

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-เมษายน ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิภดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม-เมษายน ปี 2568 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 110.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 4,915.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 10,362.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 2 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.67 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้น หักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 5,801.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 91.76 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนเมษายน 2568 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 32.18 เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2568

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม-เมษายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	เมษายน 2568		มกราคม-เมษายน 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) เม.ย./มี.ค. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-เม.ย. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	1,726.67	-30.99	10,362.53	110.82
ส่งออกไม่รวมทองคำ	714.90	-32.18	5,801.30	91.76

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 44.02 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ขยายตัวร้อยละ 141.33 โดยราคาทองคำในเดือนเมษายนเพิ่มสูงขึ้นจากเดือนมีนาคมเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 3,207.48 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) เพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นเดือนที่สี่ โดยราคาทองคำสามารถขึ้นไปแตะสถิติสูงสุดที่ 3,500 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ในการซื้อขายของวันที่ 22 เมษายน โดยราคาทองปรับตัวสูงขึ้น ตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน จากการประกาศมาตรการภาษีตอบโต้ประเทศคู่ค้าที่เกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ มากที่สุด (Dirty 15) และกำหนดภาษีนำเข้าขั้นต่ำร้อยละ 10 สำหรับสินค้านำเข้าจากทุกประเทศ แม้ว่าในวันที่ 9 เมษายน ประธานาธิบดีทรัมป์ได้ระงับการเก็บภาษีเป็นเวลา 90 วัน แต่ยังคงบังคับใช้ภาษีนำเข้าพื้นฐานร้อยละ 10 สร้างความกังวลต่อการทำสงครามการค้าของสหรัฐฯ ทำให้เกิดการซื้อทองคำเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับกองทุน SPDR Gold ที่มีการซื้อทองคำสุทธิ 15.19 ตัน

พลกัทัม เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 2 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.46 เพิ่มขึ้นจากการส่งออกสะสมไปยังอินเดียในสามเดือนแรกที่มีสูงถึงสองพันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเดือนเมษายน ลดลงเหลือเพียง 39.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการที่รัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการควบคุมเข้มตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม ทั้งนี้ การส่งออกพลกัทัมไปอินเดียนั้น เป็นผลจากช่องว่างของค่านิยามพลกัทัมที่เปิดช่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีพลกัทัมอย่างน้อยร้อยละ 2 เป็นสินค้าพลกัทัม

ได้โดยเป็นการเลี้ยงการจ่ายภาษีที่สูงกว่าหากนำเข้าเป็นทองคำ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อตกลง การค้าเสรีโดยร้อยละ 99.81 เป็นการส่งออกไปยังอินเดีย

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 16.73 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 13.61 โดย สินค้าส่งออกหลัก คือ เครื่องประดับทอง เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 เนื่องจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร อิตาลี และสหรัฐอเมริกาเอมิเรตส์ ตลาด 5 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.47, ร้อยละ 9.33, ร้อยละ 43.93, ร้อยละ 8.58 และร้อยละ 3.09 ตามลำดับ ส่วนการส่งออก เครื่องประดับเงิน ขยายตัวร้อยละ 20.19 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญในอันดับ 1-4 อย่างสหรัฐอเมริกา อินเดีย เยอรมนี และสหราชอาณาจักร ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.28, ร้อยละ 107.92, ร้อยละ 0.90 และร้อยละ 7.15 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังออสเตรเลีย ตลาดอันดับ 5 ลดลงร้อยละ 3.41 ขณะที่การส่งออก เครื่องประดับแพลทินัม เติบโตได้ร้อยละ 106.43 เป็นผลจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก อย่างญี่ปุ่น ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และไต้หวัน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 88.86, ร้อยละ 85.04, ร้อยละ 49.95, ร้อยละ 314 และร้อยละ 16,751.95 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 8.27 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.09 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็น พลอยเนื้อแข็งเขียวระไ้ (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ซึ่งมีมูลค่าสูงขึ้นร้อยละ 25.26 อันเนื่องมาจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ และฝรั่งเศส ตลาดสำคัญ อันดับที่ 1-3 และ 5 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.53, ร้อยละ 42.70, ร้อยละ 46.47 และร้อยละ 8.98 ตามลำดับ ขณะที่ตลาดอันดับที่ 4 อย่างอิตาลีลดลงร้อยละ 0.28 ส่วน พลอยเนื้ออ่อนเขียวระไ้ ปรับสูงขึ้นร้อยละ 10.89 มาจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์และอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดอันดับที่ 2-4 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 82.97, ร้อยละ 0.83 และร้อยละ 13.43 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 1 และ 5 อย่างฮ่องกงและอิตาลี หดตัวลงร้อยละ 2.91 และร้อยละ 26.81 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.15 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าลดลงร้อยละ 33 โดยมี เพชรเขียวระไ้ เป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ซึ่งหดตัวลงร้อยละ 32.75 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก ทั้งฮ่องกง อินเดีย เบลเยียม สหรัฐอเมริกา และอิสราเอล ล้วนลดลงร้อยละ 21.98, ร้อยละ 71.29, ร้อยละ 56.96, ร้อยละ 5.16 และร้อยละ 17.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้า ระหว่างเดือนมกราคม-เมษายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-เม.ย. 67	ม.ค.-เม.ย. 68	ม.ค.-เม.ย. 67	ม.ค.-เม.ย. 68	ม.ค.-เม.ย. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	1,890.03	4,561.22	38.45	44.02	141.33
2. แพลทินัม	1.80	2,431.30	0.04	23.46	135,096.38
3. เครื่องประดับแท้	1,526.30	1,734.10	31.05	16.73	13.61
3.1 เครื่องประดับเงิน	565.06	679.12	11.50	6.55	20.19
3.2 เครื่องประดับทอง	900.28	973.72	18.32	9.40	8.16
3.3 เครื่องประดับแพลทินัม	21.68	44.76	0.44	0.43	106.43
3.4 อื่นๆ	39.28	36.50	0.79	0.35	-7.09
4. พลอยสี	738.01	856.79	15.01	8.27	16.09
4.1 พลอยก้อน	52.67	27.85	1.07	0.27	-47.14
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน	479.98	601.21	9.76	5.80	25.26
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน	205.36	227.73	4.18	2.20	10.89
5. เพชร	487.55	326.67	9.92	3.15	-33.00
5.1 เพชรก้อน	2.65	1.67	0.05	0.02	-37.02
5.2 เพชรเจียรไน	482.97	324.78	9.83	3.13	-32.75
5.3 อื่นๆ	1.93	0.22	0.04	0.00	-88.78
6. เครื่องประดับเทียม	103.10	103.12	2.10	1.00	0.02
7. อื่นๆ	168.58	349.33	3.43	3.37	107.22
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	4,915.37	10,362.53	100.00	100.00	110.82

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-เมษายน ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 91.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ในอันดับ 1-8 อย่างอินเดีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร อิตาลีญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาเอมิเรตส์ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,041.85, ร้อยละ 12.03, ร้อยละ 24.83, ร้อยละ 8.11, ร้อยละ 29.37, ร้อยละ 1.72, ร้อยละ 44.37, ร้อยละ 14.24 และร้อยละ 14.24 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับที่ 9-10 อย่างเบลเยียมและสวิตเซอร์แลนด์ ลดลงร้อยละ 24.09 และร้อยละ 2.81 ตามลำดับ

การส่งออกไป **อินเดีย** ยังเติบโตได้จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างแพลทินัม (ที่มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 90) เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนในเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมทั้งสินค้านำเข้าอย่างเครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ล้วนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 107.92, ร้อยละ 7.76 และร้อยละ 13.43 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไน ลดลงร้อยละ 71.29

มูลค่าการส่งออกไปยัง **ฮ่องกง** ที่ขยายตัวได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอย เนื้อแข็งเจียรไน รวมทั้งสินค้าสำคัญรองมาทั้งเครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.53, ร้อยละ 13.47 และร้อยละ 8 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไนและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 21.98 และร้อยละ 2.91 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไป **สหรัฐอเมริกา** มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการ อย่างเครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน และอัญมณีสังเคราะห์ ได้สูงขึ้นร้อยละ 9.33, ร้อยละ 14.28, ร้อยละ 42.70, ร้อยละ 82.97 และร้อยละ 1,349.24 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **เยอรมนี** ซึ่งเพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน (ซึ่งมีส่วนร้อยละ 72) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าและเครื่องประดับเทียม ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.90, ร้อยละ 64.73 และร้อยละ 27.36 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกเครื่องประดับทองและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 3.13 และร้อยละ 42.80 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออกไป **สหราชอาณาจักร** ที่ปรับตัวสูงขึ้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 53) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.93 รวมทั้งสินค้าสำคัญอื่น ๆ อย่างเครื่องประดับเงิน เพชรเจียรไน เครื่องประดับแพลทินัม และพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.15, ร้อยละ 11.36, ร้อยละ 314 และร้อยละ 29.27 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **อิตาลี** ที่เติบโตได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ซึ่งมีส่วนสูงถึงร้อยละ 63) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.58 ส่วนพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับเทียม ล้วนหดตัวลงร้อยละ 0.28, ร้อยละ 26.81, ร้อยละ 4.29 และร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

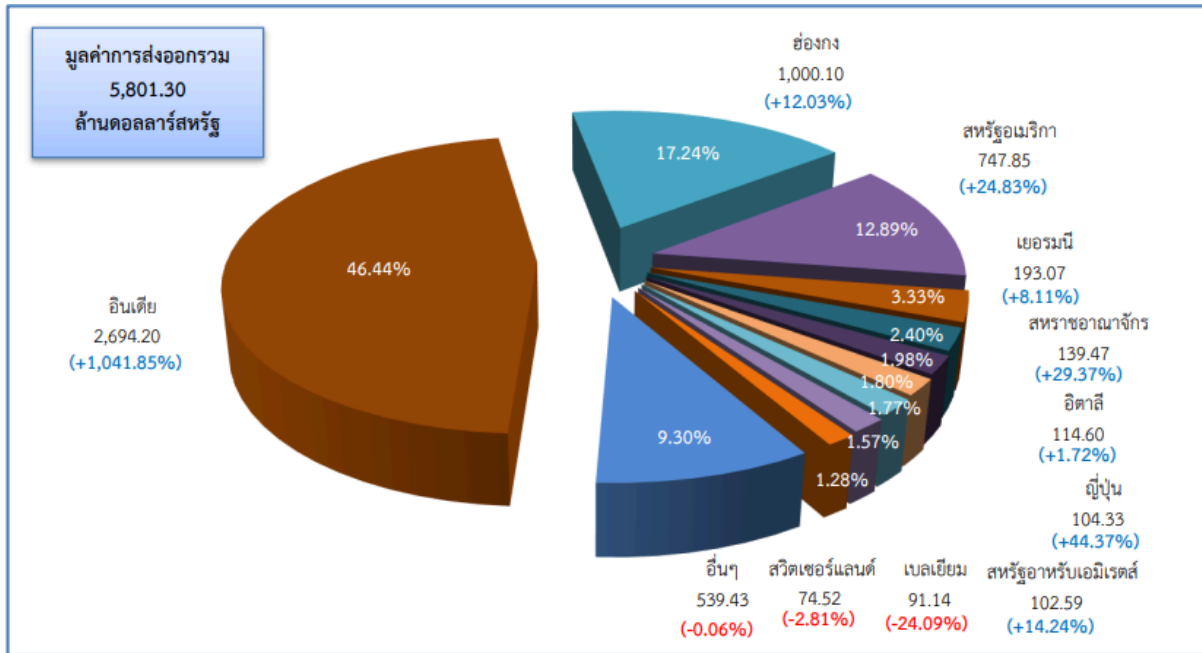
มูลค่าการส่งออกไป **ญี่ปุ่น** ซึ่งขยายตัวได้นั้น เนื่องจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง รวมทั้งสินค้าสำคัญรองมาอย่างเครื่องประดับแพลทินัมเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.25, ร้อยละ 88.86, ร้อยละ 66.13 และร้อยละ 4.51 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 1.44 และร้อยละ 37.29 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกาเม็กซิโก** ที่มูลค่าเพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง รวมทั้งเพชรเจียรไนได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.09 และร้อยละ 0.02 ตามลำดับ ขณะที่พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 11.89 และร้อยละ 35 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไป **เบลเยียม** หดตัวลงจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียรไน (มีส่วนร้อยละ 28) ได้ลดลงร้อยละ 56.96 ส่วนสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน และเครื่องประดับเทียม ยังเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.83, ร้อยละ 13.51 และร้อยละ 35.32 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออกไป **สวิตเซอร์แลนด์** ปรับตัวลดลง อันเนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ซึ่งมีส่วนร้อยละ 39) และสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับเทียม ลดลงร้อยละ 22.71 และร้อยละ 15.03 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน ยังขยายตัวได้ร้อยละ 46.47 และร้อยละ 0.83 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-เมษายน ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยระหว่าง เดือนมกราคม-เมษายน ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 110.82 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 91.76 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิขยายตัวได้ร้อยละ 101.99 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับแพลทินัม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน ล้วนเติบโตได้ดี

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-เมษายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-เม.ย. 67	ม.ค.-เม.ย. 68	ม.ค.-เม.ย. 67	ม.ค.-เม.ย. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	4,915.37	10,362.53	100.00	100.00	110.82
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	1,890.04	4,561.23	38.45	44.02	141.33
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	3,025.33	5,801.30	61.55	55.98	91.76
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	277.11	250.21	5.64	2.41	-9.71
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	2,748.22	5,551.09	55.91	53.57	101.99

ที่มา : กรมศุลกากรประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมในช่วง 4 เดือนแรกของ ปี 2568 นั้น พบว่า ตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจในไตรมาสแรกของหลายประเทศสำคัญอย่างเช่น สหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร อินเดีย และญี่ปุ่น ยังเติบโตได้ร้อยละ 0.4, ร้อยละ 0.7, ร้อยละ 7.4 และร้อยละ 0.5 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ส่วนสหรัฐฯ ปรับตัวลงร้อยละ 0.1 ท่ามกลางแรงกดดันจากมาตรการภาษีศุลกากรตอบโต้ (Reciprocal Tariff) ของสหรัฐฯ แม้ว่าประธานาธิบดีทรัมป์ ประกาศเลื่อนการปรับขึ้นภาษีตอบโต้รายประเทศออกไป 90 วัน (เริ่มมีผลวันที่ 8 กรกฎาคม 2568) แต่ยังคงเก็บภาษีขึ้นต่ำทุกประเทศร้อยละ 10 กว่าในช่วงดังกล่าวนี้ ยังคงมีการตอบโต้ระหว่างสหรัฐฯ กับคู่ค้าสำคัญอย่างจีนและสหภาพยุโรป ในการจะขึ้นภาษีสินค้าหลายรายการ ขณะที่ปัจจัยเสี่ยงอย่างเสถียรภาพการคลังของสหรัฐฯ รวมทั้งญี่ปุ่น ที่เพิ่มสูงขึ้น สะท้อนจากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรระยะยาวของทั้งสองประเทศปรับตัวสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ รวมทั้งปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่คุกรุ่นในหลายภูมิภาคทั่วโลก ยังเป็นผลกระทบสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

สถานการณ์ส่งออกในสี่เดือนแรกของปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสามารถขยายตัวได้ในหลายตลาดสำคัญ ส่วนหนึ่งมาจากการเพิ่มคำสั่งซื้อของลูกค้าในช่วงก่อนมาตรการภาษีใหม่จะเริ่มมีผลบังคับใช้ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องเร่งผลิตในช่วงเร่งรัดดังกล่าว ทั้งนี้ มีแนวทางการปรับตัวที่น่าสนใจของธนาคารโลก 3 ประการ ซึ่งนำมาประยุกต์กับภาคธุรกิจได้ คือ 1. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สามารถกระตุ้นผลิตภาพ (Productivity) ให้สูงขึ้น 2. ปฏิรูปการบริการเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และ 3. การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ รวมทั้งระหว่างองค์กรเพื่อเสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจ อาจกล่าวโดยย่อได้ว่าผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทยควรขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และบริการที่ตอบโจทย์ตลาดโลก พร้อมทั้งยกระดับทักษะแรงงานให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในช่วงเวลาแห่งความวุ่นวายนี้

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
มิถุนายน 2568

*พิภักด์อัตราบุคลากรตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไหมธรรมชาติหรือไหม絹เลี้ยง รัตนชาติหรือกิ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหรียญกษาปณ์”