

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2566



การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2566 ลดลงร้อยละ 15.24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่มีมูลค่า 7,589.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 6,432.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.53 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 3,461.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 5.24 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่าเดือนพฤษภาคม 2566 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 76.16 เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2566

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565 และปี 2566

รายการ	พฤษภาคม 2566		มกราคม-พฤษภาคม 2566	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) พ.ค. 66/เม.ย. 66	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-พ.ค. 66/65
ส่งออกรวมทองคำ	1,041.55	-17.70	6,432.49	-15.24
ส่งออกไม่รวมทองคำ	794.16	76.16	3,461.38	5.24

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดใน 5 เดือนแรกของปีนี้ คือ **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 46.19 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 30.91 เช่นเดียวกับราคาทองคำโดยเฉลี่ยในตลาดโลกที่ปรับตัวลงมาจากเดือนเมษายน มาอยู่ที่ระดับ 1,988.66 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (<https://www.kitco.com>) ซึ่งเป็นผลจากตัวเลขทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ หลายรายการที่ประกาศออกมาในช่วงนี้ยังสะท้อนถึงการขยายตัว อย่างเช่นยอดค้าปลีก การผลิตภาคอุตสาหกรรม และการใช้จ่ายของผู้บริโภค ต่างเพิ่มขึ้น ค่าเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐจึงแข็งค่าขึ้น ทำให้อุปสงค์ทองคำในตลาดโลกลดลงจากเดือนก่อนหน้า โดยมีปัจจัยสำคัญที่ต้องติดตามเพราะส่งผลเชิงบวกต่อราคาทอง อย่างการประชุมของคณะกรรมการกำหนดนโยบายการเงิน (FOMC) ที่มีแนวโน้มจะปรับขึ้นดอกเบี้ยอีก 2 ครั้ง เพื่อลดระดับอัตราเงินเฟ้อ รวมทั้งความเสี่ยงของธนาคารในสหรัฐฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคการเงิน เนื่องจาก Moody's ปรับลดอันดับเครดิตธนาคารสหรัฐฯ 11 แห่ง ทำให้แนวโน้มราคาทองคำอาจยังปรับตัวเพิ่มขึ้นในระยะถัดไป

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับ 2 ในสัดส่วนร้อยละ 26.92 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 10.23 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ **เครื่องประดับทอง** ซึ่งเติบโตสูงขึ้นร้อยละ 33.95 จากการส่งออกไปยังตลาดอันดับที่ 2-5 อย่างฮ่องกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิตาลี และสิงคโปร์ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 141.72, ร้อยละ 35.26, ร้อยละ 65.88 และร้อยละ 602.26 ตามลำดับ มีเพียงสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดอันดับที่ 1 ที่ลดลงร้อยละ 2.61 ส่วน

เครื่องประดับเงิน หดตัวลงร้อยละ 18.65 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร อินเดีย และออสเตรเลีย ตลาดทั้ง 5 อันดับแรก ได้ลดลงร้อยละ 18.66, ร้อยละ 16.39, ร้อยละ 41.42, ร้อยละ 6.46 และร้อยละ 17.61 ตามลำดับ การส่งออก **เครื่องประดับพลาทินัม** มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.48 จากการส่งออกไปยังตลาดอันดับ 1 และ 4-5 อย่างสิงคโปร์ ฮ่องกง และอิตาลี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 87.67, ร้อยละ 126.45 และร้อยละ 221.29 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดในอันดับ 2 และ 3 ลดลงร้อยละ 5.36 และร้อยละ 19.81 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับที่ 3 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 13.38 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 90.85 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้เป็น **พลอยเนื้อแข็งเจียระไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต)** ขยายตัวได้ร้อยละ 80.83 เนื่องจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ อิตาลี และฝรั่งเศส ตลาดทั้ง 5 อันดับแรก ได้สูงขึ้นร้อยละ 436.03, ร้อยละ 26.08, ร้อยละ 12.63, ร้อยละ 24.76 และร้อยละ 43 ตามลำดับ ส่วน **พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน** เพิ่มขึ้นร้อยละ 140.45 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับ อย่างฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ อิตาลี และอินเดีย ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 427.76, ร้อยละ 61, ร้อยละ 164.70, ร้อยละ 148.27 และร้อยละ 88.66 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกในอันดับ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.34 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าลดลงร้อยละ 35.26 โดย **เพชรเจียระไน** เป็นสินค้า

