

2005-07-01

## เที่ยวจ๋าๆ หนีรักแท้ฮั้วมณี

ศกดา ศรีขันธ์

Follow this and additional works at: <https://digital.car.chula.ac.th/jamjuree>



Part of the [Social and Behavioral Sciences Commons](#)

---

### Recommended Citation

ศรีขันธ์, ศกดา (2005) "เที่ยวจ๋าๆ หนีรักแท้ฮั้วมณี," *Jamjuree Journal*: Vol. 7: Iss. 2, Article 14.

DOI: 10.58837/CHULA.JAMJUREE.7.2.13

Available at: <https://digital.car.chula.ac.th/jamjuree/vol7/iss2/14>

This Article is brought to you for free and open access by the Chulalongkorn Journal Online (CUJO) at Chula Digital Collections. It has been accepted for inclusion in Jamjuree Journal by an authorized editor of Chula Digital Collections. For more information, please contact [ChulaDC@car.chula.ac.th](mailto:ChulaDC@car.chula.ac.th).

# พิพิธภัณฑ์อัญมณี





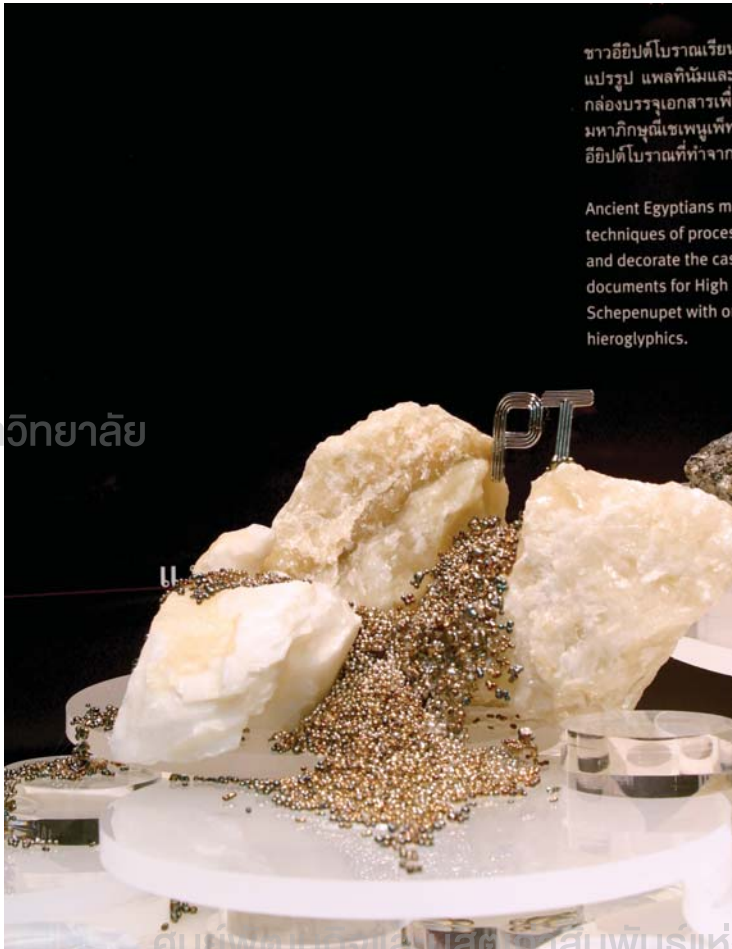


กองบรรณาธิการได้รับเกียรติและความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ท่าน ศาสตราจารย์ศักดิ์ ศิริพันธุ์ ประธานที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ และอดีตผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ให้สัมภาษณ์เป็นกรณีพิเศษ และพาเยี่ยมชม พิพิธภัณฑ์อัญมณี ที่หาชมได้ยาก (หลังตึกธรณีวิทยา คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาฯ)

