

สถานการณ์นำเข้าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยเดือนมกราคม- ธันวาคม 2567

สถานการณ์นำเข้า

การนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม 2567 มีมูลค่า 21,492.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 58.43 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยไทยนำเข้าสินค้าหลักอย่างทองคำฯ ในสัดส่วนร้อยละ 71.52 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 94.12 สินค้ารองลงมาอย่างเครื่องประดับแท้ เท็บโตได้ร้อยละ 10.65 โดยร้อยละ 69 เป็นการนำเข้าเครื่องประดับทองที่มีมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 2.27 และเครื่องประดับเงิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.54 สำหรับสินค้าอันดับ 4 คือ พลอยสี มีสินค้าหลัก คือ พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรระไน ขยายตัวได้ร้อยละ 10.64 และร้อยละ 5.46 ตามลำดับ เช่นเดียวกับโลหะเงิน สินค้าอันดับที่ 5 เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.32 ส่วนสินค้าที่ไทยนำเข้า ลดลง ได้แก่ เพชร ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพชรเจียรระไน ซึ่งลดลงร้อยละ 13.11

ทั้งนี้ สินค้านำเข้าส่วนใหญ่ราวร้อยละ 89 ประกอบด้วยทองคำฯ เพชร พลอยสี โลหะเงิน และอัญมณีสังเคราะห์ อยู่ในหมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งวัตถุดิบ ซึ่งมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นเกือบทุกรายการ ยกเว้นเพชร

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2567

| รายการ | มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) | | สัดส่วน (ร้อยละ) | | เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) |
|--|---------------------------|--------------|------------------|--------------|----------------------|
| | ม.ค.-ธ.ค. 66 | ม.ค.-ธ.ค. 67 | ม.ค.-ธ.ค. 66 | ม.ค.-ธ.ค. 67 | |
| 1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป | 7,918.89 | 15,372.28 | 58.37 | 71.52 | 94.12 |
| 2. เครื่องประดับแท้ | 1,549.27 | 1,714.26 | 11.42 | 7.98 | 10.65 |
| 2.1 เครื่องประดับเงิน | 216.80 | 348.04 | 1.60 | 1.62 | 60.54 |
| 2.2 เครื่องประดับทอง | 1,155.21 | 1,181.39 | 8.52 | 5.50 | 2.27 |
| 2.3 เครื่องประดับแพลทินัม | 126.28 | 114.92 | 0.93 | 0.53 | -9.00 |
| 2.4 อื่นๆ | 50.98 | 69.91 | 0.37 | 0.33 | 37.14 |
| 3. เพชร | 1,770.30 | 1,526.17 | 13.05 | 7.10 | -13.79 |
| 3.1 เพชรก้อน | 51.03 | 32.51 | 0.38 | 0.15 | -36.29 |
| 3.2 เพชรเจียรไน | 1,715.58 | 1,490.73 | 12.65 | 6.94 | -13.11 |
| 3.3 อื่นๆ | 3.69 | 2.93 | 0.02 | 0.01 | -20.67 |
| 4. พลอยสี | 1,190.32 | 1,252.71 | 8.77 | 5.83 | 5.24 |
| 4.1 พลอยก้อน | 145.03 | 113.05 | 1.07 | 0.53 | -22.05 |
| 4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน | 720.87 | 797.54 | 5.31 | 3.71 | 10.64 |
| 4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน | 324.42 | 342.12 | 2.39 | 1.59 | 5.46 |
| 5. โลหะเงิน | 539.19 | 686.50 | 3.97 | 3.19 | 27.32 |
| 6. อัญมณีสังเคราะห์ | 205.67 | 239.69 | 1.52 | 1.12 | 16.54 |
| 7. อื่นๆ | 392.49 | 701.25 | 2.90 | 3.26 | 78.66 |
| รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6) | 13,566.13 | 21,492.86 | 100.00 | 100.00 | 58.43 |

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2567 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.49 เมื่อเทียบกับปี 2566 ที่มีมูลค่า 14,636.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 18,367.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.11 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปพบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 9,609.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 10.99 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนธันวาคม 2567 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.62 เมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2567

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2566 และปี 2567

| รายการ | ธันวาคม 2567 | | มกราคม-ธันวาคม 2567 | |
|-------------------|------------------------------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| | มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) | เปลี่ยนแปลง (%) ธ.ค./พ.ย. 67 | มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) | เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-ธ.ค. 67/66 |
| ส่งออกรวมทองคำ | 1,442.62 | -4.64 | 18,367.12 | 25.49 |
| ส่งออกไม่รวมทองคำ | 997.21 | 20.62 | 9,609.10 | 10.99 |

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในรอบปี 2567 คือ **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47.68 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม โดยรวมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.48 ขณะที่ราคากงค้ำโดยเฉลี่ยของตลาดโลกในเดือนธันวาคมปรับลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ระดับ 2,644.1 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) โดยราคากงค้ำปรับตัวลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่สองติดต่อกัน เนื่องจากได้รับแรงกดดันจากการแข็งค่าของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐและการเพิ่มขึ้นของอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลสหรัฐ 10 ปี ปรับตัวสูงขึ้นใกล้ระดับสูงสุดในรอบเกือบ 8 เดือน รวมทั้งในช่วงปลายปีทองคำมักเคลื่อนไหว ไม่มากนักจากการชะลอการซื้อขายเพื่อเตรียมตัวเฉลิมฉลองในเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ ขณะที่กองทุนทองคำ SPDR เทขายทองคำสุทธิในเดือนธันวาคม 6.03 ตัน

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 26.40 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.11 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ เครื่องประดับทอง สามารถขยายตัวได้ร้อยละ 3.91 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอิตาลี ซึ่งเป็นตลาดอันดับที่ 1-2 และ 4 ได้สูงขึ้นร้อยละ 11.91, ร้อยละ 9.94 และร้อยละ 6.59 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 3 และ 5 อย่างสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ลดลงร้อยละ 11.48 และร้อยละ 2.23 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับเงิน ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.22 เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดทั้ง 5 อันดับแรก อย่างสหรัฐอเมริกา เยอรมนี อินเดีย สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.89, ร้อยละ 11.41, ร้อยละ 76.38, ร้อยละ 0.21 และร้อยละ 2.21 ตามลำดับ การส่งออกเครื่องประดับแพลทินัม เติบโตได้ร้อยละ 24 เป็นผลจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และอินเดีย ตลาด อันดับที่ 1, 3 และ 5 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 166.98, ร้อยละ 64.42 และร้อยละ 9,600.33 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังตลาดใน อันดับ 2 และ 4 อย่างญี่ปุ่นและสิงคโปร์หดตัวลงร้อยละ 0.64 และร้อยละ 72.67 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับที่ 3 มีสัดส่วน ร้อยละ 11.40 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยรวมของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.99 โดยสินค้าส่งออกหลักใน หมวดนี้เป็น พลอยเนื้อแข็งเจียรไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.64 จากการส่งออกไปยังฮ่องกงและสหรัฐอเมริกา ตลาดใน 2 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.16 และร้อยละ 5.69 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 3-5 อย่าง สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอิตาลี ปรับตัวลงร้อยละ 15.65, ร้อยละ 0.06 และร้อยละ 9.02 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน หดตัวลงร้อยละ 5.35 อันเนื่องมาจากการส่งออกไปยังสวิตเซอร์แลนด์และฝรั่งเศส ตลาดสำคัญในอันดับ 3 และ 4 ได้ ลดลงร้อยละ 20.12 และร้อยละ 34.18 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 1-2 และ 5 อย่าง ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา และอินเดีย ยังขยายตัวได้ร้อยละ 0.35, ร้อยละ 6.08 และร้อยละ 9.28 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกในอันดับ 4 ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 6.58 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าลดลงร้อยละ 7.35 โดยเพชรเจียรไนเป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ปรับตัวลงร้อยละ 7.53 เนื่องมาจากการส่งออกไปยังฮ่องกง เบลเยียม อิสราเอล และสหรัฐอเมริกา ตลาดสำคัญอันดับที่ 1, 3-5 ได้ลดลงร้อยละ 7.96, ร้อยละ 20.28, ร้อยละ 5.35 และร้อยละ 26.30 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังตลาดอันดับ 2 อย่างอินเดีย ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 11.50

แพลทินัม เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.86 เติบโตได้สูงถึงร้อยละ 4,497.57 จากการส่งออกไปยังอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดในอันดับ 1 เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยส่งออกในปีก่อนหน้า รวมทั้งญี่ปุ่นและอินโดนีเซีย ตลาดอันดับ 2-3 ได้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.71 และร้อยละ 30.51 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 4-5 อย่างเยอรมนีและเวียดนาม หดตัวลงร้อยละ 82.88 และร้อยละ 47.86 ตามลำดับ ทั้งนี้ ตั้งแต่ปลายเดือนกรกฎาคมปีที่ผ่านมา อินเดียปรับลดภาษีนำเข้าแพลทินัมลงจากร้อยละ 15.4 เหลือร้อยละ 6.4 เพื่อกระตุ้นการบริโภคในประเทศ ทำให้มีการนำเข้าแพลทินัมเพิ่มขึ้น โดยมากกว่าร้อยละ 80 เป็นการนำเข้าจากสหรัฐอเมริกาหรือเอมิเรตส์ซึ่งมีความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ CEPA ระหว่างกัน

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2566 และปี 2567

| รายการ | มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) | | สัดส่วน (ร้อยละ) | | เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) |
|--|---------------------------|--------------|------------------|--------------|----------------------|
| | ม.ค.-ธ.ค. 66 | ม.ค.-ธ.ค. 67 | ม.ค.-ธ.ค. 66 | ม.ค.-ธ.ค. 67 | ม.ค.-ธ.ค. 67/66 |
| 1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป | 5,978.83 | 8,758.02 | 40.85 | 47.68 | 46.48 |
| 2. เครื่องประดับแท้ | 4,484.83 | 4,848.38 | 30.64 | 26.40 | 8.11 |
| 2.1 เครื่องประดับเงิน | 1,621.57 | 1,916.99 | 11.08 | 10.44 | 18.22 |
| 2.2 เครื่องประดับทอง | 2,585.16 | 2,686.30 | 17.66 | 14.63 | 3.91 |
| 2.3 เครื่องประดับแพลทินัม | 100.29 | 124.36 | 0.69 | 0.68 | 24.00 |
| 2.4 อื่นๆ | 177.81 | 120.73 | 1.21 | 0.65 | -32.10 |
| 3. พลอยสี | 2,013.15 | 2,093.52 | 13.75 | 11.40 | 3.99 |
| 3.1 พลอยก้อน | 91.18 | 130.09 | 0.62 | 0.71 | 42.66 |
| 3.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน | 1,313.04 | 1,387.05 | 8.97 | 7.55 | 5.64 |
| 3.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน | 608.93 | 576.38 | 4.16 | 3.14 | -5.35 |
| 4. เพชร | 1,305.30 | 1,209.36 | 8.92 | 6.58 | -7.35 |
| 4.1 เพชรก้อน | 7.60 | 6.93 | 0.05 | 0.04 | -8.79 |
| 4.2 เพชรเจียรไน | 1,297.52 | 1,199.76 | 8.86 | 6.53 | -7.53 |
| 4.3 อื่นๆ | 0.18 | 2.67 | 0.01 | 0.01 | 1,419.15 |
| 5. แพลทินัม | 11.44 | 526.03 | 0.08 | 2.86 | 4,497.57 |
| 6. เครื่องประดับเทียม | 304.62 | 318.05 | 2.08 | 1.73 | 4.41 |
| 7. อื่นๆ | 538.67 | 613.76 | 3.68 | 3.35 | 13.94 |
| รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7) | 14,636.84 | 18,367.12 | 100.00 | 100.00 | 25.49 |

