



สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ(องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม ปี 2561

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ในรูปเงินเหรียญสหรัฐ ตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม ปี 2561 ลดลงร้อยละ 8.21 (ร้อยละ 16.42 ในหน่วยของเงิน บาท) จากเดิมในเดือนแรกของปี 25 60 ที่มีมูลค่า 1,053.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (37,563.86 ล้านบาท) มาอยู่ที่ 967.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (31,396.68 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.81 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปพบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 487.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (15,813.99 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของ ปีก่อนหน้าร้อยละ 9.78 (ลดลงร้อยละ 0.03 ในหน่วยของเงินบาท)

สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในช่วงเดือนแรกของปีนี้คือ **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** ด้วยสัดส่วนร้อยละ 49.63 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย หากแต่มีมูลค่าลดลง ร้อยละ 21.30 เมื่อเทียบกับเดือนแรกของปี 25 60 ทั้งนี้ หากเทียบกับมูลค่าการส่งออกในเดือนธันวาคม 2560 พบว่า การส่งออกในเดือนมกราคม 2561 สูงขึ้นถึงเกือบร้อยละ 44 โดยเป็นผลจากการส่งออกเพื่อทำกำไรจากส่วนต่างของราคา ในจังหวัดที่ราคาทองคำปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับ ราคาเฉลี่ย 1,331.67 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ (<http://www.kitco.com>) โดยได้รับแรงหนุนจากการอ่อนค่าของเงินเหรียญสหรัฐเมื่อเทียบกับสกุลเงินหลักอื่นๆ จากกระแสคาดการณ์ว่า ธนาคารกลางสหรัฐ (เฟด) จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยอย่างค่อยเป็นค่อยไปในปีนี้ และธนาคารยุโรป (อีซีบี) ส่งสัญญาณปรับลดวงเงินโครงการซื้อพันธบัตรตามมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) รวมถึงการปรับฐานลงของสินทรัพย์เสี่ยงอย่างตลาดหุ้นนิวยอร์ก ทำให้นักลงทุนหันไปลงทุนในทองคำเพิ่มขึ้น

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกสำคัญในอันดับที่ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 24.88 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวม ด้วยอัตราการขยายตัว ร้อยละ 16.52 โดยการส่งออก **เครื่องประดับทอง** เติบโตร้อยละ 17.17 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และอิตาลี ตลาดหลักใน 2 อันดับแรกที่ครองส่วนแบ่งรวมกันเกือบร้อยละ 60 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.60 และร้อยละ 34.60 ตามลำดับ **เครื่องประดับเงิน** เติบโตร้อยละ 18.27 เนื่องจากการส่งออกไปยังเยอรมนี สหรัฐอเมริกา และจีน ตลาดหลักใน 3 อันดับแรกได้สูงขึ้นร้อยละ 20.62 , ร้อยละ 8.99 และ 4.68 เท่า ตามลำดับ รวมถึงรัสเซีย ตลาดในอันดับ 4 ที่กลับมาเติบโตเป็นบวกอีกครั้งด้วยมูลค่าเพิ่มขึ้นกว่า 1.75 เท่า **เครื่องประดับพลาทินัม** หดตัวลงร้อยละ 8.29 อันเป็นผลจากการส่งออกไปยังญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตลาดในอันดับ 1 , 3 และ 4 ได้ลดลงร้อยละ 14.92 , ร้อยละ 13.46 และร้อยละ 46.01 ตามลำดับ ในขณะที่ตลาดอันดับ 2 อย่างสิงคโปร์ ไทยสามารถส่งออกเครื่องประดับพลาทินัมไปได้มากขึ้นจากเดิมที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนเลยในช่วงเดือนแรกของปี 2560

เพชร เป็นสินค้าส่งออกรายการสำคัญในอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.21 ขยายตัวได้ ร้อยละ 2.10 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยมีเพชรเจียรไน เป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ซึ่งมีมูลค่าเติบโตร้อยละ 3.10 จากการส่งออกไปยังหลายตลาดสำคัญได้มากขึ้นโดยเฉพาะตลาดหลักใน 4 อันดับแรกอย่างฮ่องกง เบลเยียม อินเดีย และอิสราเอล ที่ต่างเติบโตได้ร้อยละ 3.65 , ร้อยละ 9.26, ร้อยละ 44.29 และร้อยละ 13.92 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 4 ด้วย สัดส่วนร้อยละ 9.21 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย และมีมูลค่าลดลง ร้อยละ 2.24 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้เป็น **พลอยเนื้อแข็งเจียรไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต)** หดตัวลงร้อยละ 3.18 เนื่องจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งครองส่วนแบ่งสูงสุดถึงร้อยละ 65 รวมถึงตลาดรองลงมาอย่างฮ่องกง ต่างปรับตัวลดลง

ร้อยละ 0.52 และร้อยละ 9.18 ตามลำดับ ส่วนการส่งออก **พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน** เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.14จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ และอิตาลี ตลาดในอันดับ 2 และ 4 ได้สูงกว่า 36.40 เท่าและร้อยละ 51.13 ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา และฮ่องกง ตลาดในอันดับ 1 และ 3 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 10.09 และร้อยละ 13.66 ตามลำดับ

เครื่องประดับเทียม เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 ในสัดส่วนร้อยละ 3.05ด้วยอัตราการเติบโตร้อยละ 18.10โดยเป็นผลจากการส่งออกไปยังยังลักเซมเบิร์ก และสิงคโปร์ ตลาดหลักใน 2 อันดับแรกได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.32 และ 1.02 เท่า ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 3 อย่างสหรัฐอเมริกาปรับตัวลดลงร้อยละ 15.29

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเดือนมกราคม ปี 2560 และ 2561

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.60	ม.ค.61	ม.ค. 60	ม.ค. 61	
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	610.00	480.04	57.89	49.63	-21.30
2. เครื่องประดับแท้	206.51	240.62	19.60	24.88	16.52
2.1 เครื่องประดับเงิน	118.29	139.90	11.23	14.46	18.27
2.2 เครื่องประดับทอง	77.28	90.55	7.33	9.36	17.17
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	4.48	4.11	0.43	0.42	-8.29
2.4 อื่นๆ	6.46	6.06	0.61	0.64	-6.02
3. เพชร	106.20	108.43	10.08	11.21	2.10
3.1 เพชรก้อน	6.35	5.72	0.60	0.59	-10.00
3.2 เพชรเจียระไน	99.59	102.68	9.45	10.62	3.10
3.3 อื่นๆ	0.26	0.03	0.03	0.00	-87.78
4. พลอยสี	91.14	89.09	8.65	9.21	-2.24
4.1 พลอยก้อน	3.35	2.92	0.32	0.30	-12.58
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียระไน	60.74	58.81	5.76	6.08	-3.18
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน	27.05	27.36	2.57	2.83	1.14
5. เครื่องประดับเทียม	24.99	29.52	2.37	3.05	18.10
6. เศษและของที่ใช้ไม่ได้ทำหรือหุ้มติดด้วยโลหะมีค่า	4.23	8.17	0.40	0.85	93.14
7. อื่นๆ	10.69	11.34	1.01	1.17	5.95
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	1,053.76	967.21	100.00	100.00	-8.21

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (รวมทองคำ) ที่มีมูลค่าสูงสุดในเดือนแรกของปีนี้ ได้แก่ **สวิตเซอร์แลนด์** ในสัดส่วนร้อยละ 40.33และมีมูลค่าสูงกว่าเดือนมกราคมปีก่อนหน้า 5.83เท่า เนื่องจากการส่งออกทองคำ สินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 98ได้เพิ่มขึ้นกว่า 6.54 เท่า

สหรัฐอเมริกา เป็น ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในอันดับ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 14.28

และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 3.09จากการส่งออกสินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 52 เป็นเครื่องประดับแท้ทั้งเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับทอง ที่ต่างขยายตัวได้ร้อยละ 8.99 และร้อยละ 15.60 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกสินค้านำรองลงมาทั้งพลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไนลดลงร้อยละ 0.52 และร้อยละ 10.09 ตามลำดับ

ฮ่องกง เป็นตลาดส่งออกในอันดับที่ 3คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.27ปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 51.20 อันเป็นผลจาก

