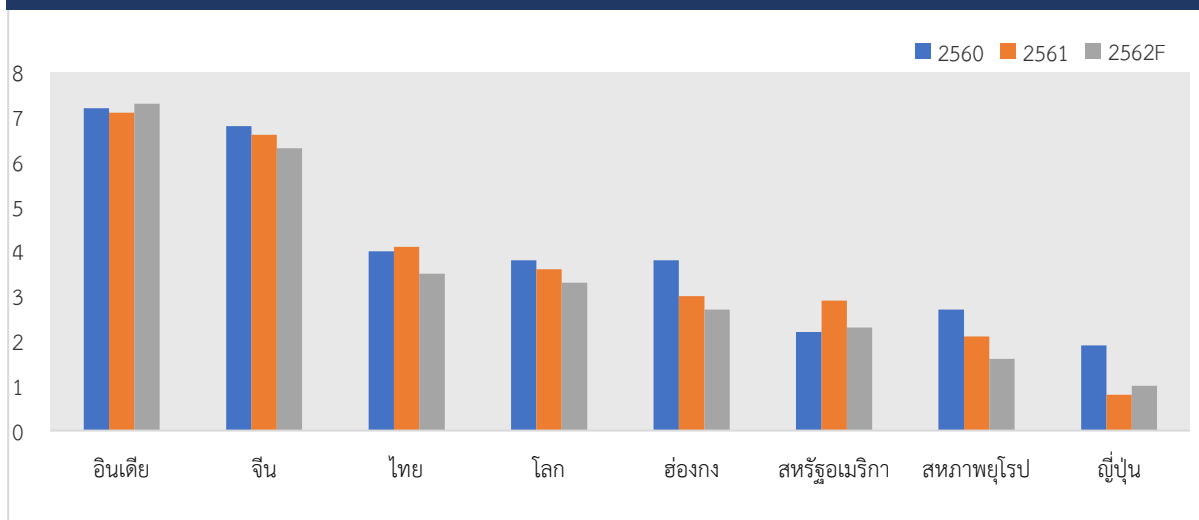


## เศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนไปกับนัยยะต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ปัจจุบันเศรษฐกิจโลกมีทิศทางการขยายตัวลดลง จากเดิมมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.6 ในปี 2561 เหลือเพียงร้อยละ 3.3 ในปี 2562 โดยข้อมูลดังกล่าวเป็นตัวเลขประมาณการจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลการประมาณการอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากแหล่งอื่นๆ เช่น ธนาคารโลก โกลด์แมน แซคส์ หรือแม้แต่จากธนาคารแห่งประเทศไทยเองก็ตาม

นอกจากนี้ ยังมีการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาและจีน ซึ่งเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในโลกเป็นอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 ตามลำดับ อีกทั้งการทำสงครามเพื่อกีดกันทางการค้าของทั้ง 2 ประเทศข้างต้นยังถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่กดดันเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวกว่าที่สำนักต่างๆ ได้คาดการณ์ไว้ ขณะที่ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศเล็กแต่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของโลกก็ขยายตัวเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น เมื่อพิจารณาเศรษฐกิจในกลุ่มยูโรโซนก็ยังคงมีความวุ่นวายทางการเมือง (อิตาลีสหราชอาณาจักร) ที่ยังหาข้อยุติไม่ได้ เหตุการณ์เหล่านี้ย่อมส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศมหาอำนาจและจะกระทบประเทศไทยที่เศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกเป็นหลักอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

### อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ มีแนวโน้มลดลงในหลายตลาดหลัก (หน่วย: ร้อยละ)



ที่มา: กองทุนการเงินระหว่างประเทศ ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

