



## สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

### สถานการณ์การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2561

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในรูปแบบเงินเหรียญสหรัฐตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71<sup>\*</sup> ในระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2561 ขยายตัวได้ร้อยละ 1.21 (ลดลงร้อยละ 7.74 ในหน่วยของเงินบาท) จากเดิมในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2560 ที่มีมูลค่า 6,935.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (240,498.91 ล้านบาท) มาอยู่ที่ 7,019.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (221,886.91 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.80 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกไม่รวมทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 4,320.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (136,599.49 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 6.92 (ลดลงร้อยละ 2.31 ในหน่วยของเงินบาท)

#### สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในช่วง 7 เดือนแรกของปีนี้ คือ **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** ในสัดส่วนร้อยละ 38.44 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย หากแต่มีมูลค่าลดลงร้อยละ 6.78 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 เนื่องมาจากราคาทองคำที่อยู่ในแนวลบ จึงทำให้ผู้ประกอบการชะลอการส่งออกทองคำเพื่อรอจังหวะทำกำไรในช่วงเวลาที่ราคาทองคำปรับสูงขึ้น ทั้งนี้ ราคาทองคำเฉลี่ยปรับลดลงต่อเนื่องมาอยู่ที่ระดับ 1,238.53 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ (<http://www.kitco.com>) ในเดือนกรกฎาคม โดยได้รับปัจจัยกดดันจากการแข็งค่าของสกุลเงินเหรียญสหรัฐ หลังรายงานข้อมูลเศรษฐกิจของสหรัฐฯ สดใส อาทิ การจ้างงานนอกภาคเกษตรที่ปรับตัวสูงขึ้นกว่าที่คาดการณ์ ซึ่งน่าจะส่งผลให้ธนาคารกลางของสหรัฐฯ ปรับขึ้นดอกเบี้ยอีก 2 ครั้งในช่วงที่เหลือของปีนี้ นอกจากนี้ราคาทองคำยังได้รับแรงกดดันจากการเทขายทองคำอย่างต่อเนื่องของกองทุน SPDR Gold Trust อีกทั้งตลาดหุ้นนิวยอร์กก็ปรับตัวสูงขึ้น จึงทำให้นักลงทุนหันมาลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยงแทน

**เครื่องประดับแท้** เป็นสินค้าส่งออกสำคัญในอันดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 30.47 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวม และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 4.93 โดยการส่งออก **เครื่องประดับทอง** เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.82 เนื่องมาจากการส่งออกไปยังหลายตลาดสำคัญได้เพิ่มขึ้นสูงขึ้นไปว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

สวิตเซอร์แลนด์ และกาตาร์ ตลาดในอันดับ 2, 3, 4 และ 5 ที่ต่างมีมูลค่าเติบโตร้อยละ 20.16, ร้อยละ 11.13, ร้อยละ 7.58 และร้อยละ 78.68 ตามลำดับ เว้นเพียงฮ่องกง ซึ่งอยู่ในอันดับ 1 หดตัวลงร้อยละ 5.87 **เครื่องประดับเงิน** ขยายตัวได้ร้อยละ 0.32 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และจีน ที่อยู่ในอันดับ 1 และ 3 เติบโตสูงขึ้นร้อยละ 0.97 และร้อยละ 19.11 ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกไปยังเยอรมนี ออสเตรเลีย และฮ่องกง ซึ่งอยู่ในอันดับ 2, 4 และ 5 ปรับตัวลดลงร้อยละ 0.73, ร้อยละ 12.62 และร้อยละ 46.69 ตามลำดับ **เครื่องประดับพลาทินัม** เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.13 โดยเป็นผลจากการส่งออกไปยังญี่ปุ่น ซึ่งครองส่วนแบ่งสูงสุดเกือบครึ่งหนึ่ง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ฮ่องกง และสหราชอาณาจักร ตลาดในอันดับ 3, 4 และ 5 ได้สูงขึ้นร้อยละ 2.61, 19.99 เท่า, ร้อยละ 10.41 และร้อยละ 11.88 ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกา ซึ่งอยู่ในอันดับ 2 หดตัวลงร้อยละ 10

