

## สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-กันยายน ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิภักด์ตราศุลกากรตอนที่ 71\* ในเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 73.06 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 12,445 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 21,537.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.47 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้น หักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 10,487.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 48.75 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนกันยายน 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.87 เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2568

**ตารางที่ 1** มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	กันยายน 2568		มกราคม-กันยายน 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ก.ย./ส.ค. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-ก.ย. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	3,801.34	97.20	21,537.41	73.06
ส่งออกไม่รวมทองคำ	1,484.76	81.87	10,487.44	48.75

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

### สถานการณ์การส่งออก

**ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำที่สำเร็จรูป** เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 51.31 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 104.83 โดยราคาทองคำในเดือนกันยายนเพิ่มขึ้นจากสิงหาคมเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 3,665.2 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) เพิ่มขึ้นต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่สองและมีการทำสถิติราคาสูงสุดรอบใหม่ในระหว่างวัน ซึ่งระดับราคาสูงทะลุ 3,870 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ โดยปัจจัยที่กระทบทำให้ราคากองกลับมาร้อนแรงอีกครั้งในช่วงนี้มาจากความไม่แน่นอนในการจัดสรรงบประมาณระหว่างพรรคเดโมแครตและพรรครีพับลิกัน ซึ่งมีแนวโน้มไม่สามารถหาข้อสรุปในการจัดสรรงบประมาณร่วมกันได้ ทำให้ต้องมีการปิดที่ทำการหน่วยงานของรัฐบาลหลายแห่งทั่วประเทศชั่วคราว เป็นปัจจัยกดดันต่อความต้องการทองคำในฐานะสินทรัพย์ที่ปลอดภัยให้กลับมามีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น ขณะที่กองทุน SPDR Gold กลับมาซื้อทองคำสุทธิสูงถึง 34.05 ตัน

**เครื่องประดับแท้** เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 21.07 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.94 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ เครื่องประดับทอง ที่เติบโตได้ร้อยละ 11.10 เนื่องมาจากการส่งออกไปยังตลาดอันดับ 1 และ 3-5 อย่างฮ่องกง สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และอิตาลี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.82, ร้อยละ 66.20, ร้อยละ 54.99 และร้อยละ 8.61 ตามลำดับ ขณะที่สหรัฐอเมริกา ตลาด

อันดับ 2 ลดลงร้อยละ 3.95 ส่วนการส่งออก เครื่องประดับเงิน ขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 49.57 จากการส่งออกไปยังอินเดีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 257.49, ร้อยละ 13.39, ร้อยละ 4.58, ร้อยละ 1.62 และร้อยละ 1.78 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออก เครื่องประดับแพลทินัม ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.09 เป็นผลจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญในอันดับ 1-2 และ 4-5 อย่างญี่ปุ่น ฮองกง สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.66, ร้อยละ 62.35, ร้อยละ 198.61 และ ร้อยละ 121.67 ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกา หดตัวลงร้อยละ 52.90

**แพลทินัม** เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.44 เพิ่มขึ้นจากการส่งออก สะสมไปยังอินเดียในสามเดือนแรกที่สูงถึงสองพันล้านดอลลาร์สหรัฐ หากพิจารณาเฉพาะ เดือนกันยายนพบว่าไม่มีการส่งออกไปยังอินเดีย เนื่องจากรัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการ ควบคุมโลหะแพลทินัมตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม ทั้งนี้ การส่งออกแพลทินัมไปอินเดียนั้น เป็น ผลจากช่องว่างของค่านิยามแพลทินัมที่เปิดช่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีแพลทินัมอย่างน้อยร้อยละ 2 เป็นสินค้าแพลทินัมได้โดยเป็นการเลี่ยงการจ่ายภาษีที่สูงกว่าหากนำเข้าเป็นทองคำ รวมทั้งใช้ ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี โดยร้อยละ 99.45 เป็นการส่งออกไปยังอินเดีย

**พลอยสี** เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 8.36 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับโดยรวมของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.19 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็น พลอยเนื้อแข็งเขียวระไร (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.03 มาจากการ ส่งออกไปยังฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอิตาลี ซึ่งเป็นตลาดสำคัญในอันดับ 1 และ 3-5 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.30, ร้อยละ 27.94, ร้อยละ 27.80 และร้อยละ 6.38 ตามลำดับ ขณะที่ ตลาดอันดับที่ 2 คือ สหรัฐอเมริกา ลดลงร้อยละ 4.88 ส่วน พลอยเนื้ออ่อนเขียวระไร ปรับตัว ลงร้อยละ 13.19 เป็นผลจากการส่งออกไปยังตลาด อันดับ 1, 3 และ 5 คือ ฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลีได้ ลดลงร้อยละ 18.11, ร้อยละ 8.36 และร้อยละ 28.40 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 2 และ 4 อย่างสหรัฐอเมริกา และอินเดีย ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 6.48 และร้อย ละ 7.38 ตามลำดับ

**เพชร** เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.45 ของมูลค่าการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับไทย หดตัวลงร้อยละ 23.08 โดยมี เพชรเขียวระไร เป็นสินค้าส่งออก หลักในหมวดนี้ ซึ่งลดลงร้อยละ 23.38 เนื่องจากการส่งออกไปตลาดสำคัญในอันดับ 1-3 และ 5 อย่างฮ่องกง อินเดีย เบลเยียม และอิสราเอล ลดลงร้อยละ 13.31, ร้อยละ 52.57, ร้อยละ 48.28 และร้อยละ 14.11 ตามลำดับ ส่วนสหรัฐอเมริกาหรือเอมิเรตส์ ตลาดอันดับ 4 ยังเพิ่มขึ้นได้ ร้อยละ 56.51

## ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้า ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ก.ย. 67	ม.ค.-ก.ย. 68	ม.ค.-ก.ย. 67	ม.ค.-ก.ย. 68	ม.ค.-ก.ย. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	5,394.67	11,049.97	43.35	51.31	104.83
2. เครื่องประดับแท้	3,603.05	4,537.76	28.95	21.07	25.94
2.1 เครื่องประดับเงิน	1,354.61	2,026.09	10.88	9.41	49.57
2.2 เครื่องประดับทอง	2,076.16	2,306.65	16.68	10.71	11.10
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	89.01	106.89	0.72	0.50	20.09
2.4 อื่นๆ	83.27	98.13	0.67	0.45	17.85
3. แพลทินัม	5.43	2,463.28	0.04	11.44	45,256.32
4. พลอยสี	1,797.73	1,801.20	14.45	8.36	0.19
4.1 พลอยก้อน	108.05	80.95	0.87	0.37	-25.08
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน	1,194.64	1,290.52	9.60	5.99	8.03
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน	495.04	429.73	3.98	2.00	-13.19
5. เพชร	966.70	743.55	7.77	3.45	-23.08
5.1 เพชรก้อน	5.35	2.75	0.04	0.01	-48.54
5.2 เพชรเจียรไน	958.78	734.63	7.70	3.41	-23.38
5.3 อื่นๆ	2.57	6.17	0.02	0.03	139.75
6. เครื่องประดับเทียม	236.25	263.14	1.90	1.22	11.38
7. อื่นๆ	441.17	678.51	3.54	3.15	53.80
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	12,445.00	21,537.41	100.00	100.00	73.06

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.75 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ในอันดับ 1-8 ได้แก่ อินเดีย ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิตาลี และญี่ปุ่น ขยายตัวได้ร้อยละ 579.72, ร้อยละ 2.80, ร้อยละ 1.61, ร้อยละ 9.17, ร้อยละ 39.02, ร้อยละ 64.43, ร้อยละ 2.89 และร้อยละ 25.50 ตามลำดับ ส่วนตลาด อันดับที่ 9-10 ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์และเบลเยียม ลดลงร้อยละ 2.14, และร้อยละ 20.85 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไป **อินเดีย** ยังขยายตัวได้ต่อเนื่อง จากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง แพลทินัม\* (ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 69) เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมทั้งสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็ง และเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 257.49, ร้อยละ 15.67 และร้อยละ 3.57 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไน ลดลงร้อยละ 52.57

การส่งออกไปยัง **ฮ่องกง** ที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไน รวมทั้งสินค้ารองลงมาทั้งเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่ม

ขึ้นร้อยละ 7.30, ร้อยละ 5.82 และร้อยละ 17.11 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไนและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 13.31 และร้อยละ 17.95 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** ซึ่งเติบโตได้ เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ยังเพิ่มขึ้นได้ ร้อยละ 13.39, ร้อยละ 5.30 และร้อยละ 37.02 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับทองและพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ลดลงร้อยละ 3.95 และร้อยละ 4.88 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **เยอรมนี** ที่เพิ่มขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน (มีสัดส่วนร้อยละ 72) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม และพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.58, ร้อยละ 32.92, ร้อยละ 1.62, ร้อยละ 11.92 และร้อยละ 18.25 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 15.85

ขณะที่การส่งออกไปยัง **สหราชอาณาจักร** ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้น เนื่องจากส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 56) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.20 รวมทั้งสินค้าสำคัญอื่น ๆ อย่างเครื่องประดับเงิน เพชรเจียรไน อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับแพลทินัม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.62, ร้อยละ 9.32, ร้อยละ 1,376.19, ร้อยละ 198.61, ร้อยละ 10.99 และร้อยละ 82.01 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับเทียม ลดลงร้อยละ 18.49

มูลค่าการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกาเอมิเรตส์** ที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 63) รวมทั้งเพชรเจียรไน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.99, ร้อยละ 56.51, ร้อยละ 15.42 และร้อยละ 41.71 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **อิตาลี** ที่ขยายตัวได้นั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (มีสัดส่วนร้อยละ 63) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับเทียม เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.61, ร้อยละ 6.38 และร้อยละ 4.21 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียรไนและเครื่องประดับเงิน หดตัวลงร้อยละ 29.45 และร้อยละ 1.02 ตามลำดับ

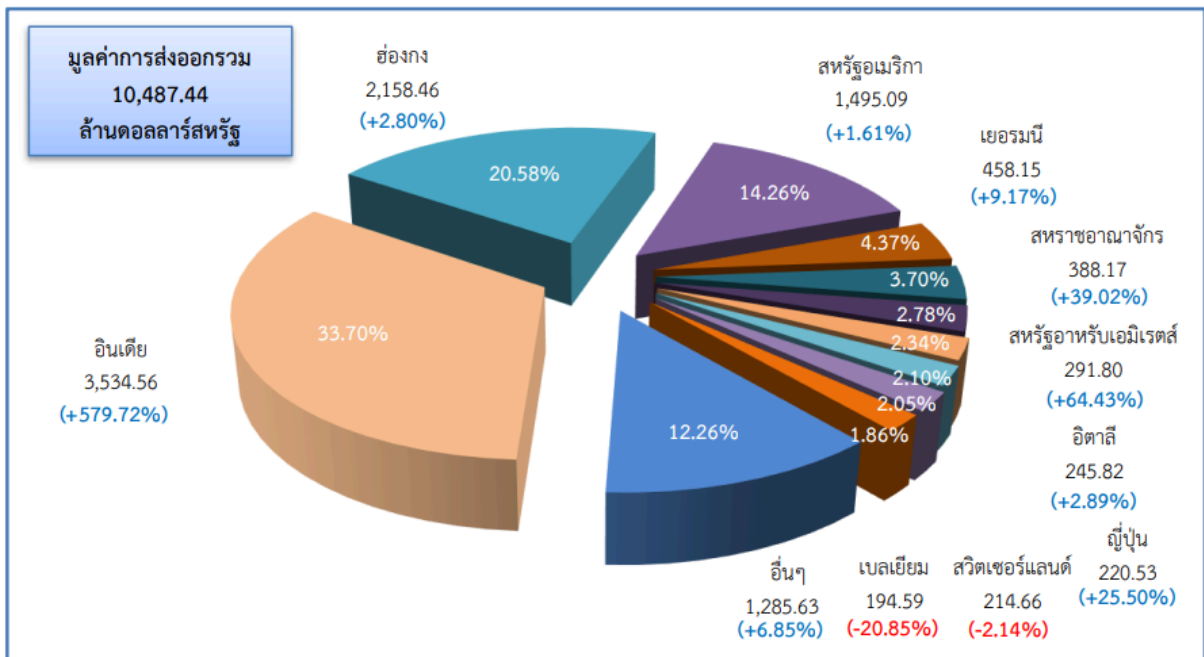
สำหรับการส่งออกไปยัง **ญี่ปุ่น** เติบโตสูงขึ้นมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการอย่างเครื่องประดับทอง เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับแพลทินัม และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.61, ร้อยละ 84.24, ร้อยละ 54.66 และร้อยละ 17.30 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไน ลดลงร้อยละ 33.52

มูลค่าการส่งออกไปยัง **สวีตเซอร์แลนด์** ซึ่งลดลงนั้น เป็นผลมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทอง พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน เครื่องประดับเทียม และเพชรเจียรไน หดตัว

ลงร้อยละ 25.40, ร้อยละ 2.83, ร้อยละ 17.51 และ ร้อยละ 38.94 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 27.94

การส่งออกไป **เบลเยียม** ปรับตัวลดลงนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียรไน (ซึ่งมีส่วนร้อยละ 29) และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 48.28 และร้อยละ 17.59 ตามลำดับ ส่วนสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับทอง ยังเติบโตได้ร้อยละ 33.85, ร้อยละ 18.86 และร้อยละ 63.82 ตามลำดับ

### แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

### บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยระหว่าง เดือนมกราคม-กันยายน ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 73.06 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.75 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุกรีขยายตัวได้ร้อยละ 53.87 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับแพลทินัม พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ยังเติบโตได้ดี

### ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ก.ค. 67	ม.ค.-ก.ค. 68	ม.ค.-ก.ค. 67	ม.ค.-ก.ค. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	12,445.00	21,537.41	100.00	100.00	73.06
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	5,394.67	11,049.97	43.35	51.31	104.83
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	7,050.33	10,487.44	56.65	48.69	48.75
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	634.84	616.21	5.10	2.86	-2.93
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	6,415.49	9,871.23	51.55	45.83	53.87

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมทางเศรษฐกิจในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 นั้น สถานการณ์เศรษฐกิจยังคงทรงตัวในหลายประเทศที่สำคัญทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มยูโรโซน ซึ่งดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (PMI) ในเดือนกันยายน 2568 ขยายตัวมากที่สุดในรอบ 16 เดือน โดยได้แรงหนุนหลักจากภาคบริการที่ปรับตัวขึ้นสูงสุดในปีนี้ ขณะที่คำสั่งซื้อใหม่โดยรวมยัง ทรงตัว ฟังสหรัฐฯ แม้ดัชนี PMI จะชะลอตัวลง แต่ยังคงอยู่ในระดับสูงนับตั้งแต่ปลายปี 2567 ส่วนอินเดียยังมีคำสั่งซื้อใหม่เข้ามาต่อเนื่อง มีความเชื่อมั่นทางธุรกิจปรับตัวดีขึ้นแตะระดับสูงสุดในรอบ 7 เดือน หนุนโดยการขยายกำลังการผลิตและมาตรการลดภาษี GST สินค้าอุปโภคบริโภคหลายรายการจากร้อยละ 28 เหลือ 18 ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรการกระตุ้นการใช้ภายในประเทศ ทั้งนี้ สถานการณ์ขัดดาวนทำให้สหรัฐฯ เผชิญความไม่แน่นอนสูงขึ้นทั้งสงครามการค้าที่ยังมีต่อเนื่องและส่งผลกระทบต่อข้าราชการ และพนักงานของรัฐหลายแสนคนถูกสั่งพักงาน ส่งผลให้โครงการและบริการสาธารณะสำคัญจำนวนมากต้องหยุดชะงัก รวมทั้งความขัดแย้งทางภูมิภาคราคาที่คุกรุ่น ล้วนเป็นปัจจัยส่งผลให้การคาดการณ์เศรษฐกิจโลกสำหรับปีนี้ยังคงมีความไม่แน่นอนสูง

สถานการณ์ส่งออกใน 9 เดือนแรกของปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับยังเติบโตได้จากการเจรจาการค้าที่สร้างความชัดเจนในอัตราภาษีนำเข้าต่างตอบแทนของสหรัฐฯ ประกอบกับการค้าของประเทศสำคัญทางเศรษฐกิจหลายแห่งยังเพิ่มขึ้นได้ ขณะที่ข้อมูลจากสมาคมค้าทองคำโลก เปิดเผยว่า ในไตรมาส 3 ที่ผ่านมา การบริโภคเครื่องประดับทองคำทั้งหมดอยู่ที่ 371.3 ตัน ลดลงจาก 460 ตัน ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2567 การลดลงนี้เกิดจากราคาทองคำที่สูงเป็นประวัติการณ์เมื่อพิจารณาในด้านมูลค่าสามารถเติบโตขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมูลค่าแตะระดับ 41,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในระยะถัดไปนั้น ความท้าทายของผู้ประกอบการไทยอยู่ที่การรักษาสมดุลระหว่างการเติบโตทางการค้าและการพัฒนาเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถรับมือกับความผันผวนของตลาดโลกได้อย่างยืดหยุ่น ขณะเดียวกันก็ต้องมองไปข้างหน้าในเชิงยุทธศาสตร์มากขึ้น ทั้งในด้านการบริหารต้นทุนและความเสี่ยง การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในห่วงโซ่

อุปทาน ตั้งแต่ผู้ผลิต ช่างฝีมือ ไปจนถึงนักออกแบบและผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลผู้บริโภคมาช่วยกำหนดทิศทางการออกแบบและสื่อสาร คุณค่าแบรนด์ให้ตรงใจตลาดโลก หากสามารถขับเคลื่อนตามแนวทางเหล่านี้ได้อย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยจะไม่เพียงยืนหยัดได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก แต่ยังคงเติบโตอย่างสง่างามในฐานะ “ผู้สร้างสรรค์คุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม” ที่สะท้อนเอกลักษณ์ไทยสู่สายตานานาชาติได้อย่างยั่งยืน

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ  
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)  
พฤศจิกายน 2568

\*พิภทอัคราสุลาการตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหริยญกษาปณั”