนหน้ารอยแตกใหม่ ๆ มักจะมีความวาวมันคล้ายขี้ผึ้ง หรือวาวคล้ายแก้ว

สีที่นิยมมากที่สุดคือสีท้องฟ้าคอนที่ปลอดโปร่ง (Sky blue) การเปลี่ยนสีของเทอร์คอยส์อาจเกิดขึ้นได้เมื่อโดนอุณหภูมิตั้งแต่สูง ๆ ถึง 250° เซลเซียส หรือถูกเหงื่อซึมซับ ถูกน้ำมัน ถูกเครื่องสำอางบางชนิดซึ่งอาจแก้ไขโดยการขัดมัน และนำไปจุ่มในแอมโมเนีย จะช่วยให้มีสีและดูเข้มขึ้น *ข้อควรระวัง: ใช้น้ำยาขัดขัดถูได้วันเว้นวัน*

เทอร์คอยส์ที่มีคุณภาพดีที่สุดมาจากแถบทางตะวันออกเฉียงเหนือของอิหร่านใกล้ ๆ นิชาปุร์ (Nichapur) เรียกเทอร์คอยส์เปอร์เซีย (Persian turquoise) แหล่งอื่น ๆ มีที่อัฟกานิสถาน อียิปต์ ออสเตรเลียตะวันออก สาธารณรัฐประชาชนจีน (ทิเบต) อิสราเอล แทนซาเนีย ตะวันตกของอเมริกา แถบนิวแม็กซิโก อาร์โซนา (รายละเอียดคุณสมบัติทางกายภาพ และคุณสมบัติทางเคมีดูได้ในภาคผนวกหน้า 182)

PM 2004

เครื่องประดับจำแนกได้เป็น

1. เครื่องประดับที่ทำด้วยทอง
2. เครื่องประดับที่ทำด้วยเงิน
3. เครื่องประดับที่ทำด้วยแพลตตินั่ม (Platinum)
4. เครื่องประดับที่ทำด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ

ข. Pricing (การตั้งราคา)

เนื่องจากในประเทศไทยอัญมณีประเภทพลอยในตระกูลคอร์รันดัม ซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไป ในชื่อของทับทิม (Ruby) และซฟิร์นั้นขุดได้มากที่สุด เมื่อเทียบกับพลอยชนิดอื่น ๆ และเป็นพลอยที่มีการส่งออกมากที่สุด ดังนั้นในเรื่องของการตั้งราคาก็จะกล่าวถึงราคาพลอยในตระกูลนี้ ซึ่งเป็นสินค้าสำคัญของประเทศไทย

อัญมณีพวกพลอยมีสีที่ไม่สม่ำเสมอ แต่ละเม็ดจะมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงแตกต่างกับเพชร ซึ่งสามารถที่จะมีการแบ่งมาตรฐานจัดเพชรออกเป็นเกรดต่างๆ ได้ ซึ่งทำให้ง่ายต่อการกำหนดราคามาตรฐานสำหรับเพชรในแต่ละเกรด ซึ่งเป็นผลในการซื้อขายสะดวกมากยิ่งขึ้น สำหรับพลอยเนื่องจากยังไม่สามารถมีการแบ่งเกรดออกได้ชัดเจน ในการซื้อขายราคาจึงไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน ขึ้นกับประสบการณ์และความชำนาญของผู้ซื้อและผู้ขายในการดูคุณภาพพลอยและซื้อขายกันในราคาที่ทั้งสองฝ่ายพอใจ แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยซึ่งมีส่วนในการกำหนดราคา

ของอัญมณีประเภทพลอยก็พอจะแบ่งได้เป็นดังนี้

1. คุณสมบัติต่าง ๆ ของพลอย ซึ่งสามารถแยกย่อยออกได้เป็น

ก. ความบริสุทธิ์ของเนื้อพลอย (Clarity)

อัญมณีที่จะมีราคาดีจะต้องมีความใส เพราะความใสนี้จะทำให้เกิดประกายมากกว่าพลอยที่ขุ่น นอกจากนี้จะต้องไม่มีจุด ฝ้า ผ้ำ อยู่ในเนื้ออันจะส่งผลให้ราคาตกลง เช่น พลอยสีเขียวใบไม้ (Green Sapphire) ถ้าหลังจากเจียรระไนแล้วมีความใสเป็นอันมากจะทำให้ราคาดี ถ้ามี "เส้นหิน" เล็กน้อยจะทำให้ราคาสูงยิ่งขึ้น เพราะเป็นสัญลักษณ์ว่าเป็นของแท้ แต่ถ้าเห็นเส้นหินชัด เจนก็กลับทำให้ราคาตกลง

ข. สี (Color)

อัญมณีที่จะมีค่าหรือมีราคาดีก็ต่อเมื่อมีสีที่สม่ำเสมอตลอดทั้งหมด อัญมณีที่มีสีอยู่ในความนิยมของตลาดในขณะนั้นจะมีราคาดีขึ้น เช่น โพลินหรือชฟไฟร์นั้น จะมีราคาดีเมื่อมีสีน้ำเงินคล้ายน้ำหมึกและไม่มีสีอื่นใดมาเจือปน เมื่อบมองจากด้านหน้าของพลอย รวมทั้งไม่ขุ่นมัวอีกด้วย แต่ในกรณีของเพทาย แม้จะเป็นเพทายชนิดเดียวกัน แต่เพทายที่มีราคาดีจะต้องเป็นเพทายสีฟ้า รองลงมาคือสีขาว และเหลือง เป็นต้น

ค. ความหายาก (Scarcity)

อัญมณีที่มีราคาสูงย่อม ขึ้นอยู่กับความหายากของตัวมันเองด้วย หากแหล่งผลิตผลิตได้น้อยลง แต่ความต้องการมิได้ลดลงตาม ราคา ก็ย่อมสูงขึ้นด้วย

ง. การเจียรระไน (Cutting)

การเจียรระไนพลอยให้สวยงามนั้นแตกต่างจากเพชร เพราะในการเจียรระไน เพชรมีมาตรฐานที่แน่นอน สำหรับพลอยเนื่องจากสีไม่เท่ากันตลอดทั้งก้อน การตั้งหน้าพลอยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องอาศัยความชำนาญของช่าง นอกจากนั้นราคาของพลอยที่ซื้อขายกันอยู่ยังขึ้นกับน้ำหนักหลังเจียรระไนแล้ว ดังนั้นช่างเจียรระไนที่เก่งจะเจียรระไนโดยมีการตั้งหน้าพลอยและเจียรระไนให้เสียเนื้อพลอยน้อยที่สุด เพื่อให้ราคาเม็ดของพลอยนั้น ๆ มีราคาสูงที่สุด

จ. ความแข็ง (Hardness)

ส่วนมากอัญมณีที่มีราคาดีมักจะเป็นอัญมณีที่มีความแข็งมากด้วย เพราะความแข็ง

มักจะทำให้อัญมณีนั่นทนทาน ช่วยป้องกันมิให้สีกร่อนง่าย ไม่บุบสลายหรือมีรอยขีดข่วนเมื่อใช้ และยังช่วยให้สะท้อนแสงได้ดี และเกิดประกายแวววาว (Lusture) ซึ่งทำให้เกิดความสวยงามเมื่อผ่านการเจียรระโน

จ. ¹ น้ำหรือไฟ (Water and Fire)

อัญมณีที่จะมีไฟดีนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 2 ประการคือ

- การมีค่าดัชนีหักเหของแสง (Refractive Index) และ
- การกระจายแสงออก (Dispersion)

หากอัญมณีมีค่าดัชนีหักเหของแสงสูงและมีการกระจายแสงออกได้ดี ก็จะทำให้อัญมณีนั้นสวยงามและมีราคาสูง ซึ่งคุณสมบัติทั้งสองประการนี้จะขึ้นอยู่กับความแข็ง ความใส การเจียรระโนทำหน้าที่ เหลี่ยมมุมอย่างถูกต้องตามหลักวิชา

ช. ขนาด (Size)

ยิ่งอัญมณีมีขนาดใหญ่ก็จะมีราคาสูงขึ้น แต่ราคาไม่ได้แปรผันโดยตรง แปรผันตามขนาด เช่น อัญมณีเมื่อมีน้ำหนัก 1 กะรัต สมมติกะรัตละ 10,000 บาท หากมีน้ำหนัก 5 กะรัต มิใช่ว่าราคาอัญมณีจะเป็น 50,000 บาท แต่อาจเพิ่มเป็น 80,000 บาท หรือสูงกว่านี้อีกก็ได้

2. ความนิยมของตลาด

หากตลาดนิยมอัญมณีชนิดใด ก็จะทำให้ราคาของอัญมณีชนิดนั้นสูงขึ้น เช่น ตลาดในไทยที่เคยนิยมเขียวส่อง ช่วงนั้นเขียวส่องจะมีราคาสูง พอหมดความนิยมราคาก็จะตกลง หรือเห็นได้ชัดในตอนที่คนหันมานิยมโป่งข่าม เพราะมีความเชื่อว่าช่วยป้องกันอันตราย หรือใส่แล้วมีสิริมงคลกับตัวราคาจะสูง แต่ปัจจุบันโป่งข่ามนั้นมีราคาถูกมาก จากการสำรวจจะพบว่า ในช่วงที่ราคาดีพลอยที่ผลิตจากเขตจันทบุรี-ตราดจะมีอัตราการ Mark up ดังนี้

¹น้ำ หมายถึง ค่าของความโปร่งใส (Degree of Transparency)

ไฟ หมายถึง คุณสมบัติของความเป็นประกายและความแวววาว (Luster and Brilliance)

- 1) 1. นักขุดพลอย Prospector
ตั้งราคา 18 ดอลลาร์สหรัฐสำหรับพลอยดิบ 100 กะรัต
2. นักเจียรระไนพลอย Cutter
ได้ค่าจ้าง 1.50 ดอลลาร์สหรัฐ/กะรัต การเจียรระไนพลอยดิบ 100 กะรัต
จะได้พลอยที่มีขนาด 1.5-2.5 กะรัต ประมาณ 13 เม็ด ซึ่งรวมแล้วจะ
เหลือพลอยที่เจียรระไนเสร็จมีน้ำหนักรวม 25 กะรัต *มูลค่า 75%*
3. พ่อค้าพลอยจันทบุรี Chantaburi dealer
ราคาจะเป็น 85 ดอลลาร์สหรัฐสำหรับพลอยที่เจียรระไนแล้ว 25 กะรัต
(ซึ่งเป็นการ mark-up 15 %)
4. ผู้ค้าส่งในกรุงเทพฯ
ขายราคา 110 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นราคาที่ mark-up ขึ้นไปประมาณ
30 %
5. พ่อค้าคนกลางต่างประเทศ
ขายราคา 175 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นราคาที่ mark-up ประมาณ 60 %
6. พ่อค้าผู้ขายอัญมณีและเครื่องประดับไปยังผู้บริโภคสุดท้ายในต่างประเทศ
ขายราคา 350 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งเป็นราคาที่ mark-up ขึ้นไปถึง 100 %

อย่างไรก็ตามบางครั้งจะพบว่าราคาของอัญมณี โดยเฉพาะทับทิมในตลาดต่างประเทศ
อาจมีราคาต่ำกว่าในตลาดกรุงเทพฯ ได้ ทั้งนี้เนื่องจากในบางครั้งในกรุงเทพฯ กำลังมีความต้องการ
ทับทิมอย่างมากทำให้ราคาสูงขึ้น ประกอบกับขณะนั้นในต่างประเทศมีการซื้อทับทิมสต็อกเอาไว้ใน
ราคาที่ต่ำและจำเป็นต้องปล่อยทับทิมออกสู่ท้องตลาดด้วยเหตุผลทางด้าน เศรษฐกิจที่ต้องการเงิน
หมุนเวียน หรือไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไป

สำหรับสินค้าประเภทเครื่องประดับสำเร็จรูป ราคานอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาของอัญมณี
ดังที่กล่าวมาแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกคือ

¹⁾ เป็นอัตราการคิดกำไรจากการสำรวจภาวะตลาดอัญมณีของประเทศไทย คัดจากหนังสือ
LAPIDARY JOURNAL VOLUME 36 ORTOBER 1982.

1. ราคาของโลหะที่นำมาใช้ทำเป็นเครื่องประดับ เช่น ทอง เงิน ทองคำขาว ดังนั้นหากในขณะนั้นราคาของทองสูงขึ้น ก็จะทำให้ราคาของเครื่องประดับสำเร็จรูปสูงตามไปด้วย

2. อัตราค่าจ้างของช่างฝีมือ ราคาค่าจ้างในการทำเครื่องประดับแต่ละชิ้นจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแบบว่ายากหรือง่าย เสียเวลาเพียงใด รวมทั้งจำนวนเม็ดของอัญมณีที่ทำการฝังลงในเครื่องประดับนั้น ๆ โดยทั่ว ๆ ไปค่าแรงของช่างฝีมือในแถบบ้านหม้อจะประมาณ 3-4 บาท/การฝัง 1 เม็ด แต่ถ้าเป็นลูกค้าจะมาสั่งราคาจะเขยิบสูงขึ้นไปถึง 20-30 บาท/การฝัง 1 เม็ด

ดังนั้น สำหรับโรงงานผลิตเครื่องประดับสำเร็จรูปจะมีการคิดราคาขายโดยขั้นต้นจะคำนวณต้นทุนดังนี้

ต้นทุน = ราคาของอัญมณีที่ใช้ + ราคาของโลหะมีค่าที่นำมาทำเป็นเครื่องประดับ
+ ค่าจ้างแรงงานของช่างฝีมือ

เมื่อได้ต้นทุนแล้วก็จะบวกผลกำไรตามที่ต้องการ ซึ่งโดยปกติจะได้ดังนี้

ราคาขาย = ต้นทุน + 20 % ของต้นทุน

สำหรับราคาของอัญมณีที่ซื้อขายกันนั้น หากเป็นเพชรบริษัท เดอ เบียร์ส คอนโซลิเดเต็ด ไมนส์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ค้าเพชรใหญ่ที่สุดของโลกจะเป็นผู้ชี้ชะตาตลาดเพชรของโลก เพราะบริษัทจะมีเครือข่ายอยู่มากมายที่เกี่ยวกับกิจการค้าเพชรเกือบทั่วโลกควบคุมตลาดเพชร 80 % ทั่วโลก และมีสัญญาซื้อขายเพชรจากเหมืองเพชรเกือบทั่วโลกเช่นกัน ดังนั้นการกำหนดราคา การประกาศขึ้นราคา หรือลดราคาจึงดูเหมือนว่าบริษัท เดอ เบียร์ส จะเป็นผู้ผูกขาด

ในประเทศไทยซึ่งเป็นแหล่งผลิตอัญมณีมีสี ตระกูลคอรันดัม ซึ่งมีปริมาณส่งออกมากที่สุด ปรากฏว่าหลักเกณฑ์ในการแบ่งเกรดนั้นก็ได้มีการพยายามทำขึ้น เพื่อให้ได้มาตรฐานและสะดวก เช่นเดียวกับเพชร โดยมีสถาบันอัญมณีศาสตร์ ซึ่งใช้ชื่อว่า AIGS (Asian Institute of Gemmological Science) ได้พยายามแบ่งเกรดอัญมณีเหล่านี้ โดยคำนึงถึงปัจจัย 4 ประการ คือ

1.1 สี (Color Type (Hue))

1.2 ความเข้มของสี (Intensity) ซึ่งให้เป็นตัวเลข 1 ถึง 10 โดย 10

ถือว่าดีที่สุด

1.3 โทนของสี (Tone) จะเป็นอันดับตั้งแต่ 0-100 โดยดูที่ความมืดและความ

สว่าง

2. ความบริสุทธิ์ของเนื้อพลอย (Clarity) จะแบ่งความมืดดำหนักมากถึงน้อย
3. การตัดและเจียรระโน (Cut). ใช้ตัวเลข 1 ถึง 10 โดย 10 ถือว่าเจียรระโนดี
4. ความแวววาว Brilliancy เริ่มสเกลจาก 0 ถึง 100 ซึ่งปัจจัยตัวนี้จะเกี่ยว
ข้องกับความใส และการเจียรระโน

ปัจจัยทั้ง 4 นี้ สามารถแบ่งแยกให้เห็นได้จากตาราง

สเกลการกำหนดสี (AIGS Color Grading Scale)

10	9	8	7 6 5	4 3	2 1
Excellent	Very Good		Good	Fair	Poor

สเกลการกำหนดโทน (AIGS Tone Grading Scale)

100	90	80	70 60 50	40 30	20	10
Very Dark	Dark		Medium	Light		Very Light

สเกลการกำหนดความบริสุทธิ์ของเนื้อพลอย (AIGS Clarity Grades)

F1	NFL	L1, L1 ₂	M1, M1 ₂ , M1 ₃	V1, V1 _c	H1, H1 ₂
Flawless	Nearly Flawless	Lightly included	Moderately included	Very included	Highly included

สเกลการกำหนดการเจียรระใน (AIGS Cutting Grades)

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Excellent	Very Good		Good		Fair		Poor		

สเกลการกำหนดความแวววาว (AIGS Brilliancy Scale)

100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Excellent	Very Good		Good		Fair		Poor		

- FL Flawless หมายถึง การมองไม่เห็นตำหนิได้ด้วยตาเปล่า โดยไม่ได้คำนึงถึงแถบสี
- NFL - มีรอยเล็ก ๆ ชัดข่วนเห็นได้ด้วยตาเปล่า แต่ไม่สามารถเห็นได้
เมื่อวางบนโต๊ะและรอบนี้สามารถลบออกได้โดยการขัดเงาใหม่
(Polishing)
- LI - มีรอยในเนื้อแม้จะวางบนโต๊ะก็เห็นได้ยาก
- MI - มีรอยแยกเล็ก ๆ และเห็นรอยในเนื้อแม้จะวางบนโต๊ะ
- VI - มีรอยในเนื้อเห็นได้ชัดเมื่อวางบนโต๊ะ
- HI - มีรอยใหญ่เห็นได้ชัด
- Very Good - หมายถึง อัญมณีที่มีความเหมือนกันหมดทั้งซ้ายและขวา (Symmetry)
- Good - มีความแตกต่างกันบ้างสำหรับซ้ายและขวา แต่ไม่ทำให้ความ
สวยงามลดลง
- Poor - มีความแตกต่างกันสำหรับซ้ายและขวา และความแตกต่างดังกล่าว
ทำให้อัญมณีนั้น ๆ ลดความแวววาวลง

สำหรับอัญมณีสำคัญ 2 ตัวในตระกูลคอร์นดัมคือทับทิมและชัฟไฟร์ยังมีการจำแนกออก
เป็นชนิด (Type) ออกตามสีดังนี้

ทับทิม

ชนิด (Type)	ชื่อภาษาไทย	ลักษณะของสี	แหล่งผลิตไทย
A	ทับทิม	แดง โดยมีสีม่วงอม เล็กน้อย	ประเทศไทย
B	แดงชมพู	สีชมพูมีอมสีม่วงหรือส้ม	ประเทศไทย
C	แดงส้ม	เห็นสีออกส้มชัดกว่าสีแดง	ประเทศไทย
D	แดงดำ	เห็น เป็นสีแดงที่มีด	ประเทศไทย
E		ชมพูจนถึงแดงโดยมีความ โปร่งใสมาก	พม่าหรือ ศรีลังกา

ซัฟไฟร์

ชนิด	ลักษณะของสี	แหล่งผลิตไทย
A	มีสีฟ้าสด (Deep Royal Blue)	ศรีลังกา พม่า บ่อไพลิน กัมพูชา
B	สีฟ้าของซัฟไฟร์แถบกาญจนบุรี มีสีอมเขียว นืด ๆ มีลายเส้นไหม (Silky)	กาญจนบุรีในประเทศไทย
C	สีฟ้าที่พบทั่ว ๆ ไป (Cornflower Blue)	ศรีลังกาและพม่า
D	สีฟ้าของหมึก ซึ่งเห็นค่อนข้างดำ	ออสเตรเลีย
F	สีอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ฟ้า เหลือง และเขียว	ไทยและออสเตรเลีย
G	เขียว	ไทยและออสเตรเลีย
H	เหลือง โดยไม่มีสีน้ำตาลเจือปน	ศรีลังกา
K	เหลืองอมน้ำตาล มีสีเข้มกว่าเหลืองของซิลอน	ออสเตรเลีย

ลักษณะโครงสร้างของราคานั้นจะถูกกำหนดขึ้นโดยการดูคุณภาพ และราคาของทับทิม และซฟไฟร์ในช่วงที่ราคาค่อนข้างคงที่ โดย World Jewel Trade Center ที่ตั้งอยู่บนถนนสีลม โดยจะกำหนดราคาให้สำหรับทับทิมและซฟไฟร์ชนิดต่าง ๆ เช่น ชนิด A ควรีราคาประมาณ เท่าใด ชนิด B ควรีราคาเช่นใด โดยมีราคาฐานไว้ให้

ราคาฐานนั้นจะเป็นราคาของอัญมณีชนิดที่ดีซึ่งกำหนดลักษณะไว้ดังนี้

ขนาด	1 กะรัต
เกรดสี	7
โทนสี	75-80 %
เกรดความบริสุทธิ์ของเนื้อพลอย	MI
เกรดการเจียรระโน	6
เกรดความแวววาว	50
ความลึก	60 %

ความแตกต่างของอัญมณีที่ผิดไปจากกำหนดจะทำให้ได้ราคาสูง หรือราคาต่ำกว่าราคา มาตรฐาน ดังนี้

1. อัญมณีเกรดสูงสุดจะมีราคาสูงกว่าราคาฐานประมาณ 35 % อัญมณีเกรดต่ำสุดจะมีราคาประมาณ 80 % ของราคาฐาน
2. อัญมณีที่มีโทนสีเข้ม (95 %) จะมีราคา 70 % ของราคาฐาน อัญมณีที่มีโทนสีอ่อน (20 %) จะมีราคา 30 % ของราคาฐาน
3. อัญมณีที่มีความบริสุทธิ์ของเนื้อพลอยในระดับ LI₁ จะมีราคาสูงกว่าราคาฐาน 25 % อัญมณีที่มีความใสในระดับ HI₂ จะมีราคาเพียง 10 % ของราคาฐาน
4. อัญมณีที่มีการเจียรระโนในเกรดดี งดงามจะช่วยทำให้ราคาสูงขึ้นประมาณ 30 % จากราคาฐาน อัญมณีที่มีการเจียรระโนในเกรดต่ำจะทำให้ขายได้ราคาประมาณ 50 % ของราคาฐาน
5. อัญมณีที่มีความแวววาวมากจะทำให้ราคาสูงกว่าราคาฐานประมาณ 25 % อัญมณีที่มีความแวววาวต่ำจะทำให้มีราคาเพียง 60 % ของราคาฐาน
6. อัญมณีที่ได้สัดส่วน (Depth) มากกว่า 60 % จะมีราคาประมาณ 60 %

ของราคาฐาน แต่หากอัญมณีนั้น ๆ ได้สัดส่วนน้อยจะมีราคาเพียง 35 % ของราคาฐานเท่านั้น

7. อัญมณีที่มีขนาดแตกต่างออกจากมาตรฐาน 0.5 กะรัตจะมีราคาต่างจากฐานราคาประมาณ 30 %

8. ถ้าอัญมณีน้ำหนักถึง 2 กะรัต จะทำให้ราคา/กะรัตเพิ่มเป็น 2 เท่า เช่น ราคามาตรฐานสำหรับอัญมณีขนาด 1 กะรัต ราคา 10,000 บาท หากหนัก 2 กะรัต ราคา/กะรัตจะกลายเป็น 20,000 บาท เป็นต้น

9. หากอัญมณีมีน้ำหนักเพียง 1.75 กะรัต ราคา/กะรัตจะเพิ่มขึ้นเพียง 1.15 เท่าเท่านั้น

การกำหนดราคาฐานนั้นสิ่งที่สำคัญก็คือ

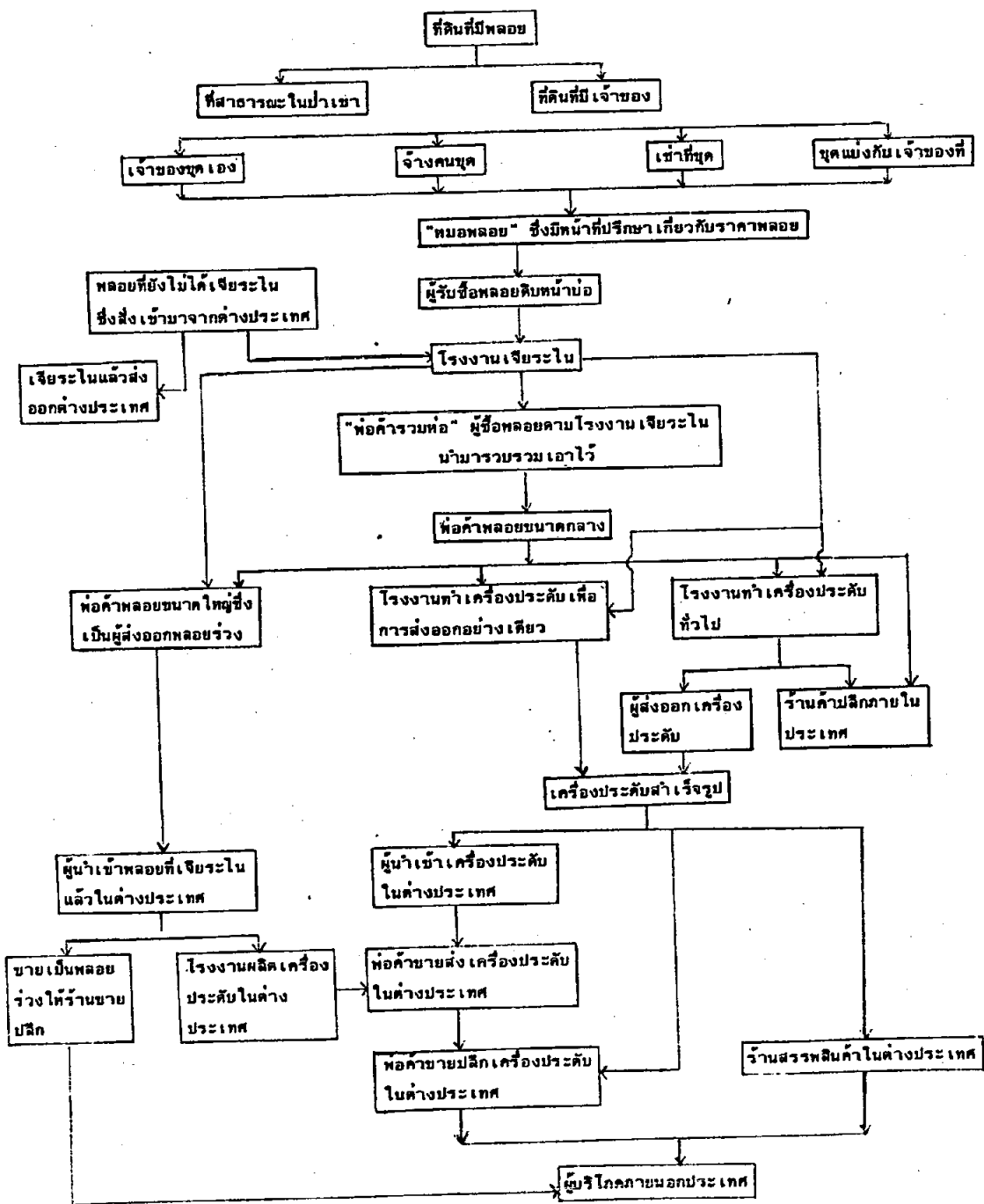
1. เวลา (Time)
2. อุปทานและอุปสงค์ต่อสินค้าอัญมณี
3. ความนิยมของตลาดนั้น ๆ (Market) เช่น ตลาดที่สวิสต้องการทับทิมที่มีเกรดสูง สีแดง สวยงาม แต่ขณะเดียวกันตลาดทางตะวันออกกลางต้องการสีแดงปานกลางก็เพียงพอ

การตั้งราคาของอัญมณีจะเป็นไปตามหลักของ perceive value ส่วนการตั้งราคาของเครื่องประดับมักจะคำนึงถึงต้นทุนและบวกผลกำไรตามที่ต้องการ

ก. ช่องทางการตลาด (Marketing Channels)

ในเรื่องของอัญมณีและเครื่องประดับ ก่อนที่จะมาถึงมือผู้บริโภคได้นั้น จำเป็นต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ มากมาย ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

ภาพที่ 8 แสดงแผนภูมิช่องทางการตลาด



ตามแผนภูมิที่ 8 สามารถอธิบายขั้นตอนดังกล่าวได้ดังนี้

1. การขุดหาพลอย ซึ่งกระทำได้ 4 แบบ ดังนี้

1.1 เจ้าของที่ขุดเอง จะขายพลอยให้ใครก็ได้

1.2 จ้างคนขุด เจ้าของที่จะจ่าย เบี้ยเสี่ยงให้คนขุด บ่อ 1 บ่อจะใช้คนขุด 3 คน เจ้าของบ่อพลอยจะเลือกคนที่ตนเองไวใจ 1 คน อีก 2 คน จะเลือกคนที่ไม่ค่อยถูกกัน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสมคบกันโกงพลอย พลอยที่ขุดได้เจ้าของบ่อจะตีราคา ถ้าคนขุด 3 คนพอใจ เจ้าของบ่อก็จะจ่ายเงินให้คนงาน 3 คน 60 % ของราคาซื้อพลอย แต่หากคนขุด 3 คนไม่พอใจ อาจให้พ่อค้าปากบ่อตีราคาได้ หากได้ราคาดีกว่า และเจ้าของบ่อไม่รู้ราคา พลอยเม็ดนั้นจะขายให้พ่อค้าปากบ่อ เงินที่ได้จะแบ่งให้คนขุด 3 คน 60 % ของเงินที่ขายได้ อีก 40 % ให้กับเจ้าของบ่อ

1.3 เซ้าที่ขุด เมื่อได้พลอยแล้วต้องให้เจ้าของที่ขุดก่อน ถ้าตกลงราคาไม่ได้จึงขายให้ผู้อื่น

1.4 ขุดแบ่งกับเจ้าของที่ พลอยที่ขุดได้ตีราคาขาย เงินที่ได้นำมาแบ่งตามที่ตกลง

2. พลอยที่เจียรระไนแล้วจะมีการขายได้ดังนี้

2.1 การขายภายในประเทศ

- ขายให้พ่อค้าผู้ส่งออกพลอยร่วง ซึ่งมากถึง 95 % ของพลอยที่เจียรระไนได้ทั้งหมด

- ขายให้โรงงานทำเครื่องประดับ หรือร้านค้าปลีกที่ขายพลอยร่วง ในกรณีที่มีการขายเพียง 5 % ของพลอยที่เจียรระไนได้ทั้งหมด

2.2 การขายไปยังต่างประเทศ มีการขายทั้งพลอยร่วงและเครื่องประดับสำเร็จรูป แต่มูลค่าการขายพลอยร่วงอย่างเดียวยังสูงถึง 95 % ของมูลค่าขายสินค้าทั้ง 2 ชนิด

