

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2561

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2561 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 7.72 (ร้อยละ 13.18 ในหน่วยของเงินบาท) หรือมีมูลค่า 11,101.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (355,056.65 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 ที่มีมูลค่า 12,030.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (408,966 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.77 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกไม่รวมทองคำพบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 7,133.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (228,339.33 ล้านบาท) ซึ่งมีมูลค่าเติบโตสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ร้อยละ 7.29 (ร้อยละ 1.07 ในหน่วยของเงินบาท)

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง ร้อยละ
	ม.ค.-พ.ย 60	ม.ค.-พ.ย. 61	ม.ค.-พ.ย 60	ม.ค.-พ.ย. 61	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด	12,030.82	11,101.54	100.00	100.00	-7.72
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	5,381.71	3,967.96	44.73	35.74	-26.27
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	6,649.11	7,133.58	55.27	64.26	7.29
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และอื่นๆ	424.15	453.21	3.53	4.08	6.85
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	6,224.96	6,680.37	51.74	60.18	7.32

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

เมื่อแยกพิจารณาการส่งออกในรายผลิตภัณฑ์สำคัญพบว่า

- 1) **สินค้าสำเร็จรูป เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน** เติบโตร้อยละ 11.22 และร้อยละ 5.09 ตามลำดับ
- 2) **สินค้ากึ่งสำเร็จรูป เพชรเจียรไน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน** เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.91, ร้อยละ 0.96 และร้อยละ 3.94 ตามลำดับ

ตลาด/ภูมิภาคสำคัญในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (ไม่รวมทองคำ) ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2561 ได้แก่ ฮองกง ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.02 เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับเงิน ได้ลดลงร้อยละ 2.06 และร้อยละ 38.12 ตามลำดับ ส่วนสินค้าที่ยังเติบโตได้ คือ เพชรเจียรไน เครื่องประดับทอง และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ซึ่งขยายตัวได้ร้อยละ 3.65, ร้อยละ 2.21 และร้อยละ 2.60 ตามลำดับ

ตลาดหลักรองลงมาเป็นสหภาพยุโรปขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 10.71 จากการส่งออกไปยังเยอรมนี เบลเยียม และสหราชอาณาจักร ตลาดหลักใน 3 อันดับแรก ได้เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 18.59, ร้อยละ 6.21 และร้อยละ 1.32 ตามลำดับ โดยสินค้าส่งออกหลักไปยังเยอรมนีเป็นเครื่องประดับเงิน ส่วนสินค้าส่งออกหลักไปเบลเยียมเป็นเพชรเจียรไน สำหรับสินค้าส่งออกหลักไปยังสหราชอาณาจักรเป็นเครื่องประดับทอง ที่ล้วนเติบโตได้เป็นอย่างดี

ส่วนการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.34 เนื่องมาจากตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่ยังคงส่งสัญญาณสะท้อนความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น มีผลให้ไทยส่งออกสินค้าหลายรายการได้เพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน สินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับทอง เพชรเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ที่ต่างขยายตัวสูงขึ้น

สำหรับตลาดสำคัญอื่นที่เติบโตได้ดี อาทิ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.80 โดยเป็นผลมาจากการส่งออกไปยังอิสราเอล และกาตาร์ ตลาดสำคัญในอันดับ 2 และ 3 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.37 และ 1.07 เท่าตามลำดับ โดยสินค้าส่งออกหลักไปยังอิสราเอลเป็นเพชรเจียรไน ส่วนสินค้าส่งออกหลักไปยังกาตาร์เป็นเครื่องประดับทอง ซึ่งล้วนขยายตัวได้ค่อนข้างสูง ในขณะที่การส่งออกไปยังตลาดที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดอย่างสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ มีมูลค่าลดลงร้อยละ 3.39 เนื่องจากการส่งออกเพชรเจียรไน สินค้าสำคัญถัดมาได้ลดลงมากถึงร้อยละ 48.53 แม้ว่าการส่งออกเครื่องประดับทอง ซึ่งเป็นสินค้าหลักจะเติบโตได้ร้อยละ 20.16 ก็ตาม

จีนก็เป็นอีกหนึ่งตลาดที่ขยายตัวได้ดีถึงร้อยละ 31.06 เนื่องมาจากการส่งออกกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเครื่องประดับเงิน ที่ขยายตัวได้สูงถึงร้อยละ 38.96 อีกทั้งสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไนก็เติบโตได้ถึงร้อยละ 23.21

ส่วนอาเซียนยังคงเติบโตสดใสร้อยละ 14.64 อันเป็นผลมาจากการส่งออกไปยังสิงคโปร์ และเวียดนาม ตลาดที่อยู่ในอันดับ 1 และ 3 ได้เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 31.24 และร้อยละ 33.36 โดยสินค้าส่งออกหลักไปยังสิงคโปร์เป็นเครื่องประดับเทียม ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 47.76 ส่วนสินค้าส่งออกหลักไปยังเวียดนามเป็นอัญมณีสังเคราะห์ เติบโตกว่า 1.61 เท่า ในขณะที่การส่งออกไปยังมาเลเซีย ตลาดในอันดับ 2 หดตัวลงร้อยละ 26.43 เนื่องจากการส่งออกเครื่องประดับเงิน ซึ่งเป็นสินค้าหลักได้ลดน้อยลงร้อยละ 29.52

ประเทศ/ภูมิภาค	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ย 60	ม.ค.-พ.ย. 61	ม.ค.-พ.ย 60	ม.ค.-พ.ย.61	
ฮ่องกง	2,028.80	2,008.10	30.51	28.15	-1.02
สหภาพยุโรป	1,411.76	1,562.89	21.23	21.91	10.71
สหรัฐอเมริกา	1,095.62	1,263.72	16.48	17.72	15.34
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	468.67	528.66	7.05	7.41	12.80
อินเดีย	287.36	314.06	4.32	4.40	9.29
จีน	194.00	254.27	2.92	3.56	31.06
ญี่ปุ่น	210.23	215.25	3.16	3.02	2.39
อาเซียน	177.71	203.73	2.67	2.86	14.64
ประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก	227.40	191.76	3.42	2.69	-15.67
รัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช	56.63	54.66	0.85	0.77	-3.47
อื่นๆ	490.92	536.47	7.38	7.52	9.28
รวม	6,649.11	7,133.58	100.00	100.00	7.29

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
9 มกราคม 2562

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



หรือติดตามผ่านเฟซบุ๊ก facebook.com/GITInfoCenter