**เพชร** เป็นสินค้าส่งออกรายการสำคัญในอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.04 ด้วยมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยมีเพชรเจียรไนเป็นสินค้าส่งออกหลักซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.95 จากการส่งออกไปยังเบลเยียม อินเดีย สหรัฐอเมริกา และอิสราเอล ตลาดในอันดับ 2, 3, 4 และ 5 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.71, ร้อยละ 19.45, ร้อยละ 32.55 และร้อยละ 18 ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกไปยังตลาดในอันดับ 1 อย่างฮ่องกง มีมูลค่าลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.83

**พลอยสี** เป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 4 ในสัดส่วนร้อยละ 10.40 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย และขยายตัวได้ร้อยละ 2.51 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้เป็น **พลอยเนื้อแข็งเจียรไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต)** เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.40 เนื่องจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และสวิตเซอร์แลนด์ ตลาดสำคัญในอันดับ 2 และ 3 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 1.07 และร้อยละ 5.76 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังฮ่องกง จีน และอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดในอันดับ 1, 4 และ 5 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 2.85, ร้อยละ 8.46 และร้อยละ 19.70 ตามลำดับ **พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน** เติบโตร้อยละ 8.14 จากการส่งออกไปยังฮ่องกง ที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดราวร้อยละ 61 และจีน ตลาดในอันดับ 4 ซึ่งขยายตัวได้ร้อยละ 15.72 และร้อยละ 6.43 ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ และอินเดีย ที่อยู่ในอันดับ 2, 3 และ 5 ปรับตัว

## สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ลดลงร้อยละ 10.53, ร้อยละ 33.46 และร้อยละ 39.70 ตามลำดับ

**เครื่องประดับเทียม** เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.24 ขยายตัวร้อยละ 23.12 โดยเป็น

ผลจากการส่งออกไปยังลีกเตนส์ไตร์น ลิงคโปร์ ฝรั่งเศส และเยอรมนี ตลาดในอันดับ 1, 2, 4 และ 5 ได้สูงขึ้นร้อยละ 24.56, ร้อยละ 56.20, ร้อยละ 47.39 และร้อยละ 8.78 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ตลาดในอันดับ 3 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 5.44

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2560 และ 2561

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ก.ค. 60	ม.ค.-ก.ค. 61	ม.ค.-ก.ค. 60	ม.ค.-ก.ค. 61	
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	2,894.63	2,698.51	41.74	38.44	-6.78
2. เครื่องประดับแท้	2,038.50	2,139.01	29.39	30.47	4.93
2.1 เครื่องประดับเงิน	966.30	969.44	13.93	13.81	0.32
2.2 เครื่องประดับทอง	982.05	1,088.31	14.16	15.50	10.82
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	42.92	44.27	0.62	0.63	3.13
2.4 อื่นๆ	47.23	36.99	0.68	0.53	-21.64
3. เพชร	945.62	985.67	13.63	14.04	4.24
3.1 เพชรก้อน	59.66	64.11	0.86	0.91	7.46
3.2 เพชรเจียรไน	885.60	920.54	12.77	13.11	3.95
3.3 อื่นๆ	0.36	1.02	0.00	0.02	181.50
4. พลอยสี	712.21	730.07	10.27	10.40	2.51
4.1 พลอยก้อน	22.82	22.59	0.33	0.32	-1.06
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน	491.02	492.97	7.08	7.02	0.40
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน	198.37	214.51	2.86	3.06	8.14
5. เครื่องประดับเทียม	184.45	227.08	2.66	3.24	23.12
6. เศษหรือของที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า	60.03	110.67	0.87	1.58	84.35
7. อื่นๆ	100.18	128.20	1.44	1.83	27.97
<b>รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)</b>	<b>6,935.62</b>	<b>7,019.21</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>1.21</b>

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (รวมทองคำ) ที่มีมูลค่าสูงสุดในช่วง 7 เดือนแรกของปีนี้ คือ **สวิตเซอร์แลนด์** ด้วยสัดส่วนร้อยละ 19.03 หากแต่มีมูลค่าลดลงร้อยละ 18.69 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า เนื่องจากการส่งออกทองคำฯ สินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 86 ได้ลดลงร้อยละ 21.90 ส่วนสินค้าที่ยังเติบโตได้ คือ เครื่องประดับทอง และพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ซึ่งมีมูลค่าขยายตัวได้ร้อยละ 7.58 และร้อยละ 5.76 ตามลำดับ

**ฮ่องกง** เป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในอันดับ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 17.80 หดตัวลงร้อยละ 8.65 จากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเพชรเจียรไน เครื่องประดับทอง และพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 0.83, ร้อยละ 5.87 และร้อยละ 2.85 ตามลำดับ ส่วนสินค้าที่ยังขยายตัวได้ คือ พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ซึ่งเติบโตสูงขึ้นร้อยละ 15.72

## สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

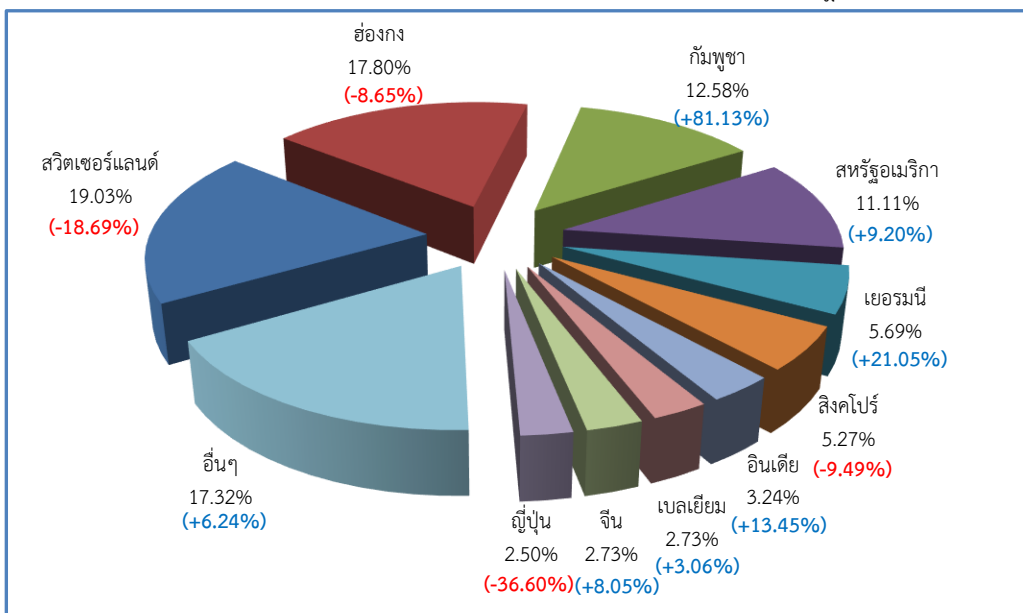
**กัมพูชา** ขยับขึ้นมาเป็นตลาดส่งออกในอันดับ 3 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 12.58 และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.13 โดยเป็นผลมาจากการส่งออกทองคำฯ สินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 99 ได้สูงขึ้นถึงร้อยละ 83.68

**สหรัฐอเมริกา** เป็นตลาดส่งออกในอันดับที่ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.11 และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9.20 เนื่องจากการส่งออกเครื่องประดับแท้ สินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 71 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับเงิน และส่วนที่เหลือเป็นเครื่องประดับทอง รวมถึงสินค้าสำคัญลำดับถัดมาอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียระไน และเพชรเจียระไน ที่ต่าง

ขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 0.97, ร้อยละ 20.16 , ร้อยละ 1.07 และร้อยละ 32.55 ตามลำดับ

ส่วนตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่สำคัญในอันดับ 5 คือ **เยอรมนี** ในสัดส่วนร้อยละ 5.69 มีมูลค่าเติบโตร้อยละ 21.05 อันเป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับแท้ ในสัดส่วนราวร้อยละ 74 ที่แม้ว่าส่วนมากจะเป็นเครื่องประดับเงิน หดตัวลงเล็กน้อยร้อยละ 0.73 หากแต่สินค้ารองลงมาอย่างเครื่องประดับทองสามารถขยายตัวได้ถึงร้อยละ 34.70 อีกทั้งไทยยังสามารถส่งออกเศษหรือของใช้ที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าได้สูงกว่า 3.05 เท่า

แผนภาพตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2561



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ทั้งนี้ หากพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในรูปเงินเหรียญสหรัฐ (ไม่รวมทองคำ) ไปยังตลาด/ภูมิภาคต่างๆ ดังตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2561 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 6.92 จากการส่งออกไปยังตลาดหลักเดิมอย่างสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา รวมถึงตลาดสำคัญอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง อินเดีย ญี่ปุ่น จีน อาเซียน รัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช ที่ต่างมีมูลค่าเติบโตได้ร้อยละ 11.11, ร้อยละ 9.25, ร้อยละ 14.49, ร้อยละ 21.39, ร้อยละ 4.71, ร้อยละ 8.02, ร้อยละ 11.56 และร้อยละ 23.46 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปที่

ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคจึงมีกำลังซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น ส่งผลให้ไทยส่งออกเครื่องประดับทอง เพชรเจียระไน และพลอยสีไปยังภูมิภาคนี้ได้เพิ่มขึ้น

การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาที่ขยายตัวได้นั้น ส่วนหนึ่งอาจมาจากผู้บริโภคชาวสหรัฐฯ มีความเชื่อมั่นในการบริโภคมากขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งสะท้อนให้เห็นได้จากการใช้จ่ายของชาวสหรัฐฯ และดัชนีราคาการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล (PCE) ในเดือนมิถุนายน รวมถึงดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (Core CPI) ไม่นับรวมหมวดอาหารและพลังงานในเดือนกรกฎาคมที่ปรับตัวสูงขึ้น

## สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

สำหรับมูลค่าการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่สูงขึ้นนั้น อันอาจเป็นผลมาจากผู้บริโภคชาวตะวันออกกลางมีกำลังซื้อสูง และส่วนใหญ่ชื่นชอบเครื่องประดับทองซึ่งในปัจจุบันมีราคาค่อนข้างต่ำ เนื่องจากราคาโลหะทองคำปรับตัวลดลงมาก ประกอบกับชื่นชอบในคุณภาพและความสวยงามของสินค้าไทย จึงทำให้มีความต้องการเครื่องประดับทองจากไทยเพิ่มมากขึ้น

ด้านการส่งออกไปยังอินเดียที่เติบโตนั้น ส่วนหนึ่งมาจากเศรษฐกิจของอินเดียขยายตัวดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของจำนวนชนชั้นกลางและคู่แต่งงาน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้นิยมเครื่องประดับเพชรมากขึ้น ส่งผลให้มีการนำเข้าเพชรเจียรไนจากไทยเพิ่มสูงขึ้น เพื่อนำไปผลิตเป็นเครื่องประดับเพชรทั้งจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

ส่วนมูลค่าการส่งออกไปยังญี่ปุ่นที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าที่เติบโตในแนวบวกตามภาวะเศรษฐกิจ โดยในไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2561 เศรษฐกิจญี่ปุ่นขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งความต้องการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยในญี่ปุ่นถูกขับเคลื่อนจากชาวญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยว อันมีผลให้ไทยส่งออกเครื่องประดับเพชรเจียรไน และเครื่องประดับแพลทินัมไปยังญี่ปุ่นได้เพิ่มสูงขึ้น

การส่งออกไปยังจีนที่เติบโตได้นั้น เนื่องมาจากการส่งออกเครื่องประดับเงิน สินค้าหลักในสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่ง และสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับทอง และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.11, 3.44 เท่า และร้อยละ 6.43 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไปยังอาเซียนที่ขยายตัวนั้น เนื่องมาจากการส่งออกไปยังสิงคโปร์ ตลาดที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดราวร้อยละ 61 และเวียดนาม ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 3 ได้สูงขึ้นร้อยละ 26.37 และร้อยละ 36.78 ตามลำดับ โดยสินค้าส่งออกหลักไปยังสิงคโปร์เป็นเครื่องประดับเทียม ส่วนสินค้าส่งออกหลักไปยังเวียดนามเป็นอัญมณีสังเคราะห์ เพชรเจียรไน และโลหะเงิน ที่ล้วนเติบโตได้เป็นอย่างดี ส่วนการส่งออกไปยังมาเลเซีย ตลาดในอันดับ 2 หดตัวลงร้อยละ 20.37 จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินได้ลดลง