ส่งออกหลักในหมวดนี้ ลดลงร้อยละ 35.49 จากการส่งออกไปยัง เบลเยียม อินเดีย และสหรัฐอเมริกา ตลาดสำคัญในอันดับ 2-4 ได้ลดลงร้อยละ 12.92, ร้อยละ 84.21 และร้อยละ 45.31 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังฮ่องกงและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตลาดอันดับที่ 1 และ 5 ยังเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.80 และร้อยละ 38.25 ตามลำดับ

เครื่องประดับเทียม เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.79 หดตัวลงร้อยละ 14.93 เป็นผลจากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก อย่างสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง ลิกเตนสไตน์ ฝรั่งเศส และสวิตเซอร์แลนด์ ได้ลดลงร้อยละ 15.93, ร้อยละ 3.43, ร้อยละ 34.86, ร้อยละ 15.26 และร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในรอบ 5 เดือนแรกของปี 2566 นั้น มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้านั้น ส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากปัจจัยมหภาคอย่างการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในหลายประเทศ ทำให้การบริโภคสินค้าและ

บริการเพิ่มขึ้น ดังเช่นการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่สำคัญในเขตยูโรโซน สะท้อนจากดัชนี PMI ภาคการบริการของยูโรโซนอยู่ที่ระดับ 55.5 อัตราเงินเฟ้อลดต่ำลงมากกว่าที่นักวิเคราะห์คาดการณ์ และแรงงานในภาคการผลิตต่างๆ กลับมา ทำให้มีการซื้อสินค้าแฟชั่นรวมทั้งเครื่องประดับที่สวมใส่ในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเครื่องประดับทองที่เป็นทั้งเครื่องประดับและสามารถเก็บไว้เพื่อการลงทุนเติบโตได้ดีในหลายตลาด ขณะที่ค่าเงินบาทที่เคลื่อนไหวในระดับเหมาะสมต่อการส่งออก จึงเป็นปัจจัยบวกที่ส่งผลดีทางเศรษฐกิจและการบริโภคสินค้าอื่นๆ นอกจากสินค้าอุปโภคบริโภค ทำให้การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยยังเติบโตได้ โดยไทยส่งออกไปยังตลาดสำคัญอันดับ 1 และ 7-10 อย่างฮ่องกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สิงคโปร์ อิตาลี และญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 143.29, ร้อยละ 44.58, ร้อยละ 91.36, ร้อยละ 49.16 และร้อยละ 5.40 ตามลำดับ ขณะที่สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อินเดีย สวิตเซอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร ตลาดในอันดับ 2-6 ส่งออกลดลงร้อยละ 6.70, ร้อยละ 17.06, ร้อยละ 68.79, ร้อยละ 7.67 และร้อยละ 18.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565 และปี 2566

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 66	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 66	ม.ค.-พ.ค. 66/65
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	4,300.44	2,971.11	56.66	46.19	-30.91
2. เครื่องประดับแท้	1,570.99	1,731.74	20.70	26.92	10.23
2.1 เครื่องประดับเงิน	706.48	574.69	9.31	8.93	-18.65
2.2 เครื่องประดับทอง	773.41	1,036.01	10.19	16.11	33.95
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	35.82	48.17	0.47	0.75	34.48
2.4 อื่นๆ	55.28	72.87	0.73	1.13	31.82
3. พลอยสี	450.85	860.47	5.94	13.38	90.85
3.1 พลอยก้อน	27.65	34.80	0.37	0.54	25.86
3.2 พลอยเนื้อแข็งเจียระไน	321.91	582.12	4.24	9.05	80.83
3.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน	101.29	243.55	1.33	3.79	140.45
4. เพชร	829.13	536.77	10.92	8.34	-35.26
4.1 เพชรก้อน	2.47	3.44	0.03	0.05	39.26
4.2 เพชรเจียระไน	826.60	533.24	10.89	8.29	-35.49
4.3 อื่นๆ	0.06	0.09	0.00	0.00	29.98
5. เครื่องประดับเทียม	135.07	114.90	1.78	1.79	-14.93
6. เศษหรือของที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า	85.70	68.07	1.13	1.06	-20.57
7. อื่นๆ	217.31	149.43	2.87	2.32	-31.23
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	7,589.49	6,432.49	100.00	100.00	-15.24