ก. พลอยร่วงที่เจียรระไนแล้ว พ่อค้าพลอยภายในประเทศจะขายให้ผู้นำเข้าในต่างประเทศหรือพ่อค้าอัญมณีในต่างประเทศโดยตรง

สำหรับผู้นำเข้าหรือพ่อค้าอัญมณีในต่างประเทศจะมีการจำหน่ายดังนี้

- ขายให้โรงงานผลิตเครื่องประดับสำเร็จรูปในประเทศนั้น ๆ เมื่อเป็นเครื่องประดับแล้วก็จะขายไปยังพ่อค้าส่ง เครื่องประดับซึ่งสินค้าก็จะถูกกระจายไปยังพ่อค้าขายปลีกเครื่องประดับ และถึงมือผู้บริโภคภายนอกประเทศต่อไป

- ขายเป็นพลอยร่วงให้ร้านค้าปลีก

ข. เครื่องประดับสำเร็จรูป

ผู้ค้าเครื่องประดับอาจทำได้ดังนี้

- ขายให้ผู้นำเข้าในประเทศนั้น ๆ ก่อนจะไปถึงมือพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก-เครื่องประดับเพื่อกระจายไปยังผู้บริโภคภายนอกประเทศ การขายส่วนมากจะเป็นในลักษณะนี้
- ขายให้ร้านค้าปลีกเครื่องประดับหรือร้านสรรพสินค้าในต่างประเทศ

โดยตรง

๓. ลักษณะการติดต่อระหว่างลูกค้าชาวต่างประเทศและพ่อค้าชาวไทย

เนื่องจากอัญมณีและเครื่องประดับเป็นของที่มีราคา การซื้อขายจึงจำเป็นจะต้องมีความเชื่อถือไว้ใจกันมาก่อน โดยเฉพาะพลอยร่วงผู้ค้ารายเก่าจะเป็นผู้ที่ได้เปรียบ เพราะปกติเมื่อลูกค้าไว้วางใจที่จะซื้อกับพ่อค้าคนใดแล้ว หากมีพ่อค้ารายใหม่เสนอสินค้าชนิดเดียวกันแต่ราคาถูกกว่าเล็กน้อย ลูกค้าก็มักจะไม้อซื้อ เพราะมิได้มีความเชื่อถือหรือติดต่อกันมาก่อน ลูกค้าจะยอมซื้อของที่แพงกว่าแต่ไว้วางใจได้ในเรื่องคุณภาพและของแปลกปลอม กระนั้นก็ดีบรรดาลูกค้าก็จำเป็นจะต้องมีการเห็นของก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้นในการตกลงซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับสำหรับลูกค้าต่างประเทศจะเป็นดังนี้

๓.๑ ผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าเข้ามาซื้อในประเทศไทย

ก. พลอยร่วง ลักษณะที่ลูกค้าเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าในประเทศไทย เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการซื้อพลอยร่วงที่เจียรระไนเรียบร้อยแล้ว ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญจะมายังพ่อค้าที่เคยค้าขายกันมาก่อน ขอซื้อพลอยตามที่ตนต้องการ การซื้อขายจะต้องให้ลูกค้าเลือกพลอยที่ตนต้องการ การซื้อเป็นเม็ดเล็ก ๆ จำนวนมาก ก็จำเป็นต้องให้ลูกค้าคัดเลือกขนาด สี และรูปร่างตามความต้องการ จากนั้นจึงทำการต่อรองราคากันตามความพอใจ ซึ่งจะแตกต่างกับการซื้อเพชรซึ่งมีมาตรฐานการซื้อขายมากกว่าพลอย

เมื่อคัดพลอยแล้วจะทำการห่อกันต่อหน้า ให้ลูกค้าเซ็นชื่อที่ห่อเพื่อยืนยันว่าเป็นของที่เขาต้องการจริง ๆ จากนั้นพ่อค้าอาจส่งของตามไป ชำระเงินตามที่ตกลงหรือลูกค้าอาจซื้อสินค้าติดตัวไปด้วยก็ได้

ลักษณะการซื้อเช่นนี้ลูกค้าจะเข้ามาดูของในช่วงใดของปีก็ได้ ไม่ได้มีเวลา

แน่นอน

ข. เครื่องประดับ กรณีที่ลูกค้าเดินทางเข้ามาดูของเอง ส่วนมากจะเข้ามาดูแบบตัวเรือนหรือสินค้าที่ทางพ่อค้าทำไว้ให้เป็นตัวอย่าง แม้กระทั่งนำ Catalog เข้ามาสั่งให้ทำ

ลูกค้าต่างประเทศมักจะเดินทางเข้ามาติดต่อสั่งของ 2 ช่วง ใน 1 ปี คือ

1. ช่วงต้นปี จะเริ่มเข้ามาในช่วงมกราคม เพื่อมาดูของ สั่งของ ซึ่งของก็จะจัดส่งไปในช่วงเดือน มีนาคม - เมษายน

2. ช่วงปลายปี ช่วงนี้มักจะมีลูกค้าเข้ามามาก เพราะในเดือน ธันวาคม เป็นหน้าเทศกาลใหญ่ของทุกประเทศ พ่อค้าจะเข้ามาตั้งแต่ สิงหาคม - กันยายน เพื่อของจะได้จัดส่งไปถึงมือเรียบร้อยอย่างช้าที่สุดในเดือน พฤศจิกายน ทั้งนี้เพื่อให้พ่อค้าในประเทศต่าง ๆ ได้มีเวลาที่จะจัดแสดงสินค้า และโฆษณาสินค้าได้ทันในช่วงคริสต์มาสและปีใหม่

จะเห็นได้ว่าการขายเครื่องประดับจะขึ้นกับฤดูกาลที่มีการแต่งงานในช่วงนั้นและมีเทศกาลมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพราะเครื่องประดับเป็นสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งผู้บริโภคสามารถซื้อไปให้ผู้อื่นในหน้าเทศกาลได้ทันที ซึ่งผิดจากพลอยร่วง ผู้ซื้อมักต้องเสียเวลาในการนำไปทำเป็นเครื่องประดับการซื้อขายจึงมักไม่ขึ้นกับฤดูกาล

ในกรณีที่ผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าเข้ามาซื้อในประเทศไทยสามารถแบ่งกลุ่ม ได้ดังนี้

1. เป็นผู้ซื้อที่เป็นผู้นำเข้าทั่วไป คือซื้อไปเพื่อนำไปขายให้กับพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีก และโรงงานทำเครื่องประดับ ร้านค้าย่อยในประเทศที่ตนเป็นผู้นำเข้า

2. เป็นผู้ซื้อที่เป็นผู้นำเข้าไปขายเอง ซึ่งแบ่งได้เป็น

ก. ร้านสรรพสินค้า Department Store

ข. ร้านค้าเฉพาะสำหรับสินค้านี้ Specialized Importer เป็นการนำเข้าไปเพื่อขจัดปัญหาพ่อค้าคนกลาง

จะเห็นได้ว่ารูปแบบการติดต่อในลักษณะนี้ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้นำเข้าในประเทศต่าง ๆ จะต้องเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบคุณภาพของอัญมณี และรู้ถึงรสนิยมในตลาดของตน ดังนั้นวิธีการนี้จึงเป็นที่นิยม เพราะ

1. ลูกค้าที่สั่งของจากผู้นำเข้าเหล่านี้ไม่ต้องรับผิดชอบกับการติดต่อกับต่างประเทศ ไม่เสียเวลาในการจัดซื้อ

2. สามารถเลือกส่งซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการได้ เมื่อมีความต้องการสินค้านั้น โดยไม่ต้องเก็บรักษาเอง (ไม่ต้อง Stock เอาไว้)

2. การที่ผู้ขายไปหาผู้ซื้อ

แบ่งได้เป็น 2 กรณี คือ

1. เคยซื้อขายติดต่อกันแล้ว ผู้ขายไปเยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อสำรวจภาวะตลาดในประเทศนั้น ๆ รวมทั้งติดเอาสินค้าตัวอย่างไปให้ลูกค้าดู เพื่อเสนอขาย
2. ไม่เคยมีการติดต่อซื้อขายกัน ในกรณีนี้พ่อค้าผู้ส่งออกอาจเดินทางไปร่วมงาน
 - ก. Trade Fair ที่จัดขึ้นในประเทศต่าง ๆ เพื่อพบปะกับลูกค้าที่เข้าชมสินค้าในงาน การเข้าร่วมงานอาจไปกับภาครัฐบาลหรือเดินทางไปเองก็ได้
 - ข. Trade Mission มักจะต้องมีการสมัครและผ่านการคัดเลือก โดยไปในนามของรัฐบาล เพื่อจะเผยแพร่สินค้าของประเทศ
 - ค. เดินทางไปหาลูกค้าเอง โดยอาจได้รายชื่อลูกค้าจากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ส่งเสริมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ จากเพื่อนพ่อค้าแนะนำ หรือจากศูนย์หาณิชยกรรมของไทยในประเทศต่าง ๆ

4. การส่งเสริมทางการค้า (Trade Promotion)

4.1 การส่งเสริมของเอกชน

การส่งเสริมทางตรง

พ่อค้าขายปลีกจะมีวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายของคนคือ

- ก. ลูกค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา
 - จัดพิมพ์แคตตาล็อกแจก
 - ติดต่อกับบริษัททัวร์ ให้นำนักทัศนาจรมาเยี่ยมร้านของตน เพื่อซื้อของโดยจ่ายเปอร์เซ็นต์

ให้

- ติดต่อกับผู้นำเที่ยว (Guide) ให้นำนักทัศนาจรมาซื้อของยังร้านของตน โดยให้เปอร์เซ็นต์สำหรับผู้นำเที่ยวตามแต่จะตกลง
- การโฆษณาทางโทรทัศน์

- การโฆษณาตามนิตยสาร โดยเฉพาะนิตยสาร เกี่ยวกับสุภาพสตรี

ข. พ่อค้าขายส่งจะมีวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายของคนคือ

ก. ลูกค้าภายในประเทศ จะมีการให้เครดิตระยะเวลา

ข. ลูกค้าต่างประเทศ

- ไปเยี่ยมเยียนลูกค้าต่างประเทศ พร้อมทั้งสำรวจความต้องการนำสินค้า

หรือแคตตาล็อกไปเสนอ

- เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Trade Fair เพื่อจะได้พบกับนักธุรกิจผู้นำเข้า

ของประเทศต่าง ๆ การเข้าร่วมงานอาจสมัครไปกับทางรัฐบาลไทยหรือเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าด้วยตนเอง

- มีการให้ความไว้วางใจ และให้เครดิตในการชำระเงิน

- โฆษณาสินค้าและชื่อของบริษัทในหนังสือนิตยสารสำหรับอัญมณี และเครื่องประดับในต่างประเทศ

- ลงโฆษณาในหนังสือ Thailand Industrial Buyer's Guide

การส่งเสริมทางอ้อม

นอกจากเอกชนจะได้ทำการส่งเสริมโดยตรงไปยังลูกค้าของตนแล้ว ยังมีการส่งเสริมทางอ้อมอีกคือ บรรดาพ่อค้าอัญมณีและเครื่องประดับภายใน และภายนอกประเทศได้รวมตัวกันตั้งสมาคม รวมทั้งมีเอกชนได้ตั้งสถาบันอัญมณีศาสตร์ขึ้น เพื่อเปิดสอนความรู้เกี่ยวกับพลอย และการเจียรไนพลอย อันเป็นที่เชื่อถือจากชาวต่างชาติด้วย

1. สมาคมเพชรพลอยเงินทอง เป็นสมาคมที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศ เป็นสมาคมแรกที่ได้จัดตั้งขึ้น มีนายสิริชัย ธารณจันทร์ เป็นนายกสมาคม

จุดประสงค์ของสมาคม

ก) ช่วยเหลือทางราชการในบางครั้งที่มีความจำเป็น

ข) ร่วมกับสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ สนับสนุนให้มีการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับขึ้นในประเทศไทย (งาน Bangkok Gem' 83 เป็นงานแรกที่ได้ริเริ่มจัดขึ้น)

ค) เพื่อดูแลทุกข์สุขของบรรดาสมาชิก

๓๘ ๒. สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ เป็นสมาคมที่จัดตั้งขึ้น เพื่อสนับสนุนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังต่างประเทศ จัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2519 โดยมี นายกิตติ กิตติรังสีวิบูลย์ เป็นนายกสมาคมเป็นคนแรก ปัจจุบันมีนายอนันต์ ชาลาวาลา เป็นนายกสมาคม

จุดประสงค์ของสมาคม



- ก) เพื่อส่งเสริมการส่งออก
- ข) เพื่อติดต่อชี้แจงให้ทางราชการทราบถึงผลสำเร็จ และผลเสียของกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ทางราชการได้ออกมา เพื่อใช้บังคับผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังต่างประเทศ
- ค) เป็นตัวแทนของกลุ่มพ่อค้าผู้ส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับชาวไทยในการไปร่วมประชุมหรือร่วมสัมมนาในต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ในการประชุมที่ประเทศอิสราเอล เมื่อวันที่ 10-14 เมษายน 2526 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมถึง 286 คน จาก 26 ประเทศ ในเรื่องการค้าอัญมณีของโลก ในคราวนั้น ทางสมาคมได้ไปชี้แจงถึงบทบาทของทางราชการที่ให้การสนับสนุนการค้าอัญมณีในประเทศไทย อีกทั้งความสะดวกในการที่พ่อค้าชาวต่างชาติจะเดินทางเข้ามาซื้ออัญมณีและเครื่องประดับจากไทย ทำให้หลายประเทศที่เข้าร่วมประชุมรู้จักประเทศไทยมากขึ้น และมีความคิดที่จะใช้ประเทศไทยเป็นแหล่ง เก็บสินค้าอัญมณีแทนที่จะเก็บไว้ที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ อังกฤษ ฮอลแลนด์ และเยอรมันดังที่เคยเป็นมา
- ง) เป็นผู้ประสานงานระหว่างสมาคมการค้าอัญมณีในต่างประเทศ และพ่อค้าที่เป็นสมาชิกภายในประเทศ เช่น การจัดให้พ่อค้าต่างชาติซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมการค้าอัญมณีในต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้พบปะกับบรรดาพ่อค้าชาวไทยได้โดยตรง
- จ) เป็นตัวแทนของกลุ่มพ่อค้าผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ในการยื่นเรื่องราวร้องทุกข์เรื่องภาษี และการช่วยเหลือจากทางรัฐบาล ซึ่งผลการดำเนินงานของสมาคมทำให้รัฐบาลหันมายกเลิกภาษีอากรเพชร-พลอย ดังนี้
 1. ยกเลิกการเสียภาษีอากรพลอยดิบ และเพชรดิบ (เพชรพลอยที่ยังไม่ได้ทำการเจียรระไน) เมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2520 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 94 ตอนที่ 83 ลงวันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2520 ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้ช่างเจียรระไนพลอยมีงานทำ และส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมการเจียรระไนเพชรขึ้นในประเทศไทย ดังจะได้กล่าวถึงต่อไป
 2. ยกเลิกการเก็บภาษีอากรเพชรและพลอยที่เจียรระไนแล้ว สำหรับเพชรที่เจียรระไน

แล้วนำเข้ามาเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการทำเครื่องประดับ เพื่อการส่งเป็นสินค้าออก ส่วนพลอย เพื่อนำมาแก้ไขทำการเจียรไนใหม่ให้ได้มาตรฐาน ยกเลิกเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2523 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม 97 ตอนที่ 195 ลงวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2523

3. ยกเลิกการเก็บภาษีการค้าและภาษีเทศบาล (3.30 %) สำหรับสินค้าเครื่องประดับที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ส่วนการค้าภายในประเทศยังคงเสียตามเดิม ทั้งนี้ เพื่อให้แข่งขันกับแหล่งผลิตประเทศอื่น ยกเลิกเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2524 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเล่ม 98 ตอนที่ 191 ลงวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2524

นอกจากจะได้รับการยกเลิกเรื่องภาษีแล้ว จากการชี้แจงของทางสมาคมว่าเพื่อเป็นการชักจูงให้มีการส่งออกมากขึ้น รัฐบาลอาจมีการตอบแทนแก่บรรดาผู้ส่งออก ซึ่งรัฐบาลก็ได้ออกประกาศเรื่องเงินชดเชยภาษีอากร ดังนี้

ประกาศที่ 1/2525 ประกาศเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2525

ตอนที่ 71 ไข่มุก เพชรนิลจินดา โลหะมีค่า โลหะสามัญเคลือบด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำจากสิ่งดังกล่าว เครื่องเพชรพลอยเทียม หากส่งเป็นสินค้าออกมีมูลค่ามากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป จะได้ชดเชยภาษีอากรในรูปของบัตรภาษี มีกำหนดใช้ได้ 3 ปี โดยได้รับชดเชยใน 2 อัตรา ดังนี้

อัตรา ก ร้อยละ 1.66 สำหรับกิจการที่ไม่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

อัตรา ข ร้อยละ 0.75 สำหรับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

3. สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย มี W.K.HO เป็นประธาน สถาบันนี้จัดตั้งขึ้นโดยเอกชน เพื่อให้บริการและคำปรึกษาเกี่ยวกับอัญมณีรวมทั้งฝึกสอนผู้ที่สนใจทางด้านอัญมณี ให้ความรู้ทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ตั้งแต่พื้นฐานจนถึงขั้นสูง เวลาที่ใช้เรียนประมาณ 5 เดือน เมื่อจบแล้วทางสถาบันจะมีประกาศนียบัตรมอบให้ ผู้ที่มาเข้ารับการศึกษาด้านอัญมณีนี้มีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งมาจากประเทศต่าง ๆ ถึง 35 ประเทศ อันจะเห็นได้ว่าเป็นสถาบันหนึ่งซึ่งเป็นที่เชื่อถือของชาวต่างชาติ

จากการรวมตัวของสมาคมเพชรพลอยเงินทอง สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กับสถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งเอเชีย ได้ทำรายงานเสนอต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2526 ในการที่จะให้รัฐบาลหันมาสนใจการพัฒนาอุตสาหกรรม

เจียรไนเพชร

4.2 การส่งเสริมของรัฐบาล

รัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยงานของราชการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนี้

1. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กองอุตสาหกรรมในครอบครัว เนื่องจากอัญมณีที่

เจียรไนแล้วเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้ประเทศไทย ประมาณ 5,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2525 แหล่งผลิตสำคัญอยู่ในแถบจังหวัดจันทบุรี ตราด และกาญจนบุรี อาชีพที่สำคัญของประชาชนใน 3 จังหวัดนี้ก็คือการขุดพลอย และการเจียรไนพลอย อาชีพการเจียรไนพลอยนี้ นับเป็นงานหัตถกรรมของครัวเรือนชนิดหนึ่ง ซึ่งสืบทอดกันมานาน ทางกองอุตสาหกรรมในครอบครัวเล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับกำลังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัว การส่งเสริมอาชีพการเจียรไนพลอยจะเป็นประโยชน์ทั้งต่ออุตสาหกรรมที่กำลังขยายตัว และยังเป็นอาชีพที่ทำรายได้ให้กับประชาชน ดังนั้นทางกองอุตสาหกรรมจึงได้จัดการฝึกอบรมการเจียรไนพลอย ในหมู่บ้านที่ได้มีการสำรวจแล้วว่า ราษฎรมีความสนใจอยากจะทำอาชีพนี้ รวมทั้งสถานที่ไม่ไกลจากแหล่งวัตถุดิบ มีการขนส่งที่สะดวกสำหรับหลักสูตรการอบรมนั้น กลุ่มหนึ่งประมาณ 10-20 คน ผู้ฝึกอบรมจะเป็นวิทยากรผู้ชำนาญงาน วัตถุดิบที่ใช้ฝึกคือพลอยราคาถูก เช่น โกเมน สำหรับค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมนั้นจะมีค่าพลอย เป็นต้น

การฝึกอบรมแต่ละครั้ง เจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะประสานงานกับหน่วยราชการ และเอกชนภายในจังหวัดนั้น ๆ คือ

- หน่วยพัฒนาชุมชน
- หน่วยประชาสัมพันธ์
- กรมการปกครอง
- กลุ่มเอกชน

หลักสูตรการเจียรไนพลอยซึ่งกองอุตสาหกรรมในครอบครัวจัดขึ้น มีรายละเอียดในภาคผนวก หน้า 183-185

สำหรับการฝึกอบรม การเจียรไนพลอยซึ่ง เป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความประณีตและความ

ชำนาญงานมากนั้น ใช้ระยะเวลาฝึกอบรม 90 วัน ผู้รับการฝึกอบรมจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับการคัดหลอย การใช้เครื่องมือต่าง ๆ การโกนหลอย การแต่งหลอยให้เป็นรูปหลัง เบี้ยและแบบเหลี่ยม ซึ่งเป็นรูปแบบง่าย ๆ แต่ถ้าผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องการความชำนาญเพิ่มขึ้น กองอุตสาหกรรมในครอบครัว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมก็จะจัดส่งวิทยากรไปดำเนินการฝึกอบรมเพิ่มเติมให้อีกครั้งหนึ่ง เกี่ยวกับการคัดหน้าหลอยให้เหมาะสม สำหรับการเจียรไนเป็นรูปแบบต่าง ๆ จะมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการเจียรไนหลอยรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปกลม รูปไข่ รูปหัวใจ หดย่น้ำ รูปมาตี รูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส รูปสี่เหลี่ยมมุมตัด เป็นต้น

จากการติดตามผลภายหลังการฝึกอบรมพบว่า ผู้ที่สำเร็จการฝึกอบรมตามหลักสูตรการเจียรไนหลอยจากกองอุตสาหกรรมในครอบครัว จะสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพด้านการเจียรไนหลอยได้ดังนี้

1. หากมีเงินทุนมากพอก็จะไปรับซื้อหลอยมาเจียรไนเอง แล้วขายให้แก่พ่อค้าผู้รับซื้อหลอยที่เจียรไนแล้ว ซึ่งต้องลงทุนสูง แต่ก็ได้รับผลตอบแทนสูงด้วย
2. โดยการรับจ้างเจียรไนหลอยให้แก่พ่อค้าหรือนายทุน ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนในรูปค่าจ้าง

ผู้ที่ประกอบอาชีพด้านการเจียรไนหลอยทั้ง 2 กรณี จะมีรายได้โดยเฉลี่ยประมาณวันละ 80-100 บาท หรือประมาณเดือนละ 2,000-3,000 บาท ซึ่งเป็นรายได้ในระดับที่ดีพอสมควร

✓ กองอุตสาหกรรมในครอบครัว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังคงมีนโยบายที่จะฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดช่างฝีมือทางด้านการเจียรไนหลอยเพิ่มขึ้นตลอดไป เพื่อสนองความต้องการของตลาดแรงงาน และนอกจากจะเป็นการสนับสนุนให้ราษฎรมีงานทำ และมีรายได้เพิ่มขึ้นแล้วยังเป็นการช่วยทำให้มูลค่าส่งออกของสินค้าประเภทหลอยสูงขึ้นด้วย คือแทนที่จะส่งออกในรูปของวัตถุดิบขั้นต้น ก็นำมาเจียรไนก่อนจึงส่งออก ซึ่งจะมีผลทำให้ประเทศมีรายได้จากการส่งสินค้าออกเพิ่มขึ้นด้วย (ดูรายละเอียดการฝึกอบรมเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก หน้า 186-187)

2. กรมพาณิชย์สัมพันธ์

ก) กองข่าวสารการคำ มีหน้าที่เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่รัฐบาลให้ความสนับสนุน สำหรับเรื่องสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับนี้ กองข่าวสารการคำได้มีการแถลง

ข่าวถึงความเคลื่อนไหวของรัฐบาลในการสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้ รวมทั้งการออกข่าวถึงความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชน ในการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ Bangkok Gems and Jewellery Fair' 83 ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้อำนวยการกองข่าวสารการค้า วิศิษฐ์ศรี จินตนา ได้เป็นผู้ประสานงานในฐานะประธานคณะกรรมการเฉพาะกิจจัดงานแสดงสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับ

ข) ศูนย์พาณิชย์กรรม เป็นหน่วยงานของไทยที่ตั้งอยู่ในประเทศที่เป็นตลาดหลักของสินค้าไทย ปัจจุบันไทยมีศูนย์พาณิชย์กรรมอยู่ 7 แห่ง คือ

1. นิวยอร์ก และออสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา
2. ซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย
3. แฟรงเฟิร์ต ประเทศเยอรมันตะวันตก
4. เวียนนา ประเทศออสเตรีย
5. รอทเธอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์
6. โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

และกำลังจะตั้งศูนย์พาณิชย์กรรมอีกแห่งในประเทศแถบตะวันออกกลาง

หน้าที่ของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศก็คือ

1. ทำงานรวบรวมข้อมูลว่าใคร เป็นลูกค้าของประเทศไทยในประเทศนั้น ๆ และมีรายชื่อพ่อค้าชาวไทย รวมทั้งที่อยู่ที่จะติดต่อ
2. จะมีการทำงานวิเคราะห์สินค้าที่น่าสนใจเป็นรายการไป โดยเจ้าหน้าที่จะทำงานดังนี้

- เจาะตลาดสินค้า (Market Penetration) โดยเจ้าหน้าที่จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนประเทศไทย นำสินค้าจากบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ซึ่งมีคุณภาพได้มาตรฐานไปเสนอขายลูกค้าในกรณีอัญมณีและเครื่องประดับอาจมีรายการต่าง ๆ รวมทั้งแคตตาล็อกประกอบด้วย

- สำรวจและวิเคราะห์ (Market Survey and analysis) จะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ในตลาดทั้งด้านการผลิต โครงสร้างอุตสาหกรรม ปริมาณความต้องการ ข้อจำกัดทางการค้า เช่น มีการจำกัดโควตาหรือไม่ มีช่องทางจำหน่ายในประเทศนั้น ๆ อย่างไร บริษัทใดบ้างเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ ตลาดนั้นมีแนวโน้มต้องการสินค้าของไทยมากน้อยเพียงใด

- - พัฒนาลักษณะสินค้า (Product Adaptation) โดยศึกษารูปแบบรสนิยมของ
ลูกค้าในประเทศนั้น ๆ ซึ่งจำเป็นมากสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เพราะจำเป็นต้องออกแบบ
เครื่องประดับให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในประเทศนั้น ๆ มิฉะนั้นจะขายสินค้าไม่ได้

- เป็นฝ่ายประสานงานเมื่อประเทศไทยได้ Trade Mission ไปยังประเทศนั้น ๆ
โดยให้ความสะดวกแก่พ่อค้าในการแนะนำว่าควรไปพบบุคคลใดในประเทศนั้น

ข้อมูลต่าง ๆ จากศูนย์พาณิชย์กรรม จะถูกส่งมายังสำนักงานใหญ่ เพื่อนำมาพิมพ์เผยแพร่
โดยออกมาในรูปข่าวสาร แก่ผู้ที่อยู่ในวงการสินค้านั้น ๆ และเป็นวารสารของศูนย์บริการส่งออก

/ ค) ศูนย์บริการส่งออก จะทำงานประสานงานกับศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ
โดยรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะตลาดของสินค้านั้น ๆ ทั้งในและนอกประเทศ ทั้งยัง
จัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาแก่นักธุรกิจ ซึ่งมีความสนใจที่จะส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ
เจ้าหน้าที่จะแนะนำขั้นตอนการยื่นขอเอกสารต่าง ๆ จากทางราชการพร้อมทั้งรายชื่อลูกค้าและ
สถานที่ติดต่อให้กับนักธุรกิจผู้ต้องการส่งสินค้าของประเทศไทยไปขายยังต่างประเทศ

สำหรับงานส่งเสริมสินค้าไทยให้เดินทางไปขายยังต่างประเทศนั้น ทางศูนย์บริการ
ส่งออกได้จัดการเดินทางไป 2 แบบ คือ

1. Trade Mission เป็นการจัดคณะผู้แทนการค้าไปเยือนตามประเทศที่ไทยมี
โครงการจะขยายตลาด ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลไทย และคณะพ่อค้า โดยมีสินค้าตัวอย่าง
หรือแคตตาล็อก และผู้แทนของบริษัทที่ต้องการนำสินค้าไปขาย ซึ่งมีอำนาจเจรจาต่อรองไปด้วย
บรรดาบริษัทต่าง ๆ นี้ ทางศูนย์บริการส่งออกจะมีกฎเกณฑ์ในการคัดเลือกบริษัทที่มีสินค้าได้มาตรฐาน
คือถ้าเป็นเครื่องประดับเนื้อทอง จะต้องถูกต้องตรงตามที่ระบุ มีการออกแบบที่สวยงาม
ในแต่ละ Mission นั้น จะมีผู้แทนการค้าประมาณ 10 คน มีสินค้าชนิดตามที่ทางศูนย์บริการ
ส่งออกได้วางนโยบายเอาไว้ สำหรับค่าใช้จ่ายพ่อค้าผู้เดินทางไปด้วยจะออกเองน้อยมาก ทั้งนี้
เพราะทางศูนย์บริการส่งออกได้รับเงินช่วยเหลือมาจากต่างประเทศ เช่น จากประชาคม
เศรษฐกิจยุโรป (EEC) และจากงบประมาณของไทยเพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการจัด Trade
Mission เช่นนี้

สำหรับ Trade Mission บางครั้งทางศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์
ก็ไม่มียกงบประมาณสำหรับการช่วยเหลือพ่อค้าผู้ส่งออกมากนัก ในกรณีเช่นนี้อาจจะต้องให้พ่อค้า

ผู้ต้องการร่วม Trade Mission นั้น ๆ มีส่วนช่วยค่าใช้จ่ายมากขึ้น

ลักษณะของ Trade Mission นั้น ตัวแทนจากรัฐบาลไทย จะไปพบกับตัวแทนรัฐบาลประเทศต่าง ๆ เรื่องการค้าขาย การทำสนธิสัญญาซื้อขาย หรือการให้สิทธิพิเศษบางประการ

2. Trade Fair เป็นการนำคณะพ่อค้าพร้อมสินค้าต่าง ๆ ที่ต้องการนำไปเผยแพร่ โดยจัดแสดงในงานแสดงสินค้าที่มีสินค้าประเภทอัญมณี และ เครื่องประดับอยู่ด้วย บรรดาพ่อค้าผู้ส่งออกชาวไทยมักนิยมไปร่วมงาน Trade Fair ยังต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และ ชื่อร้านของคนในหมู่นักธุรกิจชาวต่างชาติแล้ว บางงานพ่อค้ายังสามารถขายสินค้าของตนที่นำไปแสดงได้ในวันสุดท้ายของงาน นอกจากนี้งานลักษณะดังกล่าวมักจะจัดให้มีวัน เฉพาะสำหรับนักธุรกิจซึ่งทำให้การซื้อขาย เป็นไปอย่างสะดวกและได้ผล

ทางกรมพาณิชย์สัมพันธ์ได้ เล็งเห็นถึงประโยชน์ดังกล่าวจึงได้ทำการคัดเลือกพ่อค้าไปร่วมงาน Trade Fair ยังประเทศต่าง ๆ โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกพ่อค้าอัญมณี และ เครื่องประดับ ดูได้ในภาคผนวก หน้า 188