สำหรับการส่งออกไปยังรัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราชที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น ยังคงเป็นผลมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินไปยังรัสเซีย ยูเครน และคาซัคสถาน ซึ่งเป็นตลาดหลักใน 3 อันดับแรกของไทยในภูมิภาคนี้ได้เพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ไปยังตลาด/ภูมิภาคต่างๆ ในระหว่างปี 2558 – 2561

ประเทศ/ภูมิภาค	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	2558	2559	2560	ม.ค.-ก.ค. 2561	2558	2559	2560	ม.ค.-ก.ค. 2561	59/58	60/59	ม.ค.-ก.ค. 61/60
ฮ่องกง	2,056.48	2,070.59	2,113.29	1,160.79	28.62	29.72	29.69	26.87	0.69	2.06	-2.75
สหภาพยุโรป	1,619.65	1,489.01	1,521.13	939.39	22.54	21.37	21.37	21.74	-8.07	2.16	11.11
สหรัฐอเมริกา	1,310.11	1,256.38	1,173.24	779.91	18.23	18.03	16.48	18.05	-4.10	-6.62	9.25
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	562.63	595.27	505.84	334.65	7.83	8.54	7.11	7.75	5.80	-15.02	14.49
อินเดีย	240.13	271.38	336.32	205.12	3.34	3.89	4.73	4.75	13.01	23.93	21.39
ญี่ปุ่น	272.34	206.20	226.48	134.65	3.79	2.96	3.18	3.12	-24.29	9.83	4.71
จีน	149.44	153.38	218.19	130.82	2.08	2.20	3.07	3.03	2.64	42.26	8.02
อาเซียน	177.86	172.25	198.84	119.28	2.47	2.47	2.79	2.76	-3.15	15.44	11.56
ประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก	177.63	202.50	244.37	101.89	2.47	2.91	3.43	2.36	14.00	20.68	-9.10
รัสเซีย และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช	55.49	60.07	61.09	43.47	0.77	0.86	0.86	1.01	8.25	1.69	23.46
อื่นๆ	564.35	491.08	518.79	370.73	7.86	7.05	7.29	8.56	-12.98	5.65	14.83
<b>รวม</b>	<b>7,186.11</b>	<b>6,968.11</b>	<b>7,117.58</b>	<b>4,320.70</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>-3.03</b>	<b>2.15</b>	<b>6.92</b>

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

## สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

### บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในรูปของเงินเหรียญสหรัฐในช่วง 7 เดือนแรกของปีนี้ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 1.21 (ลดลงร้อยละ 7.74 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ จะพบว่าเติบโตสูงขึ้นร้อยละ 6.92 (ลดลงร้อยละ 2.31 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) และหากพิจารณาถึง

มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ พบว่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.33 (ลดลงร้อยละ 2.82 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2560 และ 2561

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ก.ค. 60	ม.ค.-ก.ค. 61	ม.ค.-ก.ค. 60	ม.ค.-ก.ค. 61	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด	6,935.62	7,019.21	100.00	100.00	1.21
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	2,894.63	2,698.51	41.74	38.44	-6.78
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	4,040.99	4,320.70	58.26	61.56	6.92
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	272.40	313.49	3.93	4.47	15.08
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	3,768.59	4,007.21	54.34	57.09	6.33

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงของไทยในรูปของเงินเหรียญสหรัฐ (ไม่รวมทองคำ) ในช่วง 7 เดือนแรกของปีนี้ขยายตัวสูงขึ้นนั้น ปัจจัยหลักมาจากกำลังซื้อที่ปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของคู่ค้าสำคัญ อีกทั้งยังมีปัจจัยเสริมจากการอ่อนค่าของเงินบาท รวมถึงนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามแม้ว่าการส่งออกในปีนี้มีโอกาสสดใสอยู่ แต่ก็ยังมีความเสี่ยงจากปัจจัยอื่นที่อาจทำให้การส่งออกของไทยในช่วงเดือนที่เหลือของปีนี้สะดุดลงได้ โดยเฉพาะประเด็นที่สหรัฐฯ ประกาศใช้มาตรการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าบางประเภทจากจีน สหภาพยุโรป แคนาดา และเม็กซิโก ซึ่งประเทศเหล่านี้ก็ประกาศตอบโต้สหรัฐฯ ในลักษณะเดียวกัน อันอาจเป็นการ

จุดฉนวนไปสู่สงครามการค้าของโลกได้ รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังคงมีความผันผวนสูง

การดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้ท่ามกลางความไม่แน่นอนดังกล่าว นับเป็นความท้าทายอย่างยิ่งของผู้ประกอบธุรกิจไทย ซึ่งอาจทำได้ด้วยการเตรียมความพร้อมวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงให้น้อยลง การพัฒนาต่อยอดจุดแข็งของธุรกิจร่วมกับการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการผลิตเพื่อสร้างความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้าของตน และตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ทัน รวมถึงบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) และกระจายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ๆ และที่สำคัญคือ การเปิดมุมมองใหม่ และกล้าฉีกแนวธุรกิจให้ต่างไปจากเดิม

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

29 สิงหาคม 2561

\*พิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำได้ด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหรียญกษาปณ์”

มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย  
เดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2560 - 2561

ลำดับที่	รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
		2560	2561	2560	2561	2561/2560
<b>1</b>	<b>ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป</b>	<b>5,895.30</b>	<b>5,954.69</b>	<b>71.73</b>	<b>68.92</b>	<b>1.01</b>
<b>2</b>	<b>เพชร</b>	<b>1,101.69</b>	<b>1,266.26</b>	<b>13.41</b>	<b>14.66</b>	<b>14.94</b>
	1 เพชรก้อน	158.87	186.08	1.93	2.15	17.13
	2 เพชรเจียรระไน	940.18	1,076.98	11.44	12.46	14.55
	3 อื่นๆ	2.65	3.20	0.03	0.04	20.66
<b>3</b>	<b>เครื่องประดับแท้</b>	<b>358.89</b>	<b>420.96</b>	<b>4.37</b>	<b>4.87</b>	<b>17.30</b>
	1 เครื่องประดับเงิน	80.84	72.04	0.98	0.83	-10.89
	2 เครื่องประดับทอง	246.89	315.37	3.00	3.65	27.73
	3 เครื่องประดับพลหิנם	11.57	11.19	0.14	0.13	-3.27
	4 อื่นๆ	19.59	22.37	0.24	0.26	14.21
<b>4</b>	<b>โลหะเงิน</b>	<b>302.86</b>	<b>328.31</b>	<b>3.69</b>	<b>3.80</b>	<b>8.40</b>
<b>5</b>	<b>พลอยสี</b>	<b>317.77</b>	<b>317.49</b>	<b>3.87</b>	<b>3.67</b>	<b>-0.09</b>
	1 พลอยก้อน	27.16	23.20	0.33	0.27	-14.60
	2 พลอยเนื้อแข็งเจียรระไน	201.91	216.23	2.46	2.50	7.09
	3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรระไน	88.69	78.07	1.08	0.90	-11.98
<b>6</b>	<b>ของอื่นๆ ทำหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า</b>	<b>69.58</b>	<b>133.45</b>	<b>0.85</b>	<b>1.54</b>	<b>91.80</b>
	อื่นๆ	172.14	219.07	2.09	2.54	27.27
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>8,218.23</b>	<b>8,640.24</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>5.14</b>



สถิติการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย  
ระหว่างเดือน มกราคม ถึง กรกฎาคม ปี 2560 ถึง 2561

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

พิกัด	ประเทศ	มูลค่า		สัดส่วน (%)		เปลี่ยนแปลง (%)
		2560	2561	2560	2561	2561/2560
1	สวีเดน	3,352.01	2,694.09	40.79	31.18	-19.63
2	ฮ่องกง	1,138.70	1,612.05	13.86	18.66	41.57
3	ออสเตรเลีย	635.04	772.99	7.73	8.95	21.72
4	อินเดีย	473.02	539.01	5.76	6.24	13.95
5	สิงคโปร์	404.91	380.67	4.93	4.41	-5.99
6	ญี่ปุ่น	230.43	378.63	2.80	4.38	64.32
7	ไทย	272.40	313.49	3.31	3.63	15.08
8	เบลเยียม	307.19	300.04	3.74	3.47	-2.33
9	จีน	366.43	279.38	4.46	3.23	-23.76
10	สหรัฐอเมริกา	269.04	260.22	3.27	3.01	-3.28
	อื่นๆ	769.05	1,109.68	9.36	12.84	44.29
	รวม	8,218.23	8,640.24	100.00	100.00	5.14