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในรอบปี 2567 นั้น มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.99 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยไทยสามารถส่งออกไปยังฮ่องกง สหรัฐอเมริกา อินเดีย เยอรมนี เบลเยียม อิตาลี และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดสำคัญอันดับ 1-4, 6-7 และ 10 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.69, ร้อยละ 14.51, ร้อยละ 118.04, ร้อยละ 9.63, ร้อยละ 16.25, ร้อยละ 2.34 และร้อยละ 5.40 ตามลำดับ ส่วนสหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสวิตเซอร์แลนด์ ตลาดอันดับที่ 5 และ 8-9 ลดลงร้อยละ 5.37, ร้อยละ 0.30 และร้อยละ 7.77 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไปยัง **ฮ่องกง** ที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรไน รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทอง และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้สูงขึ้นร้อยละ 13.16, ร้อยละ 9.94 และร้อยละ 0.35 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไนและเครื่องประดับเทียม ลดลงร้อยละ 7.96 และร้อยละ 0.66 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไป **สหรัฐอเมริกา** ซึ่งขยายตัวได้มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง เครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน ที่มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 68 ได้สูงขึ้นร้อยละ 11.91 และร้อยละ 18.89 รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไร ก็เติบโตได้ร้อยละ 5.69 และร้อยละ 6.08 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกเพชรเจียรไร ลดลงร้อยละ 26.30

ขณะที่การส่งออกไปยัง **อินเดีย** เติบโตสูงขึ้น จากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง แพลทินัม ซึ่งมีสัดส่วนราวร้อยละ 41 เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกในปีก่อนหน้า (เนื่องจากตั้งแต่กรกฎาคมปีที่ผ่านมา อินเดียปรับลดภาษีนำเข้าแพลทินัมลงจากร้อยละ 15.4 เหลือร้อยละ 6.4) รวมทั้งสินค้าสำคัญรองมาอย่างเครื่องประดับเงิน เพชรเจียรไร พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไร ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 76.38, ร้อยละ 11.50, ร้อยละ 9.95 และร้อยละ 9.28 ตามลำดับ ส่วนอัญมณีสังเคราะห์ ลดลงร้อยละ 57.59

สำหรับการส่งออกไป **เยอรมนี** ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลจากการส่งออก เครื่องประดับเงิน (ซึ่งเป็นสินค้าหลักในสัดส่วนร้อยละ 74) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่าง เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.41 และร้อยละ 36.72 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไร ลดลง ร้อยละ 5.60, ร้อยละ 8.52 และร้อยละ 33.44 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกไปยัง **เบลเยียม** ซึ่งเพิ่มขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้ารองหลาย รายการอย่างเครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไร และ เครื่องประดับทอง เพิ่มขึ้นร้อยละ 100.80, ร้อยละ 159.68, ร้อยละ 8.16 และ ร้อยละ 42.96 ตามลำดับ มีเพียงเพชรเจียรไรสินค้าหลักที่ลดลงร้อยละ 20.28

การส่งออกไป **อิตาลี** มีมูลค่าเพิ่มขึ้นนั้น มาจากการส่งออกเครื่องประดับทอง (ซึ่งเป็น สินค้าหลักในสัดส่วนร้อยละ 59) รวมทั้งสินค้าสำคัญเพชรเจียรไรและเครื่องประดับ เงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.70 และร้อยละ 17.01 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้อแข็งและ เนื้ออ่อนเจียรไร ลดลงร้อยละ 9.02 และร้อยละ 25.25 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **ญี่ปุ่น** ที่ขยายตัวได้ เนื่องจากการส่งออกเครื่องประดับทอง เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าและเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.69, ร้อยละ 31.76 และร้อยละ 7.19 ตามลำดับ ขณะที่เครื่องประดับแพลทินัมลดลงร้อยละ 0.64

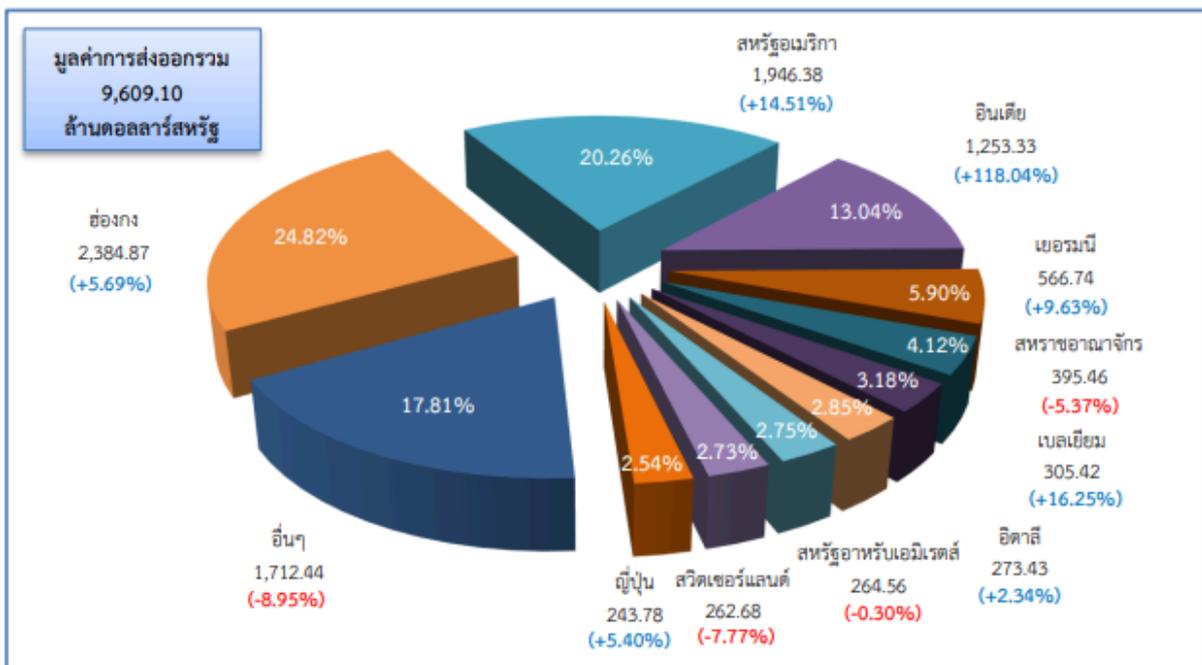
การส่งออกไป **สหราชอาณาจักร** ซึ่งลดลงนั้น มาจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่าง เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไร ได้ลดลง ร้อยละ 11.48, ร้อยละ 3.38, ร้อยละ 39.53 และร้อยละ 25.38 ตามลำดับ ส่วน

เครื่องประดับเงินและเพชรเจียรไน ยังขยายตัวได้ร้อยละ 0.21 และร้อยละ 153.34 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไป **สหรัฐอเมริกา** หดตัวลงจากการส่งออกเครื่องประดับทองและเพชรเจียรไน ลดลงร้อยละ 2.23 และร้อยละ 34.90 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 10.41 และร้อยละ 34.83 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออกไปยัง **สวีตเซอร์แลนด์** ซึ่งปรับตัวลดลง เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็ง และเนื้ออ่อนเจียรไน และเพชรเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 15.65, ร้อยละ 20.12 และร้อยละ 11.50 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับทอง เพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 16.81

แผนภาพที่ 1 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2567



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยใน เดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2567 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.49 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ พบว่า มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.99 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำและมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.25 มีรายละเอียดดัง

ตารางที่ 4 โดยสินค้าของไทยที่เติบโตได้ดี คือ เครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2566 และปี 2567

| รายการ | มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ) | | สัดส่วน (ร้อยละ) | | เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) |
|--------------------------------------|---------------------------|--------------|------------------|--------------|----------------------|
| | ม.ค.-ธ.ค. 66 | ม.ค.-ธ.ค. 67 | ม.ค.-ธ.ค. 66 | ม.ค.-ธ.ค. 67 | |
| มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ | 14,636.84 | 18,367.12 | 100.00 | 100.00 | 25.49 |
| หัก มูลค่าส่งออกทองคำ | 5,978.83 | 8,758.02 | 40.85 | 47.68 | 46.48 |
| คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ | 8,658.01 | 9,609.10 | 59.15 | 52.32 | 10.99 |
| หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ | 712.89 | 770.36 | 4.87 | 4.20 | 8.06 |
| คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ | 7,945.12 | 8,838.74 | 54.28 | 48.12 | 11.25 |

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกในปี 2567 นั้น มีการฟื้นตัวมากขึ้น แต่การเติบโตทั่วโลกฟื้นตัวยังไม่กระจายไปในทุกภูมิภาค จากการใช้นโยบายเพื่อลดระดับอัตราเงินเฟ้ออย่างต่อเนื่องของธนาคารกลางทั่วโลก โดยเฟดที่ปรับลดดอกเบี้ยเชิงนโยบายตลอดปี 2567 จำนวน 3 ครั้ง มาอยู่ที่ระดับร้อยละ 4.25-4.50 ซึ่งเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ยังเป็นกำลังสำคัญตลอดปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะการเติบโตของภาคบริการที่เข้มแข็ง ร่วมกับความเชื่อมั่นผู้บริโภคทะยานสูงขึ้นต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี ขณะที่ในยูโรโซนเศรษฐกิจยังเปราะบางมีการฟื้นตัวต่ำ และความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองของสหภาพยุโรปเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่จีนซึ่งได้รับผลกระทบจากภาคอสังหาริมทรัพย์และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่อ่อนแอการบริโภคยังไม่ฟื้นตัว มีเพียงอินเดียซึ่งสามารถได้เติบโตได้ดี โดยคาดการณ์ว่า ปีงบประมาณ 2567/2568 จะเติบโตประมาณร้อยละ 6.5 ใกล้เคียงกับเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากนี้ ปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่สำคัญทั้งรัสเซีย-ยูเครน และอิสราเอล-ฮามาส รวมถึงนโยบายของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ในการเก็บภาษีนำเข้าประเทศที่เกินดุลการค้าสหรัฐฯ ในลำดับต้น ๆ และมาตรการตอบโต้ด้านต่าง ๆ ที่สหรัฐฯ มองว่าไม่เป็นธรรม ซึ่งอาจนำไปสู่สงครามการค้าในระยะอันใกล้หลายปัจจัยนี้จะมีผลต่อเนื่องและอาจเป็นกำแพงกีดกันการค้าโลกในปี 2568

ในช่วงที่ผ่านมา นั้น อุตสาหกรรมค้าปลีกได้ก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัล โดยพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแนวทางจากการขับเคลื่อนด้วยเทรนด์สำหรับคนจำนวนมากไปเป็นประสบการณ์ ส่วนบุคคลที่ขับเคลื่อนด้วยความมีเอกลักษณ์สำหรับแต่ละบุคคล หรือเปลี่ยนจากแบบกลุ่มขนาดใหญ่เป็นแบบกลุ่มย่อย โดยปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ทั้งการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การตลาด และการทำธุรกิจในด้านต่าง ๆ ซึ่งรายงานจาก Deloitte เห็นว่า ในปี 2568 นี้ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลอาจเป็นปีแห่งการพัฒนาที่สำคัญของธุรกิจที่นำเทคโนโลยีนี้มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ธุรกิจยังคงต้องยึดเป้าหมาย 3 ประการ คือ การดึงดูดผู้บริโภค

เชิงคุณค่า การปลดล็อกการเชื่อมโยงช่องทางแบบ Omnichannel และการสร้าง
ประสิทธิภาพความเชี่ยวชาญ สำหรับตลาดแบบเฉพาะบุคคลมากขึ้น

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
มกราคม 2568

*พิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย "ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะ
มีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็น
ของเทียม เหริยัญญาปณ"