พวกเรามาถึงตึกอัญมณี (เรียกสั้นๆ) ราวๆ ๙ โมงเช้า นั่งกันอยู่สักพัก ท่านก็ออกมาต้อนรับ รอยยิ้มจากใบหน้าที่มีมนุษยของท่านส่งแวบเมตตา และเป็นกันเอง ชูดูสุทธิฟ้าอ่อนกับท่าทางอันกระฉับกระเฉงของท่านมิได้แสดงให้เห็นทราบถึงอายุที่ล่วงเข้า ๖๖ ปีมาแล้วที่แรกตั้งใจจะพาชมพิพิธภัณฑ์อัญมณีเพียงอย่างเดียว แต่พอได้พูดคุยกับท่าน ก็อดที่จะนำมาถ่ายทอดให้ชาวจามจุรีได้อ่านกัน เพราะมีสาระที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ที่ต้องการจะศึกษาหรือทำธุรกิจเครื่องประดับตามมาเลยละ

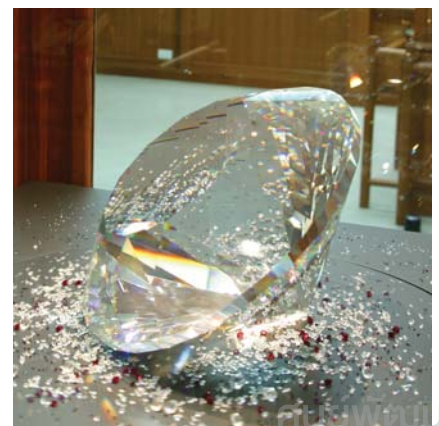
#### ความเป็นมาของสถาบัน

เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๔ ตอนนั้นผมเป็นคนบด (คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาฯ) ได้ ๒ สัปดาห์ (คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาฯ) ก็เริ่มร่างโครงการที่จะจัดตั้งห้องปฏิบัติการวิเคราะห์และตรวจสอบอัญมณี นี่ก็จุดเริ่มต้น ตอนนั้นผมทำโครงการสร้างห้องแล็บ ผ่านไปที่มหาวิทยาลัย ซึ่งในขณะนั้น ท่านศาสตราจารย์นายแพทย์จรัส สุวรรณเวลา เป็นอธิการบดี ท่านให้ความกรุณาสับสนุน และเผอิญงบประมาณเราส่งหน่วยแล้ว ผมก็เลยต้องไปชี้แจงกับสำนักงบประมาณเกี่ยวกับเหตุผลและความจำเป็นว่าทำไมเราต้องมีห้องปฏิบัติการตรวจสอบอัญมณีนี้ ในช่วงก่อนหน้านั้นผมเดินทางไปต่างประเทศ ไปดูงานทางด้านอัญมณี และเครื่องประดับ ตอนนั้นผมเป็นที่ปรึกษาของ Jewelry Trade Centre อยู่ ทำให้รู้ movement การเคลื่อนไหวของตลาดเครื่องประดับโลก ไปที่ไหนเขาก็ว่า Oh ! Bangkok, Bangkok is the world centre of Gems stones และผมในฐานะนักวิทยาศาสตร์ซึ่งสงสัยก็ถามว่า ทำไม ถึงเป็นศูนย์กลางของโลก เขาก็บอกว่า คนไทย ๑.มีศิลปะในสายเลือด คือจากชาวไร่ ชาวนา มา train ๖ เดือน ก็เจียร์โนเป็นแล้ว ๒.เจียร์โนได้เร็ว ๓.มีความอดทนสูง ๔.ค่าแรงไม่สูง ผมก็ถามเค้าอีกว่า ถ้าจะเป็นศูนย์กลางโลก จะเป็นได้นานอีกเท่าไร เขาก็บอกว่า トラบโดที่ ยูเอา Science Technology มาใช้ในอุตสาหกรรมมากขึ้น ยูก็อยู่ได้นาน



ด้วยประโยชน์นี้ทำให้เราคิด พอขึ้นมาเป็น  
คนบดีได้ ๒ สัปดาห์ ก็เริ่มประยุกต์ความคิด  
อันนี้ทันที ขอบคุณสำนักงบประมาณที่มีความ  
คิดกว้างไกลถึงแม้ว่าการสร้างห้องปฏิบัติการ  
อัญมณี มิได้อยู่ในแผน ๕ ปี แต่เมื่อประเทศ  
ชาติจำเป็นต้องมีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน  
การแข่งขันก็ยอมพิจารณาด้วยเหตุผลและได้  
อนุมัติมาให้ ๔๐ ล้าน เพื่อสร้างตึก ๖ ชั้น ช่วง  
นั้นเกิด Crisis พอดี ก็เลยล่าช้าไปหน่อย ใน  
ขณะที่ก่อนหน้านี้ ทางสมาคมผู้ค้าอัญมณี  
ไทยและเครื่องประดับ รวมทั้ง กระทรวง  
พาณิชย์ก็สนใจที่จะจัดตั้งสถาบันอัญมณีแต่ก็  
ตั้งไม่ได้สักที ก็ได้มีการพูดคุยกัน ผมชี้แจงให้  
เขาฟังว่า ผมจะทำอะไรบ้างในอนาคต อยากจะ  
สร้างห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ และตรวจสอบ  
เพื่อจะได้รับการรองคุณภาพ การันตีคุณภาพ เพื่อ  
ที่จะส่งออก พูด่างๆ คือสร้างความเชื่อถือ  
ประกอบกับมหาวิทยาลัยก็มีนโยบายที่จะร่วม  
มือกับภาคอุตสาหกรรมอยู่แล้ว ก็เลยมีการ  
เจรจากัน ทางสมาคมฯ ก็ได้ไปเจรจากับนาย  
สมพล เกียรติไพบูลย์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์,  
นายสนธิ วรปัญญา อธิบดีกรมส่งเสริมการส่ง  
ออก และนางจันทรา บุรณฤกษ์ รองอธิบดีกรม

ส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์  
ขอเงินกองทุนส่งเสริมการส่งออกจากการ  
ส่งเสริมการส่งออกมาได้ ๖๐ ล้าน เพื่อมาซื้อ  
อุปกรณ์ ที่ทันสมัยในการตรวจสอบอัญมณี  
ประมาณ ๔๐ ล้านเหลืออีก ๒๐ ล้าน ใช้ใน  
การบริหารระยะเริ่มต้น ตามกฎหมาย  
สถาบันฯเป็นของกระทรวงพาณิชย์เพราะใช้  
เงินของกระทรวงพาณิชย์ และก็ป็นองค์กร  
อิสระ สังกัดกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวง  
พาณิชย์ มติคณะรัฐมนตรี ประกาศจัดตั้ง  
สถาบันฯ เมื่อวันที่ ๔ กันยายน ๒๕๔๑ ทาง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยท่านอธิการบดี  
ศาสตราจารย์เทียนฉาย กีระนันทน์ ได้ให้  
ความกรุณาไปลงนามตอบกับท่านปลัด  
กระทรวงพาณิชย์ นายสมพล เกียรติไพบูลย์ที่  
งาน Bangkok Gems & Jewelry Fairs ที่ศูนย์  
การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อวันที่ ๙  
กันยายน ๒๕๔๑ นี่คือการก่อตั้งของสถาบัน  
ซึ่งเป็นรูปแบบขององค์กรที่ไม่เหมือนใคร มีทั้ง  
ภาครัฐ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัย ให้ความ  
ร่วมมือกันเป็นอย่างดี เป็นสถาบันต้นแบบที่  
ประสบความสำเร็จ ตอนอาคารสร้างเสร็จ  
ปี ๒๕๔๒ ท่านนายกรัฐมนตรี ชวน หลีกภัย





ให้เกียรติมาเปิด ในฐานะที่ผมเป็นคนเริ่มคิด คนทำร่วมกับสมาคม และกระทรวงพาณิชย์ ดังนั้นกรรมการบริหารสถาบันจึงมีมติให้ผม เป็นผู้อำนวยการสถาบัน เป็นมาตั้งแต่ปลายปี ๒๕๔๑ เพิ่งออกต้นปี ๒๕๔๔ เพราะว่าอายุ เกินแล้ว (หัวเราะ) เขาไม่ให้เป็นตามกฎหมาย

วิสัยทัศน์ (vision) ของสถาบันนี้ก็คือ “ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทย มีขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่จะผลักดัน ประเทศไทยให้เป็น ๑ ใน ๕ ของการส่งออก เป็นศูนย์กลางการส่งออก gems & jewelry ที่สำคัญของโลก” โดยการ

๑.เพิ่มความน่าเชื่อถือในสินค้าที่จะส่งออก (Credit ability) ช่วยยกระดับฐานสินค้า โดยอาศัยห้องปฏิบัติการตรวจสอบ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

๒.พัฒนาบุคลากรให้แก่ภาคอุตสาหกรรม ส่วนการสอนในระดับมหาวิทยาลัยมีสอนอยู่ ๕ แห่ง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร มหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งมีการสอนและอบรมเกี่ยวกับอัญมณี และเครื่องประดับ ส่วนที่ภาคธรณีวิทยามีสอนอัญมณีเป็นวิชาเลือก แต่สามารถทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, เอก ด้านอัญมณีได้ โดยสถาบันจะช่วยเหลือคนในอุตสาหกรรม เช่น คนที่จบวิทยาศาสตร์, บัญชี, เศรษฐศาสตร์, เกาส์ ฯลฯ แต่ว่าสนใจ Jewelry ก็เข้ามาอบรม

๓. Marketing Research เราเป็นสถาบันเดียวที่มีฐานข้อมูลทางด้านอัญมณีเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นประเทศคู่ค้า, ประเทศคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นอยู่ทั่วโลกไหน ศักยภาพเป็นอย่างไร เราทราบหมด เรามีการทำวิจัยและรวบรวมข้อมูลอยู่ นักวิจัยของเราจะทำวิจัยร่วมกับนักนิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และนักการตลาด สถาบันไม่เคยปล่อยงานวิจัยให้คนข้างนอกทำฝ่ายเดียว คนที่สถาบันจะรู้เรื่องอัญมณี และเครื่องประดับ ถึงจะได้ข้อมูลที่ต้องการ

๔. วิจัยทางด้านอัญมณี และเครื่องประดับครบวงจร คือ วัตถุดิบ, design, กระบวนการผลิต, การตลาด, การพัฒนาบุคลากรและวิจัย เรื่องการส่งออกเป็นเรื่องสำคัญมาก รัฐบาลพยายามผลักดันให้เพิ่มขึ้น ๓๐% การที่จะส่งออกให้มากขึ้น คุณจะต้องแข่งขันกับคู่แข่ง ไม่ใช่แค่คนคนเดียวที่ส่งออก ประเทศที่ส่งออก jewelry อันดับ ๑ คือ อิตาลี อันดับ ๒ อินเดีย อันดับ ๓ จีน ที่ต้องจับตามองคือ จีนกับอินเดีย

ซึ่งต่อไปอาจจะครองโลก เพราะมีวัตถุดิบพร้อมมูล, ค่าแรงงานถูกและเก่งทางด้าน



Technology และอัตราการเจริญเติบโตของอินเดีย ๓๐% จีน ๒๑% ในขณะที่ของเราประมาณ ๑๒% นอกจากนี้เรายังมีคู่แข่งที่มาจาก ๒ ประเทศคือ ตุรกี และเม็กซิโก มาแรงในเรื่อง Silver Jewelry เราเคยส่งออกเครื่องประดับเงินในตลาดหลักสหรัฐอเมริกาเมื่อ ๒ ปีที่แล้ว เป็นอันดับ ๑ แต่ในปัจจุบันเม็กซิโก แซงขึ้นอันดับ ๑ เราอยู่อันดับที่ ๓ เฉพาะ silver jewelry เครื่องประดับเงินที่ใช้ประดับร่างกาย อิตาลีสู้เราไม่ได้ และถ้ารวมทุกอย่าง พวกเครื่องเงินตกแต่งบ้าน silver ware ทั้งหลาย อิตาลีที่ ๑ ในโลก อิตาลีเก่งมากๆ และใช้ silver ปริมาณ ๕๐% ของ silver ที่ใช้ในโลก ซึ่งโลหะเงินส่วนใหญ่ จะ import มาจาก เม็กซิโก, รัสเซีย, จีน และแอฟริกา

## กลยุทธ์ในการส่งออก

ถ้าเราต้องการจะส่งออกสินค้าของเราให้ได้มากขึ้น และคู่แข่งให้ได้ต้องคำนึงถึง

๑. รูปแบบที่สวยงาม แปลกตาไม่เหมือนใคร

๒. เป้าหมาย และพฤติกรรมของลูกค้า (Customer Target + Customer Behavior)

๓. เลือกสรรวัตถุดิบ คุณภาพดี

๔. ความประณีตของผลิตภัณฑ์

๕. Promotion เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการ และเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์

๖. Marketing ทั้งเชิงรุก และเชิงรับ

๗. วิจัยและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ของอิตาลี สวยและประณีตมาก เช่น เครื่องประดับเนียบ ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เกือบหมด ในเรื่องของ design เราสู้อิตาลีไม่ได้ในแง่ของ creative designer เก่งๆ ในประเทศไทยก็มีแต่น้อย อิตาลีมีเป็น ๑๐๐ บริษัทที่ประดิษฐ์เครื่องประดับส่งออก ในระดับนานาชาติ ของเราส่วนใหญ่เป็น OEM รับจ้างผลิตตามแบบที่ผู้ว่าจ้างออกแบบมาให้ และก็ผลิตได้ดีมาก ตรงใจลูกค้า ตรงเวลา เราต้องพัฒนาไปสู่ออสมที่ออกแบบเอง และไปนำเสนอลูกค้า และต้องพัฒนาความประณีตของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเราเป็นรองอิตาลีอยู่ ส่วนในเรื่องของการ promotion เรามีงบน้อยมาก อย่าง brand name ดังๆ เขามีงบ promotion ประมาณ ๑๐% ของยอดขายค่อนข้างมากทีเดียว ของเราไม่ค่อยเน้น



ยกตัวอย่างของ De Beer เริ่มเข้าไปในจีน ๑๙๙๔ เขามีการ promote โดยใช้ Audrey Hebburne ดารา Hollywood ใส่แหวนเพชรมีการจัดประกวดผู้หญิงที่หน้าเหมือน Audrey สร้างกระแสการบริโภคซึ่งค่อนข้างได้ผลดี คนจีนหันมาใส่เพชรกันอย่างแพร่หลาย เฉพาะ platinum ที่ใช้ทำตัวเรือน จีนใช้ ๕๐% ของที่ใช้กันทั่วโลก ประมาณ ๑,๓๐๐,๐๐๐ ออนซ์ อีกประเทศหนึ่งคือ รัสเซีย โดยเฉพาะที่เมืองมอสโก ซึ่งเป็นเมืองที่คนรวยมากเป็นอันดับ ๒ ของโลก รองจาก นิวยอร์ก ผู้หญิงชอบแต่งตัวไม่ชอบเก็บเงิน นี่ก็เป็นตลาดที่สำคัญมากอีกแห่งหนึ่ง แต่ละ brand name เขาใช้จับ promotion กัน มหาศาล Gucci ใช้ไป ๗ ล้านดอลลาร์ เฉพาะในตลาดในญี่ปุ่น คิดดูก็แล้วกัน ส่วนของเราไม่ค่อยเห็นความสำคัญ เราเคยไปเปิด promotion ที่ประเทศจีน เกี่ยวกับ คุณสมบัติต่างๆ ของพลอยสี เราวิ่งไป ๒ ล้านบาท (หัวเราะ) แต่เราก็ทำ powerpoint เป็นภาษาจีนแล้วนะ

การ Promotion ของอินเดียทำอย่างมีเอกภาพ อินเดียได้จัดตั้ง Gems and Jewelry Export Promotion Council (GJEPC) เป็นองค์กรอิสระ ได้รับเงินจากกระทรวงพาณิชย์ ๗๐

อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกระทรวงเดียวกัน ทำการ promote โดยการออกร้านในงานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับ ที่สำคัญของโลกทุกแห่ง GJEPC จัดแถลงข่าวตอนเช้า มีเอกอัครราชทูตอินเดีย มาเป็นประธาน ตอนเย็นเลี้ยงอาหารอินเดีย และจัดแฟชั่นโชว์ ที่ร้าน แจกเอกสารรูปแบบ การออกแบบใหม่ๆ ของเครื่องประดับเป็นเล่ม แจกเอกสารข้อมูลด้านศักยภาพอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดีย ทำให้อินเดียส่งออกเพชร และเครื่องประดับในปี ๒๕๔๗ มากถึง ๑๒,๖๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นลำดับที่ ๑ ของสินค้าส่งออกของอินเดีย

ส่วนในเรื่อง ของ marketing ของเราส่วนใหญ่มุ่งเป็นเชิงรับหมด เชิงรุกยังมีน้อยมาก

#### สถาบันมีบทบาทอย่างไรกับ factor เหล่านี้บ้าง

อันที่จริงผู้ส่งออกรายใหญ่ เรามีลูกค้าประจำอยู่แล้ว และบริษัทส่งออกเหล่านี้มักไปออกร้านแสดงอัญมณี และเครื่องประดับในงานใหญ่ๆ ของโลก ก็จะได้รับ order จากงานอยู่แล้ว แต่สำหรับผู้ส่งออกแบบ SME เราก็ต้อง inform ผู้ประกอบการว่า ถ้าจะส่งออกจะ





ส่งไปไหน marketing target อยู่ที่ไหน target เราคือใคร ตอนนีทั่วโลก target มีอยู่ ๓ ตัวคือ ๑.พวกที่เกษียณอายุ กลุ่มนี้มีเงินเยอะ ใช้ของดี ๒.กลุ่มวัยรุ่น นี่เป็นกลุ่มใหญ่มาก เฉพาะในเอเชีย-แปซิฟิกมีประมาณ ๖๐๐ ล้านคน มากกว่าคนอเมริกา และยุโรปทุกอายุรวมกัน เป็นตลาดที่สำคัญมาก ๓.กลุ่มชาวจีน คนจีนแต่งงานกันปีละ ๘ ล้านคู่ ต้องใช้แหวนหมั้น และแหวนแต่งงานอย่างน้อย ๑๖ ล้านวง ทั้งผู้หญิง และผู้ชาย คิดดูแล้วกัน มหาศาลแค่ไหน

เราต้องดูตลาดทั้ง ๒ ด้านคือ ตลาดคู่ค้า ตลาดหลักคือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น และตลาดใหม่ในเป้าหมายคือ จีน

ตะวันออกกลาง และยุโรปตะวันออก และตลาดคู่แข่ง อิตาลี จีน อินเดีย ตุรกี และต้องเป็นตลาดเชิงรุก บุกไปถึงบ้านเขาเลย จัด exhibition จัด market week โดยผู้ซื้อในอเมริกาพบกับผู้ส่งออกของไทย ตามโรงแรมตามที่ได้นัดหมาย ตามประเภทสินค้าล่วงหน้า และจัดการ promotion เข้าหาลูกค้า อย่างสหรัฐอเมริกา เป็นคู่ค้าของเรา ต้อง keep up เอาไว้อย่าให้ตก สิ่งที่เราต้อง support ผู้ประกอบการคือ บอกให้รู้ว่า chain ในอเมริกา มี chain ใหญ่ๆ แต่ละ chain ต้องการสินค้าอะไร ขณะนี้เขาส่งซื้อของทางจอทีวี เช่น QVC HSN etc. เราจะทำอย่างไรให้เข้าถึง ต้องศึกษาให้ดี ส่วนจีนเป็นทั้งคู่ค้า และคู่แข่ง ต้องศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพราะสภาพการณ์ และเศรษฐกิจของจีนเปลี่ยนแปลงเร็วมาก แต่การส่งออกจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการ สถาบันมีหน้าที่ provide information ให้