### ตารางที่ 1 ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของตลาดหลักและประเทศไทยในปี 2561

ดัชนี	สหรัฐอเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	อินเดีย	ไทย
อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่แท้จริง: ร้อยละ <sup>(1)</sup>	2.9	6.6	0.8	7.1	4.1
อัตราการว่างงาน: ร้อยละของกำลังแรงงาน <sup>(2)</sup>	3.9	4.4	2.4	2.6	0.7
Manufacturing Purchasing Manager Index: ระดับ <sup>(3)</sup>	52.6	50.2	50.2	51.8	51.0
Business Confidence Index: ระดับ <sup>(4)</sup>	52.8	50.1	-	116.2	42.9
ขนาดเศรษฐกิจ: อันดับของโลก	#1	#2	#3	#7	#27

ที่มา : (1) (2) จาก ธนาคารโลก, (3) (4) จาก Trading Economics เดือนเมษายน 2562

## มีอะไรเกิดขึ้นบ้างกับเศรษฐกิจของตลาดหลัก

**เศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา**มีแนวโน้มชะลอตัวลง IMF ได้คาดการณ์อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ในปี 2562 เหลือเพียงร้อยละ 2.3 เท่านั้นเมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตของปีก่อนหน้าที่ร้อยละ 2.9 ซึ่งนอกจากสัญญาณการถดถอยของเศรษฐกิจจะแสดงด้วยมาตรการตั้งตัวของตลาดเงินจากการคงอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐฯ (Federal Reserve System: Fed) ที่คงอัตราดอกเบี้ยต่อเนื่อง 3 ครั้งติดต่อกันแล้ว การที่อัตราผลตอบแทนพันธบัตรระยะสั้นสูงกว่าการถือครองพันธบัตรในระยะยาวหรือที่เรียกว่า เกิด Inverted Yield ในตลาดทุนของสหรัฐอเมริกานั้น ก็เป็นอีกสัญญาณหนึ่งที่เริ่มชัดเจนขึ้น

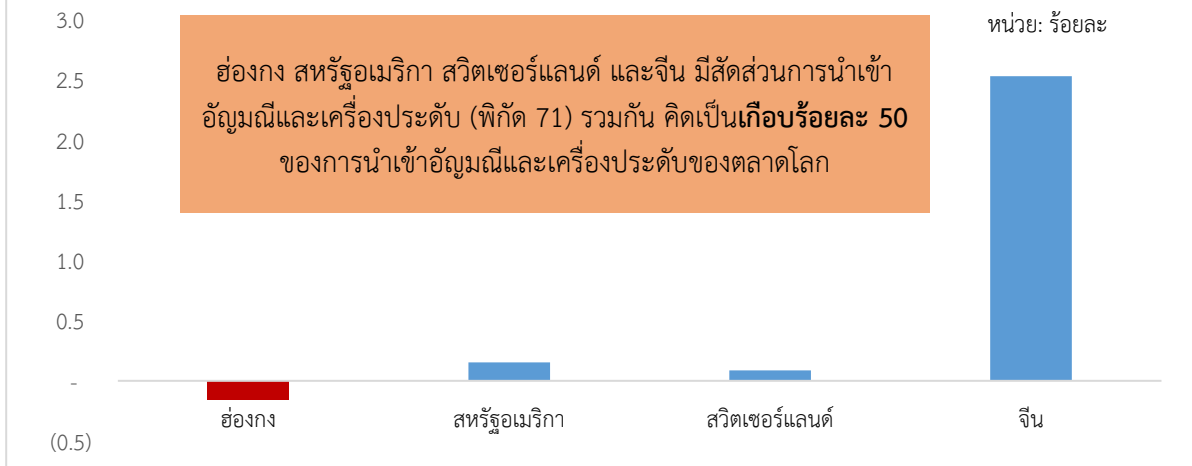
**ภาคการผลิตของจีนขยายตัวอย่างชัดเจน** นอกจากการประกาศขึ้นภาษีจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน ทำให้สินค้าที่ส่งออกจากจีนไปยังสหรัฐอเมริกาก็ต้องถูกเก็บภาษีนำเข้าจากเดิมที่อัตราร้อยละ 10 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ซึ่งกระทบกับสินค้ากว่า 5,700 รายการ โดยมีผลบังคับใช้วันที่ 10 พฤษภาคม 2562 และประกาศจะเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากจีนทุกรายการที่เหลือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 25 อีกประมาณ 3,800 รายการ ซึ่งก็รวมถึงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับด้วย ภายหลังจากที่มีการทำประชาพิจารณ์ในช่วงเดือนมิถุนายน 2562 ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing Purchasing Manager Index) ที่สะท้อนทั้งยอดคำสั่งซื้อใหม่ ปริมาณสินค้าคงคลัง สายการผลิต การส่งสินค้าซัพพลาย และการจ้างงานของจีนในเมษายนที่ผ่านมา ได้ลดเหลือเพียงระดับ 50.1 จากระดับ 51.4 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า สอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจของจีน (Business Confidence Index) ที่ลดลงที่ระดับ 50.1 ในช่วงเวลาเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจจีนยังคงมีปัจจัยบวกต่อเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมแห่งอนาคตภายใต้แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่จะมุ่งปรับภาพลักษณ์ของสินค้าจีนให้ได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ ควบคู่ไปกับการเป็นโรงงานของโลก ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนทางหนึ่งในอนาคต

**ญี่ปุ่นประกาศขึ้นภาษีการบริโภค (Consumption Tax)** แม้ว่าในปี 2562 เศรษฐกิจของญี่ปุ่นจะถูกคาดการณ์ให้เติบโตมากกว่าปี 2561 แต่ตัวเลขดังกล่าวก็ยังต่ำกว่า 2 ปีก่อนหน้าเกือบเท่าตัว อีกทั้งรัฐบาลญี่ปุ่นได้กำหนดให้มีการขึ้นภาษีการบริโภค (หรือที่เรียกว่า ภาษีมูลค่าเพิ่ม) ในช่วงเดือนตุลาคม 2562 ซึ่งเป็นขึ้นภาษีครั้งที่ 2 จากร้อยละ 8 เป็นร้อยละ 10 โดยนารายได้ดังกล่าวมาสนับสนุนด้านประกันสังคม เพื่อรองรับกับภาระค่าใช้จ่ายด้านผู้สูงอายุของประเทศ แต่การขึ้นภาษีดังกล่าวอาจไม่กระทบกับภาคการบริโภคของครัวเรือนมากนัก เนื่องจากมีการคาดการณ์ถึงการขึ้นภาษีดังกล่าวมาก่อนหน้านี้แล้ว

## ทิศทางการบริโภคสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก

เมื่อทิศทางของเศรษฐกิจโลกอาจไม่รุ่งเรืองอย่างที่เคย การบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับที่จัดอยู่ในกลุ่มของสินค้าฟุ่มเฟือยย่อมได้รับผลกระทบ โดยไตรมาสแรกของปี 2562 การนำเข้าสินค้าหมวดอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ จีน ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ต่างลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ยกเว้นจีนที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงชันกว่า 3 เท่าตัว อันเป็นผลมาจากการนำเข้าทองคำที่ยังมีได้ขึ้นรูป ที่ก้าวกระโดดในไตรมาสแรกของปี 2562 แต่หากหักผลของการนำเข้าทองคำที่ยังมีได้ขึ้นรูปออกไปแล้ว พบว่ามีเพียงฮองกงเท่านั้นที่นำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับลดลงในไตรมาสแรกของปีนี้ ที่ร้อยละ 0.16

**อัตราการเติบโตของการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่รวมทองคำไตรมาสแรกของปี 2562**

ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

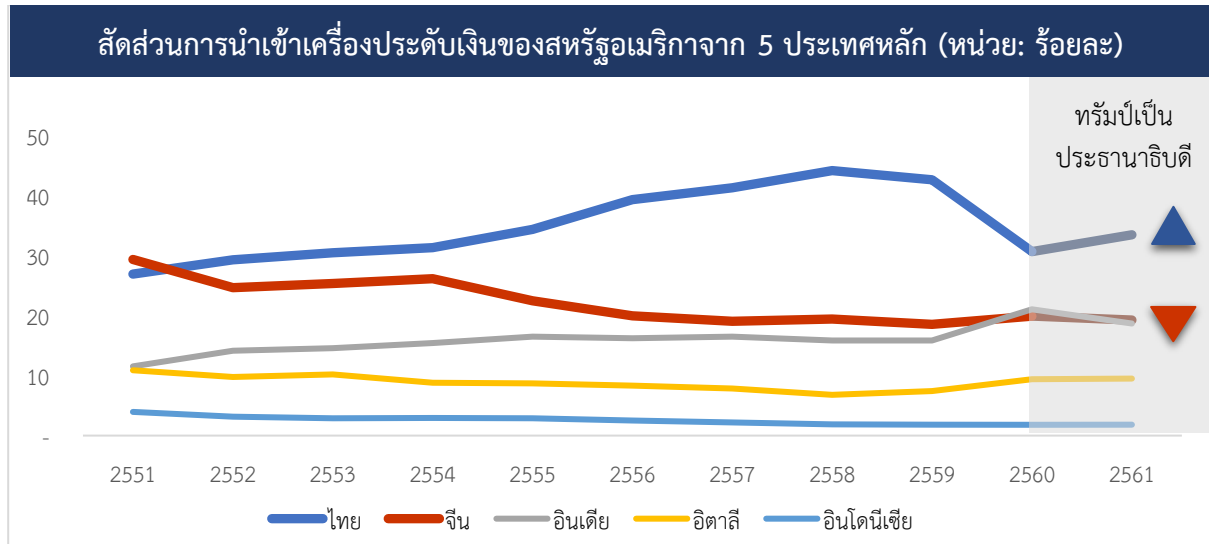
**สวิตเซอร์แลนด์** : สวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศนำเข้าและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับสูงเป็นอันดับที่ 1 ของโลก โดยอุตสาหกรรมดังกล่าว มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก หรือกล่าวได้ว่าเกือบ 1 ใน 3 ของมูลค่าการส่งออกของสวิตเซอร์แลนด์เป็นการส่งออกสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมี จีน อินเดีย และฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกหลัก สำหรับประเทศไทยนั้น สวิตเซอร์แลนด์เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยเป็นลำดับที่ 2 รองจากฮ่องกง แต่จากแนวโน้มเศรษฐกิจโลกขาลง ได้ส่งผลให้ไตรมาสแรกปีนี้ ไทยส่งออกเครื่องประดับแท้ไปยังสวิตเซอร์แลนด์ลดลงถึงร้อยละ 28.59 ส่วนการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปยังคงขยายตัวร้อยละ 22.57

**ฮ่องกง** : ในปี 2561 ฮ่องกงมีคะแนนประเทศที่ง่ายต่อการทำธุรกิจ (Ease of Doing Business) เพิ่มขึ้น 0.04 คะแนน อยู่ในอันดับที่ 4 (จาก 190 ประเทศทั่วโลก) เป็นรองนิวซีแลนด์ สิงคโปร์ และเดนมาร์ก ด้วยขั้นตอนของพิธีการทางศุลกากร และต้นทุนในการเริ่มทำธุรกิจ ฯลฯ ที่ต่ำกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคโดยเปรียบเทียบ จึงทำให้ฮ่องกงเป็นทั้งแหล่งส่งออกสินค้าต่อ (Re-Export) และแหล่งขบปึงของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยมีอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกมูลค่าสูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (พิกัด 85) และเครื่องจักรเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ (พิกัด 84) ซึ่งในปี 2561 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของฮ่องกงลดลงร้อยละ 21.77 อันเป็นผลจากการส่งออกสินค้ากลุ่มวัตถุดิบไปยังประเทศจีนลดลง ส่วนการนำเข้าจากตลาดโลกก็ลดลงเช่นกันที่ร้อยละ 8.27 ซึ่งอาจเป็นผลจากนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง เห็นได้ว่าแม้ฮ่องกงเองจะถูกจัดอันดับดีเพียงใด แต่หากเศรษฐกิจโลกซบเซา การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของฮ่องกงที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับภาคการบริโภคของคนในประเทศก็ย่อมเผชิญกับปัญหาเช่นกัน

**สหรัฐอเมริกา** : ในปี 2561 สหรัฐอเมริกานำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับเติบโตขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.74 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แต่จากผลของการชะลอตัวและความกังวลใจต่อความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้การนำเข้าสินค้าดังกล่าวในไตรมาสแรกของปี 2562 ลดลงถึงร้อยละ 6.01 ทั้งนี้หากไม่รวมมูลค่าของการนำเข้าทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปแล้ว ไตรมาสที่ 1 ของปีจะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.15 เท่านั้น

เมื่อพิจารณาเป็นรายสินค้าแล้ว **เครื่องประดับเงิน** เป็นสินค้าศักยภาพที่ไทยสามารถเจาะตลาดสหรัฐอเมริกาได้ โดยมีเงินเป็นคู่แข่งรายสำคัญ อย่างไรก็ตาม ด้วยทิศทางของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา

และเงินที่ยังคงไม่มีข้อยุติ ส่งผลให้ในระยะสั้นสหรัฐอเมริกาอาจนำเข้าเครื่องประดับเงินจากไทยเพิ่มขึ้นแทน แต่ในระยะยาวย่อมส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งต่อกำลังซื้อ อัตราแลกเปลี่ยน การส่งออกสินค้าขั้นสุดท้ายไปยังสหรัฐอเมริกา และการส่งออกสินค้าขั้นกลาง-วัตถุดิบ ไปยังประเทศจีน เป็นต้น



ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

**จีน :** จากยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่จะผลักดันและสร้างแบรนด์ให้จีนเป็นโรงงานของโลก รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการบริโภคในประเทศเพื่อลดการพึ่งพาเศรษฐกิจต่างประเทศ จึงทำให้แม้ว่าจีนจะเผชิญกับสงครามการค้าจากนโยบายของทรัมป์ แต่เศรษฐกิจภายในก็ยังคงมีเสถียรภาพ โดยไตรมาสแรกของปี 2562 จีนนำเข้าทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปอย่างมหาศาลเป็นมูลค่าถึง 12,305 ล้านดอลลาร์ จากที่ไม่เคยปรากฏตัวเลขดังกล่าวใน Global Trade Atlas ในปีก่อนหน้ามาก่อน ส่วนด้านการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของจีน โดยเฉพาะเครื่องประดับทอง (พิกัด 711319) มีทิศทางที่เริ่มเปลี่ยนไปสู่ตะวันออกกลางมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นไปได้ถึงการแสวงหาตลาดส่งออกใหม่ผ่านสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์เป็นประตูการค้าสู่กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง แทนการส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังตลาดเดิมอย่างสหรัฐอเมริกา

สำหรับประเทศไทยนอกจากการปรับตัวให้เท่าทันกระแสโลกและพยายามรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันจากการควบคุมต้นทุนควบคู่กับการรักษาคุณภาพของสินค้าแล้ว การแสวงหาตลาดใหม่เพื่อขยายโอกาสทางการค้าก็เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรองรับกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจของตลาดเดิม โดยกลุ่ม New Frontier Markets ในตะวันออกกลาง (สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน ซาอุดีอาระเบีย คูเวต กาตาร์ และโอมาน) เป็นตลาดที่น่าสนใจผ่านประตูการค้าอย่างดูไบของสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ และโอมาน เช่นเดียวกับจีนที่อาจกำลังรุกตลาดเหล่านี้อยู่ก็เป็นได้

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)  
มิถุนายน 2562

สมัครสมาชิกเพื่อติดตามข้อมูลได้ที่ [infocenter.git.or.th](http://infocenter.git.or.th) ทางไลน์ที่ [git\\_info\\_center](https://line.me/tv/channel/git_info_center)



หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก [facebook.com/GITInfoCenter](https://facebook.com/GITInfoCenter)