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคมปีนี้มีมูลค่าลดลงร้อยละ 15.24 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ พบว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.24 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำและมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.23 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าที่ยังเติบโตได้ดีของไทย คือ เครื่องประดับทอง เครื่องประดับพลาทินัม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียระไน

ในภาพรวมเศรษฐกิจโลกยังคงมีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค โดยสหรัฐฯ เศรษฐกิจจะชะลอตัวลง สะท้อนจากดัชนี PMI ภาคการผลิตเบื้องต้น (Flash PMI) ลดลงสู่ระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือน มาอยู่ที่ 46.3 เช่นเดียวกับดัชนี PMI ภาคบริการเบื้องต้นชะลอตัวลงสู่ 54.1 รวมทั้ง Moody's บริษัทจัดอันดับเครดิตความน่าเชื่อถือ ได้ปรับลดระดับความน่าเชื่อถือของธนาคารสหรัฐฯ 11 แห่ง จะทำให้สหรัฐฯ ฟุ้งตัวขาออกไป ขณะที่เศรษฐกิจในยูโรโซน ผลกระทบจากราคาพลังงานปรับตัวลดลง ทำให้อัตราเงินเฟ้อลดตามลงไปด้วย แต่ตลาดมีแนวโน้ม

ซึ่มยาวต่อเนื่อง ส่วนจีนแม้จะกลับมาเปิดประเทศแต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจยังคงชะลอตัวและฟื้นตัวช้า และญี่ปุ่นที่ดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายพิเศษเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศ มีเพียงยอดค้าปลีกที่เติบโตเพิ่มขึ้น แต่ภาคอุตสาหกรรมยังหดตัว โดยธนาคารโลกประมาณการว่า ปีนี้仍将เป็นหนึ่งในปีที่เศรษฐกิจโลกเติบโตช้า โดยคาดการณ์การเติบโตของสหรัฐฯ ในปีนี้อยู่ที่ร้อยละ 1.1 ยูโรโซน ร้อยละ 0.4 และจีนร้อยละ 5.6 ซึ่งภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มซึ่มยาวต่อเนื่องถึงปี 2567

ทั้งนี้ แม้ว่าภาพรวมการบริโภคในตลาดสำคัญทั่วโลกยังคงไม่แน่นอน แต่จากการกลับมาใช้ชีวิตตามปกติของผู้คนทั่วโลกมากขึ้น ทำให้การบริโภคเครื่องประดับที่เข้ากับแฟชั่น โดยเฉพาะที่สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันยังเติบโตได้ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเป็นสินค้ารักษ์โลก ที่ไม่เพียงเป็นกระแสที่คนทั่วโลกใส่ใจแต่จากการสำรวจของ PwC พบว่า ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 5 สำหรับสินค้าดังกล่าว รวมถึงช่องทางออนไลน์ยังเป็นช่องทางสำคัญในการค้นหาสินค้า เปรียบเทียบราคา และรีวิวต่างๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ การใช้แนวทางการตลาดคู่ขนานทั้งออนไลน์และออฟไลน์จึงต้องมีการพัฒนาต่อยอดให้สอดคล้องกัน และนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม ปี 2565 และปี 2566

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 66	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 66	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	7,589.49	6,432.49	100.00	100.00	-15.24
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	4,300.44	2,971.11	56.66	46.19	-30.91
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	3,289.05	3,461.38	43.34	53.81	5.24
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	179.98	283.00	2.37	4.40	57.24
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	3,109.07	3,178.38	40.97	49.41	2.23

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
กรกฎาคม 2566

*พิกิตอัตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหริยภาษาปน”