

ศักยภาพการผลิตเครื่องประดับทองของมาเลเซีย

มาเลเซีย (Malaysia) เป็นประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อยู่ราว 310 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (World Bank, 25 August 2017) และมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี 2016 ประมาณร้อยละ 4.3 นอกจากนี้มาเลเซียยังมีความได้เปรียบในด้านสาธารณสุขและระบบโลจิสติกส์ที่อยู่ในอันดับต้นๆ ของเอเชีย สำหรับด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับพบว่า มาเลเซียมีศักยภาพในการผลิตเครื่องประดับทอง ถึงแม้ว่าฐานการผลิตของประเทศจะมีขนาดไม่ใหญ่เมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตเครื่องประดับทองรายอื่นๆ แต่อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าดังกล่าวก็สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในประเทศได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการส่งออกไปยังประเทศในแถบตะวันออกกลาง อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น



<https://www.wish.com>

พัฒนาการของอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองในมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นประเทศขนาดเล็กที่มีจำนวนประชากรราว 30 ล้านคนในปัจจุบัน แต่ถึงกระนั้น กลับพบว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ โดยประชากรส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 50 เป็นชาวมลายู รองลงมาเป็นชาวมลายูเชื้อสายจีนและอินเดีย นอกจากนี้ เมื่อเทียบสัดส่วนทางประชากรพบว่าส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 40 อยู่ในช่วงวัยแรงงาน (ประมาณ 11 ล้านคน) โดยแบ่งเป็นแรงงานในภาคบริการร้อยละ 44.7 ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 40.2 และภาคเกษตรกรรมร้อยละ 15.1 ซึ่งสัดส่วนโครงสร้างแรงงานดังกล่าวนี้แตกต่างจากเมื่อประมาณ 40 ปีที่ผ่านมา ที่แรงงานส่วนมากอยู่ในภาคเกษตรกรรม ประกอบอาชีพการทำปาล์ม ปาล์มน้ำมันและสวนยางพารา

ในช่วงปี 1957 ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่รัฐบาลมาเลเซียผลักดันให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศเพื่อสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ แทนการพึ่งพารายได้จาก การส่งออกสินค้าเกษตรเพียงอย่างเดียว ในส่วนของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับทองก็เริ่มมีการขยายตัวจากภาคการผลิตในครัวเรือน มาสู่การเป็นโรงงานขนาดเล็กที่เป็นระบบมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70 ตั้งอยู่ที่รัฐปีนัง อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ผลิตได้ในขณะนั้นยังไม่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกเท่าใดนักเพราะเป็นการผลิตเพื่อใช้บริโภคภายในประเทศ และลดการนำเข้าจากต่างประเทศ

ต่อมาในปี 1991 รัฐบาลได้ประกาศแผนพัฒนาที่เรียกว่า “วิสัยทัศน์ 2020” (Vision 2020) โดยเน้นการทำให้มาเลเซียกลายเป็นประเทศที่ทันสมัยและพัฒนาแล้วภายในปี 2020 ซึ่งการประกาศดังกล่าวก่อให้เกิดการปรับตัวทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยนอกเหนือไปจากการเปิดรับทางการค้า การลงทุน และการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นแล้ว ทางด้านการท่องเที่ยวก็เฟื่องฟูขึ้นเช่นเดียวกัน ด้วยความที่ มาเลเซียเป็นประเทศที่พลเมืองกว่าร้อยละ 60 นับถือศาสนาอิสลาม ขณะที่กลุ่มรองลงมานั้นเป็นคนเชื้อสายจีน ดังนั้น รูปแบบเครื่องประดับทองที่มาเลเซียผลิตได้จึงตรงกับรสนิยมและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวจีนและตะวันออกกลางให้เลือกซื้อเครื่องประดับทองติดตัวกลับไปจนผู้ประกอบการมาเลเซียเล็งเห็นถึงโอกาส จึงหันมาให้ความสำคัญในการผลิตเครื่องประดับทองเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ จนปัจจุบันสามารถขยายฐานลูกค้าได้ในหลายประเทศ อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สิงคโปร์ ฮองกง บาหลีเรน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่ามาเลเซียเป็นแหล่งผลิตและส่งออกเครื่องประดับทองคำที่มีศักยภาพแห่งหนึ่งในตลาดโลก ด้วยปัจจัยภายในหลายๆ ประการ อันได้แก่ การที่รัฐบาลพยายามพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในส่วนของผู้ประกอบการกระตือรือร้นที่จะยกระดับธุรกิจโดยการเปิดรับเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้กับกระบวนการผลิต และมีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในการเจรจาต่อรอง และแสวงหาโอกาสทางการค้า ปัจจัยเหล่านี้ช่วยทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับทองคำของมาเลเซียเติบโต รวมทั้งผลจากการเป็นประเทศที่มีเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งจีนและอิสลาม จึงทำให้รูปแบบของเครื่องประดับทองคำที่ผลิตออกมา นอกจากจะนำมาใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังสามารถส่งออกและเติบโตได้ดีในตลาดผู้บริโภคแถบตะวันออกกลาง และประเทศที่มีผู้บริโภคเชื้อสายจีน ซึ่งมีรสนิยมตรงกับรูปแบบเครื่องประดับทองคำที่มาเลเซียผลิตได้

การผลิตเครื่องประดับทองคำของมาเลเซีย

การผลิตเครื่องประดับทองคำของมาเลเซีย แต่เดิมเป็นการนำเอาวัตถุดิบทองคำจากเหมืองในประเทศมาใช้ ผลิตสินค้าโดยแหล่งแร่ทองคำในประเทศมีอยู่ประมาณ 14 แห่ง กระจายอยู่ในบริเวณที่เรียกว่า Golden Belt อันได้แก่ รัฐปะหัง กลันตัน ตรังกานู ซาบารห์ และยะโฮร์ ซึ่งอุตสาหกรรมเหมืองแร่ทองคำได้ก่อให้เกิดการจ้างงานแก่คนในท้องถิ่นกว่า 900 คน โดยลักษณะการทำเหมืองส่วนใหญ่เป็นการให้บริษัทต่างชาติเข้ามาร่วมลงทุน และใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน แต่ทั้งนี้ ภาคการผลิตทองคำในมาเลเซียยังคงมีข้อจำกัดตรงที่ไม่มีโรงงานสกัดทองคำภายในประเทศ เมื่อหลอมแร่ทองคำได้แล้วจะต้องส่งไปสกัดให้บริษัทในโรงงานต่างประเทศ ดังนั้น กิจการเหมืองแร่ที่มีเจ้าของเป็นชาวมาเลเซียจึงมักสร้างพันธมิตรกับผู้ประกอบการต่างชาติที่เป็นเจ้าของโรงสกัดทองคำเพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำธุรกิจยิ่งขึ้น จากนั้นจึงนำเข้าทองคำที่สกัดแล้วป้อนเข้าสู่โรงงานในประเทศเพื่อนำไปหลอมและขึ้นรูปชิ้นงานเครื่องประดับ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันวัตถุดิบทองคำที่ผลิตจากแหล่งในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการผลิต เนื่องจากผลผลิตของเหมืองลดลง ประกอบกับผู้ผลิตต้องการวัตถุดิบเพิ่มขึ้นเพื่อผลิตสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศ ดังนั้นจึงต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก



มาเลเซียต้องนำเข้าทองคำไม่ต่ำกว่าปีละ 75 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 1.1 หมื่นล้านริงกิต (ประมาณ 2.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) โดยนำเข้าจากสวิตเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ตุรกี ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ โดยปกติในแต่ละปีทองคำประมาณ 40-50 ตัน จะถูกป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับทองคำ ซึ่งมีโรงงานกว่า 200 แห่ง ตั้งอยู่ในรัฐปีนัง ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ใช้แรงงานมีฝีมือควบคู่กับเครื่องจักร สินค้าที่ผลิตได้ส่วนมากเป็นเครื่องประดับทองคำที่ไม่ตกแต่งอัญมณี และมีการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมนี้อยู่ราว 8,000 คน โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ส่งออกเครื่องประดับทองคำไปยังตลาดต่างประเทศ อาทิ Poh Kong Holding Bhd, Tomei Group และ Habib Jewels Sdn Bhd. เป็นต้น



ในปี 2016 มาเลเซียได้ลดปริมาณการผลิตเครื่องประดับทองคำลงประมาณร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยใช้ปริมาณโลหะทองคำในการผลิตเครื่องประดับทองคำลดลงเหลือเพียง 34.4 ตัน ซึ่งสาเหตุหลักมาจากความต้องการบริโภคเครื่องประดับทองคำภายในประเทศที่ลดลง อันเป็นผลจากการประกาศใช้ภาษีสินค้าและบริการ

(GST) ในอัตราร้อยละ 6 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2015 ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวมาเลเซียลดการใช้จ่ายในสินค้าฟุ่มเฟือย ขณะเดียวกันสถานการณ์การเมืองของกลุ่มประเทศคู่ค้า และวิกฤติเศรษฐกิจโลกต่างก็ส่งผลกระทบต่อความต้องการของผู้บริโภคในประเทศลดลงเช่นกัน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังเผชิญกับปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ชาวมาเลเซียไม่นิยมประกอบอาชีพด้านงานช่าง แต่หันไปสนใจงานด้านบริการซึ่งใช้การฝึกฝนทักษะน้อยกว่าและมีรายได้ค่อนข้างดี ทำให้จำนวนแรงงานท้องถิ่นในภาคอุตสาหกรรมนี้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อลดปัญหาดังกล่าว ผู้ประกอบการจึงจ้างแรงงานต่างชาติ อาทิ เมียนมาและเวียดนามเข้ามาทดแทนแรงงานท้องถิ่น

การกระจายสินค้าจากภาคการผลิตสู่ผู้บริโภค



ปัจจุบันมาเลเซียให้ความสำคัญกับการผลิตเครื่องประดับทองเพื่อการส่งออก โดยมีมูลค่าการค้าในปี 2016 ราว 1.38 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ สินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับทอง 22 กระรัต ทั้งสร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู และเข็มกลัด นิยมผลิตเครื่องประดับทองล้วน อาจมีการตีไซน์ลวดลายลงไปบ้าง แต่ไม่ค่อยผลิตเครื่องประดับที่ตกแต่งอัญมณี โดยสินค้าประมาณร้อยละ 70 ถูกส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลางซึ่งถือว่าเป็นตลาดหลัก โดยเฉพาะสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ส่วนตลาดสำคัญรองลงมาได้แก่ ยุโรป เอเชีย และอเมริกาเหนือ

ในส่วนของตลาดภายในประเทศนั้น เครื่องประดับทองที่ผลิตได้ส่วนใหญ่ถูกนำไปวางจำหน่ายที่กรุงกัวลาลัมเปอร์เพราะเป็นทั้งย่านการค้าและย่านธุรกิจ ซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและประชาชนที่มีกำลังซื้ออยู่เป็นจำนวนมาก โดยผู้บริโภคมาเลเซียในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังคงนิยมเครื่องประดับทองมากกว่าเครื่องประดับประเภทอื่น เพราะนอกจากจะนำไปใช้สวมใส่หรือมอบเป็นของขวัญตามเทศกาลต่างๆ แล้ว ยังสามารถนำไปเป็นส่วนหนึ่งของการลงทุนได้ด้วย นอกจากนี้ ด้วยความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติของประชากรในประเทศ จึงมีผลต่อรสนิยมในการบริโภคเครื่องประดับทองที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้ประกอบการมาเลเซียจึงผลิตสินค้าออกมาเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในประเทศแต่ละกลุ่ม โดยสำหรับชาวมาเลเซียเชื้อสายมลายูถือเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่สุด โดยทั่วไปนิยมเครื่องประดับทองที่มีลวดลายดอกไม้ ใบไม้ หรือช่อดอกไม้ที่เป็นเข็มกลัด กำไลและแหวน แต่จะไม่นิยมรูปสัตว์ ซึ่งเครื่องประดับจะถูกเลือกใช้ให้เข้ากันกับชุดประจำชาติที่ใส่ ขณะที่ชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนมักจะนิยมสร้อยทองรูปพรรณที่ไม่เน้นตีไซน์เท่าใดนักเพราะมีวัตถุประสงค์ซื้อไว้เพื่อการลงทุน ส่วนชาวมาเลเซียเชื้อสายอินเดียนิยมเครื่องประดับทองสไตล์อินเดีย เน้นการออกแบบลวดลาย ประดับด้วยอัญมณี ประเภททับทิม หรือมรกต เป็นต้น

แม้ว่าปัจจุบันมาเลเซียจะมีใช่เป็นผู้ส่งออกอันดับต้นๆ ของอาเซียน แต่ก็มีข้อได้เปรียบตรงที่สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศแถบตะวันออกกลางได้มากกว่าผู้ส่งออกรายอื่นในภูมิภาคนี้ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นผู้มีกำลังซื้อสูง และการบริโภคเครื่องประดับทองถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้



GIT

Gem and Jewelry Information Center

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องประดับทองของมาเลเซียกำลังเผชิญกับปัญหาต่างๆ แต่ด้วยเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพต่อการเพิ่มมูลค่าการค้าให้แก่ประเทศได้มาก รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมแก่ผู้ประกอบการส่งออก อาทิ การยกเว้นภาษี GST เพื่อช่วยลดต้นทุน และช่วยผลักดันผู้ประกอบการให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยการช่วยหาตลาดส่งออกใหม่ๆ ซึ่งการส่งเสริมดังกล่าวนี้ น่าจะมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับทองของมาเลเซียสามารถฟื้นตัวได้ และทำให้การส่งออกสินค้าขยายตัวเพิ่มขึ้น อันเป็นผลดีที่อาจทำให้มาเลเซียสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้ส่งออกเครื่องประดับทองชั้นนำของอาเซียนได้ในอนาคต

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กุมภาพันธ์ 2561

สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข้อมูลได้ที่ infocenter.git.or.th ทางไลน์ที่ [git_info_center](https://line.me/tv/git_info_center)



หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก facebook.com/GITInfoCenter