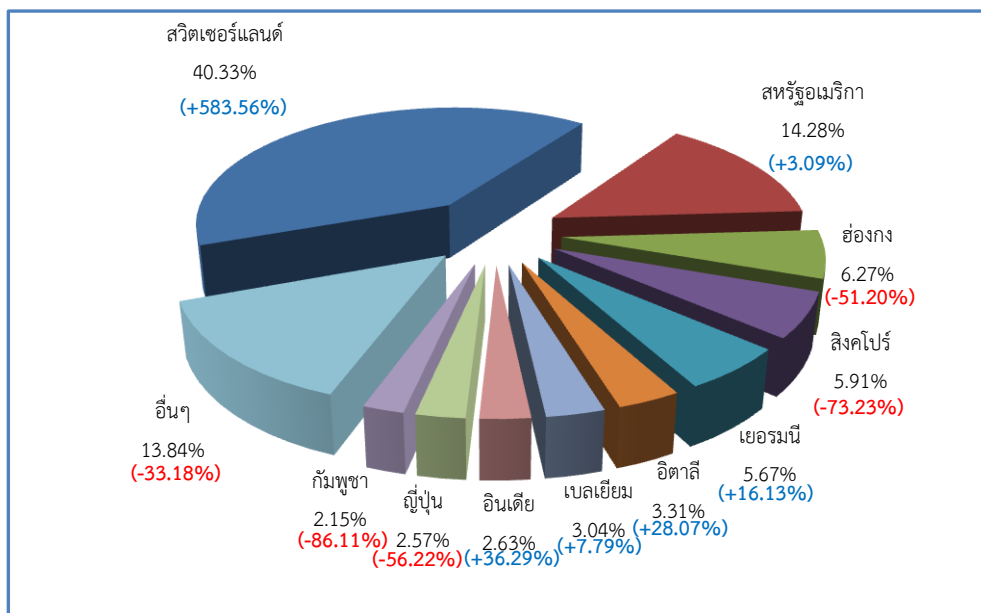
การส่งออกทองคำ ซึ่งเคยเป็นสินค้าหลักในปีที่ผ่านมาได้ลดลงมากเกือบ 1 เท่าตัว อีกทั้งสินค้าสำคัญอย่างพลอยสีทั้งพลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน และเครื่องประดับเงิน ก็ต่างมีมูลค่าหดตัวลงร้อยละ 9.18 , ร้อยละ 13.66 และ ร้อยละ 10.70 ตามลำดับ

สิงคโปร์ นับเป็นตลาดส่งออกในอันดับ 4 ด้วย สัดส่วนร้อยละ 5.91 และมีมูลค่าลดลงร้อยละ 73.23 โดยเป็นผลจากการส่งออกทองคำ ซึ่งเป็นสินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 83 ได้ลดลงมากถึงร้อยละ 77.19 ในขณะที่เครื่องประดับ-

เทียม สินค้าสำคัญรายการถัดมายังสามารถเติบโตได้กว่า 1.02 เท่า

ส่วนตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่สำคัญในอันดับ 5 คือ **เยอรมนี** ในสัดส่วนร้อยละ 5.67 ด้วยอัตราการขยายตัวร้อยละ 16.13 เนื่องจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินได้สูงขึ้นร้อยละ 20.62 ส่วนการส่งออกสินค้านำเข้าอย่างเครื่องประดับทองคำลดลงร้อยละ 7.07

แผนภาพตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเดือนมกราคม ปี 2561



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ทั้งนี้หากพิจารณามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ในรูปเงินเหรียญสหรัฐ (ไม่รวมทองคำ) ไปยังตลาด/ภูมิภาคต่างๆ ดังตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ในช่วงเดือนแรก ของปี 25 61เติบโตได้ร้อยละ 9.78เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดส่วนใหญ่ได้เพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นตลาดหลักอย่างสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ฮ่องกงและประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ญี่ปุ่น จีน อาเซียน รวมถึงรัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช ที่ต่างมีอัตราการขยายตัวได้ร้อยละ 12.60 , ร้อยละ 3.09 , ร้อยละ 2.74 , ร้อยละ 34.27 , ร้อยละ 0.15 , ร้อยละ 20.68 , ร้อยละ 9.83 , ร้อยละ 10.52 และ 1.71 เท่า ตามลำดับ

โดยการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนั้นส่วนหนึ่งมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า อัน

เนื่องมาจากเศรษฐกิจของประเทศสำคัญอย่างสหรัฐอเมริกา ในไตรมาส 4 ขยายตัวสูงสุดในรอบ 10 ไตรมาส ส่วนเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปในปี 2560 ขยายตัวสูงสุดในรอบ 10 ปี สำหรับญี่ปุ่น เศรษฐกิจเติบโตดีจากภาคการส่งออกและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูงในเดือนธันวาคม เศรษฐกิจจีนในปี 2560 เติบโตได้สูงกว่าปีก่อนหน้าจากการบริการและการผลิตที่อาศัยเทคโนโลยีระดับสูงซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ส่งผลให้ผู้บริโภคในประเทศดังกล่าวมีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยเพิ่มขึ้น ผู้ซื้อจึงนำเงินเข้าสินค้าเข้าไปจำหน่ายมากขึ้น

การส่งออกไปยังอินเดียที่ขยายตัวได้ดีนั้นเนื่องจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียระไนได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 44.29โดยส่วนหนึ่งเป็นการนำเข้าเพื่อผลิต

เครื่องประดับจำหน่ายในประเทศในเทศกาลแต่งงานที่มักจัดขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายนของปีก่อนหน้าจนถึงเดือนพฤษภาคมของปีถัดไป และอีกส่วนหนึ่งเป็นการส่งออกต่อต่างประเทศตามอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับรายงานของ The Gem & Jewellery Export Promotion Council ที่กล่าวว่าในเดือนมกราคม 2561 อินเดียส่งออกเพชรเจียรไนได้สูงขึ้นร้อยละ 13.68 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

มูลค่าการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่เติบโตเล็กน้อยนั้นเป็นผลจากการส่งออกเครื่องประดับทองซึ่งเป็นสินค้าหลักไปยังสหรัฐอเมริกาและอิตาลี ตลาดที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดกว่าครึ่งหนึ่งในภูมิภาคนี้ได้ลดลงร้อยละ 1.40 ส่วนหนึ่งมาจากราคาทองคำที่ปรับตัวสูงขึ้น และรัฐบาลเริ่ม

เก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) เครื่องประดับทองร้อยละ 5 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคต้องการบริโภคเครื่องประดับทองลดลงส่วนสินค้าที่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดนี้ เป็นพลอยเนื้ออ่อนเจียรไนที่เติบโตได้กว่า 34.60 เท่า สะท้อนถึงความนิยมการบริโภคพลอยเนื้ออ่อนเจียรไนที่เพิ่มขึ้น ฉะนั้น ไทยจึงควรเร่งรุกตลาดนี้

ส่วนการส่งออกไปยังอาเซียนที่เพิ่มขึ้นนั้นอันเนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเทียมไปยังสิงคโปร์ ตลาดที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดราวร้อยละ 64 ได้เพิ่มขึ้น ส่วนมูลค่าการส่งออกไปยังรัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราชเติบโตได้นั้น จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินไปยังตลาดหลักใน 3 อันดับแรกทั้งรัสเซีย ยูเครน และคาซัคสถานได้สูงขึ้นมาก

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

ประเทศ/ภูมิภาค	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	2558	2559	2560	ม.ค. 2561	2558	2559	2560	ม.ค. 2561	59/58	60/59	ม.ค. 61/60
สหภาพยุโรป	1,619.65	1,489.01	1,521.13	145.83	22.54	21.37	21.37	29.93	-8.07	2.16	12.60
สหรัฐอเมริกา	1,310.11	1,256.38	1,173.24	138.15	18.23	18.03	16.48	28.36	-4.10	-6.62	3.09
ฮ่องกง	2,056.48	2,070.59	2,113.29	60.21	28.62	29.72	29.69	12.36	0.69	2.06	2.74
อินเดีย	240.13	271.38	336.32	25.03	3.34	3.89	4.73	5.14	13.01	23.93	34.27
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	562.63	595.27	505.84	23.31	7.83	8.54	7.11	4.79	5.80	-15.02	0.15
ญี่ปุ่น	272.34	206.20	226.48	18.15	3.79	2.96	3.18	3.43	-24.29	9.83	20.68
จีน	149.44	153.38	218.19	15.14	2.08	2.20	3.07	3.18	2.64	42.26	9.83
อาเซียน	177.86	172.25	198.84	13.53	2.47	2.47	2.79	2.78	-3.15	15.44	10.52
ประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก	177.63	202.50	244.37	11.32	2.47	2.91	3.43	2.32	14.00	20.68	-22.84
รัสเซีย และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช	55.49	60.07	61.09	8.35	0.77	0.86	0.86	1.71	8.25	1.69	171.73
อื่นๆ	564.35	491.08	518.79	28.15	7.86	7.05	7.29	6.00	-12.98	5.65	15.10
รวม	7,186.11	6,968.11	7,117.58	487.17	100.00	100.00	100.00	100.00	-3.03	2.15	9.78