งาน Trade Fair สำหรับสินค้าประเภทอัญมณีและ เครื่องประดับที่ทางรัฐบาลไทยได้ คัด เลือกผู้ส่งออกไปร่วมมีดังนี้

2.1 งานอินฮอร์เจนต้า (Inhorgenta) ที่มิวนิค ประเทศเยอรมัน

ลักษณะของงาน เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อแสดงสินค้าเฉพาะอย่างคืออัญมณีและ เครื่องประดับนาฬิกา เครื่องเงินต่าง ๆ งานนี้เป็นงานที่ใหญ่ระดับประเทศ และเป็นงานที่สำคัญในวงการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ จัดขึ้นที่มิวนิค อินฮอร์เจนต้า ประเทศเยอรมัน ปกติงานนี้จัดขึ้นในช่วงครึ่ง เดือนแรกของเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี งานนี้เริ่มจัดในปี พ.ศ. 2517 โดยเริ่มแรกใช้เวลาจัดแสดง สินค้า 4 วัน แต่ในปี-2527-นี้ได้เพิ่มเวลาจัดแสดงสินค้า-5-วัน ประเทศไทยไปเข้าร่วมแสดง สินค้าครั้งแรกในปี 2519 ผู้เข้าร่วมงานจะอนุญาตเฉพาะนักธุรกิจให้เข้ามาในงานเท่านั้น ทั้งนี้ เพราะจุดมุ่งหมายของงานก็เพื่อให้นักธุรกิจได้มีการติดต่อเพื่อการสั่งซื้อกันต่อไป สินค้าที่เข้าร่วม แสดงในงานนี้ จะอนุญาตให้ขายได้ในวันสุดท้ายเท่านั้น

2.2 งานแฟรงเฟิร์ต (Frankfurt International) จัดอยู่ 2 ครั้งในหนึ่งปี คือ

- ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง เดือน สิงหาคม ชื่อ Frankfurt International Autumn

- ในช่วงฤดูใบไม้ผลิเดือน กุมภาพันธ์ ชื่อ Frankfurt International Spring

ลักษณะของงาน เป็นงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องแก้ว เครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องจักรสาน เครื่องสุขภัณฑ์ เป็นต้น

2.3 งานแคนาดา (Canadian National Exhibition) ระยะเวลาที่จัดงาน จะคาบเกี่ยวกันระหว่างเดือน สิงหาคม-กันยายน

ลักษณะของงาน เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อความบันเทิง และมีสินค้าต่าง ๆ มาออกร้าน เช่น เครื่องประดับทอง เครื่องใช้ภายในบ้าน งานนี้เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชม ไม่ได้เจาะจง เฉพาะนักธุรกิจ ซึ่งทำให้นักธุรกิจให้ความสนใจในงานประเภทนี้น้อย การขายจึงมักเป็นการขาย ได้ในงาน การได้รับการสั่งซื้อตามภายหลังไม่มากนัก

2.4 งานฟอรัม (Forum of Nations) เป็นงานที่จัดขึ้นโดย Brussels-International Trade Fair, Dept of Commerce ที่กรุงบรัสเซล ประเทศเบลเยียม งานนี้ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากประชาคม เศรษฐกิจยุโรป (EEC)

✓ ลักษณะของงาน เป็นงานที่มีทั้งการขายปลีกให้ผู้ต้องการซื้อภายในงาน มีผู้ขายส่ง ผู้นำเข้า ผู้ขายปลีก และตัวแทนต่าง ๆ เข้าร่วมงาน 70 % ของผู้เข้าร่วมงานมักจะเข้าร่วมงานโดยผ่าน รัฐบาลของประเทศตน ส่วนอีก 30 % เป็นนักธุรกิจที่เดินทางมาเข้าร่วมงานด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์ของการจัดงานนี้ /

1. ให้ผู้ที่เข้าร่วมงานได้เผยแพร่ และแนะนำสินค้าของตนให้ผู้บริโภคสุดท้าย Ultimate Consumer ได้รู้จัก
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานจากประเทศต่าง ๆ ได้มีโอกาสที่จะพบผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าขายปลีกของประเทศเบลเยียม เพื่อการเจรจาซื้อขายกันต่อไป
3. เพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมงานซึ่งมักเป็นผู้ส่งออกของประเทศต่าง ๆ มีโอกาสศึกษาลู่ทางการตลาด ระเบียบทางการค้า อัตราภาษี ระบบการตั้งราคา ความต้องการของสินค้า วิธีการส่งเสริมการจำหน่ายของประเทศเบลเยียม เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้า วิธีการตั้งราคา และวิธีการส่งออกของตนมายังประเทศเบลเยียมต่อไป

2.5 งานเอเชียแปซิฟิก (Asian Pacific Trade Fair) จัดขึ้นที่เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ในเดือน มิถุนายน โดย Riddle Exhibition Promotions PTY

ลักษณะของงาน เป็นงานที่เปิดให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าชม และเวลาจัด 2-3 วัน เพื่อให้เฉพาะพ่อค้า และนักธุรกิจ เข้าชมเท่านั้น งานนี้อนุญาตให้มีการขายปลีกได้ตลอดงาน

2.6 งานเอเชียเทรดแฟร์ (Asian Trade Fair) จัดขึ้นที่เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลียเช่นกัน แต่จัดขึ้นในช่วงเดือน สิงหาคม

ลักษณะของงาน เช่นเดียวกับงาน เอเชียแปซิฟิก คือจัดวันให้นักธุรกิจเข้าชมโดยเฉพาะ และวันอื่น ๆ ก็เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชม งานนี้เป็นงานแสดงสินค้าทั่วไป ไม่มีการขายสินค้าปลีกในงาน จัดขึ้นเพื่อการสั่งซื้อและรับคำสั่งซื้อภายหลังเท่านั้น และอนุญาตให้แต่ละประเทศมีผู้เข้าร่วมได้ไม่เกิน 35 ราย

2.7 งานเบอร์มิงแฮม (International Spring Fair Birmingham) จัดขึ้นที่เมืองเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ ในเดือน กุมภาพันธ์

ลักษณะของงาน เป็นงานที่แสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น เพชรพลอย เครื่องประดับ ดอกไม้ประดิษฐ์ งานนี้จัดเพื่อให้พ่อค้า นักธุรกิจทำการซื้อขายติดต่อกัน ดังนั้นผู้เข้าร่วมงานคือบรรดาพ่อค้าชาวต่างชาติ หรือพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีกภายในประเทศ (รายละเอียดจำนวนผู้เข้าร่วมงานและยอดการขายในแต่ละงานดูได้ในภาคผนวก หน้า 189-193)

งานแสดงสินค้าที่ได้ผลเป็นที่น่าพอใจคืองานแสดงสินค้าอินฮอ์เจนด้า ในเยอรมัน และงานแฟรงเฟิร์ตในช่วงฤดูใบไม้ผลิ ทั้งนี้เพราะเป็นงานที่ใหญ่ในภาคพื้นยุโรปสำหรับธุรกิจการค้าอัญมณีและ เครื่องประดับ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการร่วมงานแสดงสินค้ายังประเทศต่าง ๆ

1. การนำของออกจากศุลกากรไม่ทันวันแสดงสินค้า
2. การจัดหน้าร้าน (display) ยังไม่สวยงาม ดึงดูดลูกค้าเพียงพอ
3. มีปัญหาทางด้านภาษา
4. มีการขายคัตราคากันเองระหว่างพ่อค้าผู้นำสินค้าไปแสดงในงาน
5. นำสินค้าไม่ได้มาตรฐานไปแสดง

6. นำสินค้าที่ไม่ถูกกับรสนิยมและความต้องการของตลาดไปแสดง

7. งานแสดงสินค้าบางงาน นักธุรกิจผู้นำเข้าของประเทศต่าง ๆ ไม่ไปร่วมมาก

เท่าที่ควร

1.3 คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (B.O.I.)

นอกจากรัฐบาลจะได้จัดโครงการนำพ่อค้าและสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับไปแสดงยังงานแสดงสินค้าซึ่งจัดขึ้น ณ ประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้มีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น รัฐบาลยังได้สนับสนุนให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทนี้ โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ให้ความสนับสนุนการผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับกาย หรือการเจียรไนเพชรพลอย โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. มีขนาดการลงทุนไม่น้อยกว่าสองล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน

2. จะต้องส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่า

ยอดขายทั้งสิ้น

3. รายได้เป็นเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก แต่ละปีจะต้องมากกว่าเงินตราต่างประเทศที่ใช้ไปเพื่อซื้อวัตถุดิบในการผลิตในปีนั้น ไม่น้อยกว่าหนึ่งเท่า จึงจะมีสิทธิได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับในปีนั้น

สำหรับโรงงานเจียรไนเพชรพลอยหรือผลิตเครื่องประดับที่เข้าข่ายได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีรายชื่อในตาราง ๕๕

ตารางที่ 24 แสดงรายละเอียดสำหรับกิจการการผลิตเครื่องประดับและการเปียระโนเพชรพลอย ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

ชื่อ-สกุล	วันที่เปิด ดำเนินงาน	กำลังการผลิต	ผู้ลงทุน		ทุนจดทะเบียน (บาท)	จำนวนคนงาน (คน)	มูลค่าวัตถุดิบที่ใช้คือ	
			ไทย ร้อยละ	ต่างชาติ ร้อยละ			ภายในประเทศ (บาท)	ส่งจากต่างประเทศ (บาท)
1. บริษัท บีวดีเจมส์ แฟคตอรี จำกัด สำนักงาน 1240- 1242 ถ.เจริญกรุง บางรัก กทม.	1 มีนาคม 2520	แหวน 36,000 วง สร้อยคอ-ข้อมือ 6,000 เส้น สร้อย 6,000 ชิ้น	100	-	6,000,000	438	91,722,000	84,026,000
2. บริษัท แอสโซซิเอเตด คาเมอริส จำกัด สำนักงานเลขที่ 1 ชั้น 5 ถนนสีลมพวงศ สุรวงศ์ บางรัก กทม. โทร 2339691-2	1 เมษายน 2521	แหวน 70,000 วง กำไล 10,000 อัน กำขลุ 10,000 คู่ สร้อย 10,000 ชิ้น	51	49 (ฝรั่งเศส)	10,000,000	16	2,400,000	-
3. บริษัท เยนเนอริสโคมอนต์ คัตติ้งเวอร์จ จำกัด เลขที่ 1 ซอยไวกิติ สีลม บางรัก กทม.	12 มิถุนายน 2523	เปียระโนเพชรและ พลอย 57,000 กระรัต	60	40 (อังกฤษ)	24,000,000	212	12,208,000	41,545,000

ตาราง 24 (ต่อ)

ชื่อ-ที่อยู่	วันที่เปิด ดำเนินงาน	กำลังการผลิต	ผู้ลงทุน		ทุนจดทะเบียน	จำนวนคนงาน (คน)	มูลค่าวัตถุดิบที่ใช้ต่อปี	
			ไทย ร้อยละ	ต่างชาติ ร้อยละ			ภายในประเทศ (บาท)	ภายนอกประเทศ (บาท)
4. บริษัท ไทย-เบลเยียม อุตสาหกรรม จำกัด สำนักงาน 15/96 หมู่ที่ 6 ซอยศรีจันทร์ ถ.วิภาวดี รังสิต แขวงตลาดบางเขน กทม. โทร 5793555	14 ตุลาคม 2523	เจียรไนเพชร 30,000 กระวีต	51	49 (สวิส)	4,000,000	173	-	3,070,000
5. บริษัท วิจิตรศิลป์จีวเวลล์ อุตสาหกรรม จำกัด สำนักงาน 88-88 ถนน นเรศ แขวงสี่พระยา บางรัก กทม.	12 ธันวาคม 2522	สร้อยคอ 10,000 เส้น ต่างหู 7,000 คู่ แหวน 5,000 วง อื่น ๆ 3,000 ชิ้น	100	-	12,000,000	93	56,000,000	43,000,000
6. บริษัท บี.จี.แอลมีคารี จำกัด สำนักงาน 1240-1242 ถนน เจริญกรุง เขตบางรัก กทม. โทร 2332167	-	เจียรไนหยอ 234,450 กระวีต	100	-	3,000,000	325	6,720,000	33,480,000

ตาราง 24 (ต่อ)

ชื่อ-ที่อยู่	วันที่เปิด ค่าเงินบาท	กำลังการผลิต	ผู้ลงทุน		ทุนจดทะเบียน	จำนวนคนงาน (คน)	มูลค่าวัตถุดิบที่ใช้ต่อปี	
			ไทย ร้อยละ	ต่างชาติ ร้อยละ			ภายในประเทศ (บาท)	ภายนอกประเทศ (บาท)
7. บริษัท แซมโก้แลมปีคาร์ จำกัด สำนักงาน 88 ซอย 3 ถนนมเหสีกษ แขวงสุววงศ์ บางรัก กทม.	-	เจียรไนพลอย ทับทิม 6,000 กะรัต สีฟไพร์ 20,000 " มรกต 2,000 "	1	99 (อังกฤษ)	2,000,000	37	8,755,000	3,088,000
8. บริษัท พลอยสยาม จำกัด สำนักงาน 26-28 ครอบ แจ่มจันทร์ ถนนศรีจันทร์ ค.วัดใหม่ อ.เมือง จ. จันทบุรี	-	เจียรไนพลอย 39,200 กะรัต	63	37 (ไต้หวัน) ที่อยู่ในประ เทศไทย)	2,000,000	84	8,784,000	-

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

จากตารางที่ 24 จะเห็นว่าบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เปิดทำการเจียรไนเพชรอยู่ 2 บริษัท คือ บริษัทเยอร์เนอรัลไดมอนด์คัตติ้งเวอร์ค และ บริษัทไทย-เบลเยียมอุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งทั้งสองบริษัทนี้เป็นผู้ที่ริเริ่มการทำอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร อันจะเป็นก้าวแรกในการที่ประเทศไทยจะก้าวไปเป็นประเทศผู้ประกอบอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชร และเป็นตลาดเพชรที่สำคัญของโลก ทั้งสองบริษัทนี้เป็น Sightholder ของบริษัท DTC (Diamond Trading Co.) ซึ่งเป็นบริษัทที่อยู่ในเครือของบริษัทเคอร์เบียร์ การที่ DTC ยอมให้บริษัททั้งสองเป็น Sightholder ก็เนื่องจากได้ส่งตัวแทนเข้ามาดูการดำเนินงานในปี 2525 เห็นวิธีการที่ก้าวหน้าขึ้น อีกทั้งได้เข้าพบกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมในขณะนั้น ซึ่งผลการเข้าพบทำให้ทราบว่ารัฐบาลไทยเองก็มีความนโยบายที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรของประเทศไทย ผลจากการที่บริษัททั้งสองได้เป็น Sightholder ของ DTC ก็คือ บริษัทจะสามารถซื้อเพชรดิบ (เพชรที่ยังไม่ได้เจียรไน) โดยตรง 10 ครั้งใน 1 ปี ซึ่งจะเป็นหลักประกันว่าไทยจะไม่ขาดแคลนวัตถุดิบที่จะใช้ในอุตสาหกรรม

1) สำหรับบริษัทเยอร์เนอรัลไดมอนด์ ซึ่งเป็นบริษัทที่เจียรไนเพชรที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย จะเจียรไนเพชรขนาด 0.2-0.4 กะรัต คุณภาพปานกลางจนถึงคุณภาพดี ขนาดโตกว่านี้ก็ทำการเจียรไนแต่มีจำนวนน้อย การเจียรไนเพชรขนาดดังกล่าวที่มีคุณภาพดีทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องการหาตลาด ทั้งนี้เพราะสินค้ากำลังเป็นที่ต้องการของตลาดมาก และไทยเองก็ยังไม่สามารถจะผลิตเพชรที่เจียรไนขนาดเดียวกับที่ประเทศผู้เจียรไนเพชรรายใหญ่ ๆ คือ เบลเยียม อิสราเอล และอินเดีย ทำได้ดีเนื่องจาก

1. หากเจียรไนเพชรชนิดเดียวกับที่อินเดียเจียรไน ค่าแรงงานที่ถูกกว่า ของประเทศอินเดีย จะทำให้เพชรที่เจียรไนแล้วของอินเดียมีราคาถูกกว่าไทย ทำให้ไทยไม่สามารถแย่งตลาดมาจากอินเดียได้

2. หากเจียรไนเพชรชนิดเดียวกับที่เบลเยียม และอิสราเอลเจียรไนเพื่อการส่งออกแล้ว คุณภาพของไทยจะสู้ไม่ได้ เนื่องจากประสบการณ์มีไม่เพียงพอ

แต่สำหรับการเลือกเจียรไนเพชรขนาด 0.2-0.4 กะรัต คุณภาพปานกลาง-ดี ประเทศเบลเยียม และอิสราเอล แม้ว่าจะทำการเจียรไนได้แต่ก็ไม่คุ้ม เนื่องจากค่าจ้างแรงงานในประเทศทั้งสองแพงกว่าประเทศไทย ส่วนอินเดียก็ไม่เจียรไนเนื่องจากเพชรที่ม้นำดังกล่าวจะทำให้ต้องลงทุนสูง

1) การที่ประเทศไทยจะพัฒนาอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรได้นั้นมี 3 วิธี

1. ตั้งบริษัทขึ้น โดยคนไทยเป็นเจ้าของกิจการทั้งหมด โดยนำเอาเทคโนโลยีและผู้เชี่ยวชาญมาจากต่างประเทศ
 2. ลงทุนร่วมกันระหว่างคนไทย และบริษัทต่างชาติ โดยให้บริษัทต่างชาติจัดหาเทคโนโลยี และผู้ชำนาญงาน
 3. ให้บริษัทต่างชาติลงทุนตั้งโรงงานเจียรไนเพชรขึ้นในประเทศไทย
- ความร่วมมือของเอกชนและรัฐบาล

เนื่องจากทางรัฐบาลได้เห็นความสำคัญของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับที่ 9 และเป็นสินค้าที่มีโอกาสทางการตลาดสูง จึงได้มอบหมายให้กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ กับสมาคมเพชรพลอยเงินทอง พิจารณาจัดทำโครงการส่งเสริมสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับขึ้น โดยใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประมาณ 3 ล้านบาทส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งภาคเอกชนเป็นผู้ออกจัดงานขึ้นที่โรงแรมดุสิตธานี ในวันที่ 12-14 ตุลาคม 2526 ซึ่งงานนี้ได้จัดโครงการไว้ 3 ส่วนคือ

1. จัดทางด้านนิทรรศการ โดยคัดเลือกบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ที่สมัครเข้ามา และมีสินค้าที่ได้มาตรฐาน ออกแบบสวย จำนวน 50 บริษัทจัดเคาเตอร์โชว์สินค้าที่ห้องนภาลัย ทั้งนี้กำหนดเวลาให้เฉพาะนักธุรกิจเข้าชมในช่วง 9.00-15.00 น. ส่วนเวลา 15.00-18.00 น. เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชม

1) Mr. Michael Grantham กรรมการบริษัท DTC Jewellery New Asia

2. ด้านการสัมมนาเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการผลิตและตลาดอัญมณี โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่นมาบรรยายการออกแบบ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญจากประเทศไทยร่วมบรรยาย การบรรยายจัดขึ้นในวันที่ 2 ของงาน ณ ห้องกิติติฮอล โรงแรมดุสิตธานี

3. การประกวดการออกแบบเครื่องประดับ โดยมีการประกวดการออกแบบเครื่องประดับก่อนหน้าที่จะถึงงาน Bangkok Gems and Jewellery' 83 แบบที่ชนะเลิศจะนำไปทำเป็นเครื่องประดับเพื่อแสดงในงาน

การประชุมสัมมนาครั้งนี้เริ่มตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2525 ซึ่งมีทั้งการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนทุกสาขา การพบปะทูตพาณิชย์ หอการค้าระหว่างประเทศ สมาคมเพื่อการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ การทำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์เพื่อชักชวนเที่ยวงาน การส่งเอกสารเผยแพร่ไปยังกลุ่มผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ ซึ่งรายละเอียดของงานจะแสดงในภาคผนวก หน้า 194-195

1) จากการดำเนินงานนี้จะมีผู้เข้าชมถึง 15,000 คน และ 60 % ของชาวต่างประเทศมาร่วมงาน ส่วนใหญ่จะเป็นบรรดาพ่อค้าอัญมณีจากประเทศในภาคพื้นยุโรป เช่น เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา รวมทั้งพ่อค้าจาก สิงคโปร์ ฮองกง ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฮอร์แลนด์ สเปน ระยะเวลา 3 วัน ของงาน คาดว่าขายได้ถึง 1 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีการสั่งซื้อตามภายใน 1 ปี ประมาณ 24.4 ล้านเหรียญสหรัฐ

1) "BANGKOK GEMS' 83", Jewelry News Asia January/February 1984