มาพูดถึงการวิจัย บทบาทและหน้าที่อันหนึ่งของสถาบันคือ การวิจัย วิจัยเรื่องวัสดุ เวลานี้คนไทยเก่งที่สุดในโลกในเรื่องของการเผาพลอย จะเผาให้สีเข้ม สีอ่อน ทำได้ทั้งนั้น เจียรระไนก็เก่งแต่ไม่ consistent ยังทำ calibrated size ไม่ได้ดีนักเพราะทำด้วยมือ ในขณะที่ swarovski มีเครื่องเจียรระไนอัตโนมัติมากที่สุดในโลก เจียรระไนได้ ๑,๔๐๐ ล้านเม็ดภายใน ๑ อาทิตย์ เป็นที่หนึ่งในโลก เราก็ต้องมาศึกษาค้นคว้า ว่าเราจะสู้เขาอย่างไร ส่วนเรื่องวัตถุดิบก็เหมือนกัน ทำอย่างไรจึงจะคงไว้ซึ่งเป็นตลาดกลางการค้าพลอยสี่ดีตลอดไป ดังนั้นต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าพลอย จัดตั้งเป็น cluster ร่วมมือกัน ในการหาวัตถุดิบพลอยจากแอฟริกา พม่า ในด้านโลหะมีค่าต้องคิดว่าจะทำอย่างไรให้การผสมโลหะมีค่าให้มีมาตรฐานตรงตามสากล สวยงามคงทน อย่างเช่น silver ใช้ไปนานๆ จะดำ เพราะว่าผสม copper เข้าไป หรืออาจจะเคลือบอีกชั้นด้วย rhodium เพื่อให้ผิวเงินขาวตลอดไป

สถาบันมีหน้าที่คิด และวิจัยออกมา เช่นเราจะต้องคิดหาวัตถุดิบใหม่ที่สวยงามคงทนไม่ดำ เช่น เอา พาราไคยม มาผสมกับเงิน แพลตินัม ผสมกับเงิน ลองไปลงทุนแล้วมาร่วมกับเรา เรามีห้องปฏิบัติการตรวจสอบความบริสุทธิ์ของ platinum, silver, gold ได้อย่างแม่นยำ ตอนนี้ที่อิตาลี ใช้เครื่องทำสายสร้อยสำเร็จรูปแล้ว เอาลวดทองใส่เข้าไปในเครื่องออกมาเป็นสายสร้อยได้เลย โดยไม่ต้องใช้น้ำประสานทองเชื่อมข้อต่ออาจใช้เลเซอร์เชื่อมรอยต่อ บางทีใส่สร้อยไป ๒ เส้น ออกมาสมานเป็นเส้นเดียวกันมันเก่งขนาดนี้แล้ว เราต้องวิ่งตามให้ทัน

งานวิจัยของเราขณะนี้ ก็ทำ ๒ แบบ ควบคู่กันไปแบบ marketing คือวิจัยคู่ค้า และวิจัยคู่แข่ง โดยเฉพาะ อิตาลี จีน อินเดีย เรายังติดตามทุกปี สถานการณ์มันเปลี่ยนเร็วมาก dynamic ตลอดเวลา นอกเหนือจากนี้ เรายังทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง non-tariff barrier คือเราจะส่งสัญญาณเตือนภัย (Warning system) ให้แก่ผู้ประกอบการเช่น แหวนทองที่มีนิกเกิลผสมมากกว่า ๐.๐๓% โดยน้ำหนัก ห้ามนำเข้าอเมริกา เพราะนิกเกิลอาจจะก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง (Allergy)

นอกจากนี้สถาบันร่วมกับนักออกแบบที่มีชื่อของไทยทำการวิจัยเรื่องรูปแบบของ Jewelry ว่า trend ของโลกแต่ละปีเป็นอย่างไร ปีหน้าจะเน้นรูปแบบใด เช่น แบบ geometric, nature หรือ แบบ culture หรือผสมผสานกัน ในห้องสมุดของสถาบันมีข้อมูลเฉพาะด้าน อัญมณี, เครื่องประดับโลหะมีค่า การตลาดที่ดีที่สุดในประเทศไทย บุคลากรภายนอกสามารถเข้ามาศึกษา และ adapt ใช้ได้อย่างแพร่หลาย

ในแง่ของการ training สถาบันนอกจากมีผู้เชี่ยวชาญของตนเองแล้ว ยังเชิญอาจารย์จากมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เข้ามาช่วยสอน นอกจากนั้นในบางโอกาสเราเคยจ้างผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ เข้ามาสอน แต่คนของเราไม่ชินกับวิธีการสอน ซึ่งเน้น การดึง talent ออกมา แล้วให้เกิด inspiration คือสอนให้คิด สอนให้ creative ของเรามาถึงก็วาดเลย design เลย ไม่ค่อยได้ปูพื้นฐานในเรื่องของ History of Arts, History of Jewelry, History of Design พอรู้หมดแล้วค่อยดึง talent ทางด้าน design ออกมาให้เกิด inspiration

ในยุโรปมี jewelry museum ดีมาก แสดงเครื่องประดับโบราณที่วิวัฒนาการมาตั้งแต่ ๓,๐๐๐ ปี เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันและอนาคต ประวัติศาสตร์ต่างๆ เหล่านี้สำคัญ ถ้าศึกษาให้ดีจะให้ประโยชน์อย่างมากในเรื่องของ trend, style, material บ้านเราไม่ค่อยสนใจ museum



มากนัก ที่จริงพิพิธภัณฑ์ที่มีประโยชน์มาก ถ้าการจัดแสดงดีวัตถุที่แสดงดี ก็จะมีผลให้ผู้ชมเกิดความจรรโลงใจ พิพิธภัณฑ์ที่ดี อาจทำให้ผู้ชมเกิดแรงบันดาลใจให้เกิดจินตนาการ และความคิดสร้างสรรค์ได้

อัญมณีที่ทำให้ไทยมีชื่อเสียงคือ Ruby กับ Sapphires Ruby (ทับทิม) มีสีแดง ส่วน Sapphires จริงๆ มีครบทุกสีใน Spectrum ไม่ใช่เพียงสีน้ำเงินอย่างเดียว ทั้ง Ruby และ Sapphires ถือเป็นพลอยเนื้อแข็ง มีความแข็งตามสเกลของโมห์เท่ากับ ๙ รองมาจากเพชร ซึ่งมีค่าความแข็งเท่ากับ ๑๐ เราเป็นประเทศที่เก่งทางพลอยเนื้อแข็ง ส่วนอินเดียเก่งทางด้านพลอยเนื้ออ่อน เช่น Topaz aquamarines, Garnet เราส่งออกพลอยเนื้อแข็งมากที่สุดในโลก Ruby ในอดีตขุดมาจากเหมือง จ.จันทบุรี และ จ.ตราด ปัจจุบันนำเข้าจากพม่า ส่วน Sapphires แต่ก่อนแหล่งใหญ่มาจาก ศรีลังกา ตอนหลังนี้มาจาก มาดากัสการ์ และ แอฟริกา ตอนกลาง เวลานี้พูดง่าย ๆ ว่า อู๋ชาวอู๋น้ำของอัญมณีเครื่องประดับมันไปอยู่ที่ แอฟริกา ฉะนั้นผมคิดว่าประเทศไทยต้องให้ความสำคัญ จนกระทั่งบัดนี้ ยังไม่มีสถานทูตในมาดากัสการ์เลย นักธุรกิจค้าพลอยสี่คอยการส่งเสริมสนับสนุนการหาวัตถุดิบ พลอยสี่ในแอฟริกา การมีสถานทูตที่มาดากัสการ์ ก็จะช่วยอำนวยความสะดวกในการหาวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น ประเทศคู่แข่งมีสถานทูต และกงสุลช่วยคนของเขาที่นั่น เราต้องตามเขาให้ทัน ถ้าเราต้องการที่จะเป็น Top Five ของธุรกิจและอุตสาหกรรมนี้

ก่อนจะลาท่านกลับ ท่านได้พาไปแวะชมพิพิธภัณฑ์อัญมณี ซึ่งอยู่ชั้น ๓ ของอาคารเครื่องประดับทั้งเพชร พลอย แพรพราว ละลานตาไปหมด แถมยังมีห้องสมุดเกี่ยวกับอัญมณีที่ดีที่สุดของไทยอยู่ที่นั่นด้วย ท่านฝากบอกว่า ยินดีต้อนรับพี่น้องชาวจามจุรีทุกท่าน ซึ่งเปิดให้ชมทุกวันในเวลาราชการ ไม่มาเยี่ยมชมกันจะเสียดายนะคะ