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยใน รูปของเงินเหรียญสหรัฐ ช่วง เดือน แรก ของ ปีนี้ มีมูลค่าลดลง ร้อยละ 8.21 (ร้อยละ 16.42 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงิน บาท) แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ จะพบว่า เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.78 (ลดลง ร้อยละ 0.03 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและ

เครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศพบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิ มีมูลค่าเติบโต ร้อยละ 8.95 (หดตัวลงร้อยละ 0.80 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงิน บาท) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในเดือนมกราคม ปี 2560 และ 2561

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.60	ม.ค. 61	ม.ค.60	ม.ค.61	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด	1,053.76	967.21	100.00	100.00	-8.21
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	610.00	480.04	57.89	49.63	-21.30
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	443.76	487.17	42.11	50.37	9.78
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	19.58	25.03	1.86	2.59	27.83
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	424.18	462.14	40.25	47.78	8.95

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงของไทยในรูปเงินเหรียญสหรัฐ (ไม่รวมทองคำ) ในปีนี้มีแนวโน้มขยายตัวดีตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดย World Bank ได้ปรับเพิ่มการคาดการณ์เศรษฐกิจโลกปี 2561 จากเดิมที่คาดว่าจะเติบโตได้ร้อยละ 3.0 เป็นร้อยละ 3.1 ส่วน IMF ปรับเพิ่มคาดการณ์การขยายตัวเศรษฐกิจโลก จากเดิมร้อยละ 3.7 เป็นร้อยละ 3.9 ซึ่งน่าจะช่วยให้กำลังซื้อบางส่วนกลับมา และส่งผลต่อความต้องการสินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังต้องจับตาปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้เศรษฐกิจโลกสะดุดตัวลงได้ อาทิ ประเด็นความเสียด้านการคลังสหรัฐฯ ที่อาจทำให้รัฐบาลเผชิญกับภาวะ Shutdown ชั่วคราวอีกครั้ง และความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศสหรัฐฯ ส่วนสหภาพยุโรป อาจได้รับแรงกดดันทางการเมืองหลังอิตาลีประกาศยุบสภา ซึ่งมีโอกาสที่พรรคอนุหารแยกตัวออกจากการอยู่จะได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง เป็นต้น รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังคงแข็งค่าต่อเนื่องก็ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่อาจบั่นทอนการส่งออกของไทยในปีนี้ได้

นอกจากนี้ ไทย อาจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยคู่แข่งของไทยโดยเฉพาะอินเดียและจีนต่างก็เร่งปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบสินค้าที่ทันสมัยจับกลุ่มตลาดกลางและตลาดบนมากขึ้น ฉะนั้น ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทย จึงต้องเร่งเสริมสร้างรายได้เปรี๊ยะการผลิตไม่ว่าจะเป็น การเร่งพัฒนาเทคนิคผลิต ออกแบบและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญและมีทักษะการผลิตเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ควรดำเนินการตลาดเชิงรุกในตลาดใหม่ที่มีแนวโน้มเติบโตดี อย่างเช่น รัสเซีย ยูเครน และ คาซัคสถาน เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้นำเข้าสินค้าเครื่องประดับเงินจากไทยสูงขึ้นมาอีกทั้งควรเน้นการทำตลาดเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น เครื่องประดับผู้ชาย ซึ่งผู้ชายยุคปัจจุบันหันมาดูแลภาพลักษณ์และสวมใส่เครื่องประดับมากขึ้น หรือ เครื่องประดับสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งเจ้าของรักเสมือนเป็นสมาชิกของครอบครัว จึงทุ่มเทซื้อสินค้าทุกอย่างให้สัตว์เลี้ยงแสนรักไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าและเครื่องประดับ เป็นต้น รวมถึงการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยการซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward

Contract) และที่สำคัญคือการมีรูปแบบการทำธุรกิจ
แบบเดิมๆ ก็จะช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันและ

ผลตอบแทนให้กับผู้ประกอบการในระยะยาว

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

28 กุมภาพันธ์ 2561

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