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย  
เดือนมกราคม-กรกฎาคม ปี 2560 - 2561

ลำดับที่	รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
		2560	2561	2560	2561	2561/2560
<b>1</b>	<b>ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป</b>	<b>2,894.63</b>	<b>2,698.51</b>	<b>41.74</b>	<b>38.44</b>	<b>-6.78</b>
<b>2</b>	<b>เครื่องประดับแท้</b>	<b>2,038.50</b>	<b>2,139.01</b>	<b>29.39</b>	<b>30.47</b>	<b>4.93</b>
	1 เครื่องประดับเงิน	966.30	969.44	13.93	13.81	0.32
	2 เครื่องประดับทอง	982.05	1,088.31	14.16	15.50	10.82
	3 เครื่องประดับแพลทินัม	42.92	44.27	0.62	0.63	3.13
	4 อื่นๆ	47.22	37.00	0.68	0.53	<b>-21.64</b>
<b>3</b>	<b>เพชร</b>	<b>945.62</b>	<b>985.67</b>	<b>13.63</b>	<b>14.04</b>	<b>4.24</b>
	1 เพชรก้อน	59.66	64.11	0.86	0.91	7.46
	2 เพชรเจียรระไน	885.60	920.54	12.77	13.11	3.95
	3 อื่นๆ	0.36	1.02	0.01	0.01	181.50
<b>4</b>	<b>พลอยสี</b>	<b>712.21</b>	<b>730.07</b>	<b>10.27</b>	<b>10.40</b>	<b>2.51</b>
	1 พลอยก้อน	22.83	22.59	0.33	0.32	<b>-1.06</b>
	2 พลอยเนื้อแข็งเจียรระไน	491.02	492.97	7.08	7.02	0.40
	3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรระไน	198.37	214.51	2.86	3.06	8.14
<b>5</b>	<b>เครื่องประดับเทียม</b>	<b>184.45</b>	<b>227.08</b>	<b>2.66</b>	<b>3.24</b>	<b>23.12</b>
<b>6</b>	<b>เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า</b>	<b>60.03</b>	<b>110.67</b>	<b>0.87</b>	<b>1.58</b>	<b>84.35</b>
	อื่นๆ	100.18	128.20	1.44	1.83	27.97
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>6,935.62</b>	<b>7,019.21</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>1.21</b>





สถิติการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย  
ระหว่างเดือน มกราคม ถึง กรกฎาคม ปี 2560 ถึง 2561

หน่วย: ล้านบาทสหรัฐ

พิกัด	ประเทศ	มูลค่า		สัดส่วน (%)		เปลี่ยนแปลง (%)
		2560	2561	2560	2561	2561/2560
1	สวีเดน	1,643.16	1,336.10	23.69	19.03	-18.69
2	ฮ่องกง	1,367.59	1,249.35	19.72	17.80	-8.65
3	กัมพูชา	487.69	883.35	7.03	12.58	81.13
4	สหรัฐอเมริกา	714.20	779.91	10.30	11.11	9.20
5	เยอรมนี	329.64	399.05	4.75	5.69	21.05
6	สิงคโปร์	408.41	369.67	5.89	5.27	-9.49
7	อินเดีย	200.39	227.35	2.89	3.24	13.45
8	เบลเยียม	186.05	191.75	2.68	2.73	3.06
9	จีน	177.19	191.45	2.55	2.73	8.05
10	ญี่ปุ่น	277.08	175.66	4.00	2.50	-36.60
	อื่นๆ	1,144.21	1,215.59	16.50	17.32	6.24
	<b>รวม</b>	<b>6,935.62</b>	<b>7,019.21</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>1.21</b>