

## ข้อมูลสถานการณ์ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ม.ค.-ส.ค. 61)

**เป้าหมายการส่งออกปี 2561 :** มูลค่า 7,198 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+1%)

### การส่งออกเดือนสิงหาคม 2561:

การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด ในช่วงเดือนมกราคม-สิงหาคม ของปี 2561 เท่ากับ 7,894.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปรับตัวลดลงร้อยละ -6.19 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2560 สาเหตุหลักเนื่องจากการส่งออกทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูปลดลงถึงร้อยละ 22.34 อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีเทียมเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26.08 เนื่องจากมูลค่าส่งออกไปยังประเทศสิงคโปร์ ฝรั่งเศส ลิกเตนสไตน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.52, 36.88, 26.23 ตามลำดับ นอกจากนี้มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับทองคำยังเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.51 เนื่องจากมูลค่าส่งออกไปยังกาตาร์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 79.48 นอกจากนี้มูลค่าส่งออกอัญมณี (เพชรพลอย ไหมงมุก) และเครื่องประดับเงินยังขยายตัวเช่นกัน ทั้งนี้ยังมีปัจจัยเสี่ยง ได้แก่ สถานการณ์ทางการเมืองโลก ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ยังคงมีความตึงเครียด รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทผันผวน (เงินบาทแข็งค่า)

ช่วงเวลา	ราคาทองคำเฉลี่ย (เหรียญสหรัฐฯ/ออนซ์)	ปริมาณส่งออกทองคำ (กิโลกรัม)
ปี 2560 (ม.ค. - ส.ค.)	1,257.11	143,326
ปี 2561 (ส.ค.)	1,200.80	9,069
ปี 2559 (ม.ค. - ส.ค.)	1,250.74	220,079
ปี 2560 (ส.ค.)	1,319.70	24,715

ที่มา: [www.kitco.com](http://www.kitco.com), [www.moc.go.th](http://www.moc.go.th)

การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำไม่ขึ้นรูป) มีมูลค่าการส่งออกในเดือนมกราคม-สิงหาคม 2561 อยู่ที่ 4,856.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.84 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยการส่งออกไปยังตลาดสำคัญส่วนใหญ่ได้เพิ่มขึ้น ทั้งตลาดหลัก เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อินเดีย จีน ที่มีมูลค่าขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากตัวเลขเศรษฐกิจสำคัญหลายตัวส่งสัญญาณบวกโดยเฉพาะด้านการส่งออกและภาคการผลิตที่เติบโตขึ้นในแต่ละประเทศ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น

### จุดแข็ง

1. ผู้ส่งออกมีความเข้าใจตลาด และผู้ค้าในตลาดโลกรู้จักไทยมากกว่าคู่แข่ง
2. ไทยเป็นตลาดการค้าพลอยสีที่ใหญ่แห่งหนึ่งของโลก
3. ช่างไทยมีฝีมือในการเผาพลอย ทำสี และตั้งน้ำพลอยได้สวยงาม
4. ช่างฝีมือไทยมีทักษะและมีอุปสงค์ในการออกแบบ และขึ้นรูปเครื่องประดับ

### ปัญหาอุปสรรค

1. ขาดแคลนวัตถุดิบ โดยเฉพาะพลอยดิบ
2. ราคาวัตถุดิบผันผวน โดยเฉพาะทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูป และเนื้อเงิน
3. ขาดเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิตเครื่องประดับ โดยเฉพาะผู้ผลิต SMEs
4. ขาดแคลนบุคลากรด้านฝีมือแรงงานเพื่อการออกแบบและการผลิตสินค้า
5. สถานการณ์ทางการเมืองของไทยที่ยังไม่กลับสู่ภาวะปกติ อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการลงทุนและร่วมลงทุนจากต่างประเทศ
6. ผู้ประกอบการไทยยังขาดความชำนาญในการพัฒนาสินค้าที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์
7. ข้อกฎหมายด้านภาษีและการส่งเสริมการลงทุนไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

### ยุทธศาสตร์

1. พัฒนาและขยายตลาด สร้างความเชื่อถือและภาพลักษณ์สินค้าไทยในระดับสากล โดยมีเป้าหมายให้ “ไทยเป็นประตูสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเอเชียแปซิฟิก”
2. การจัดทำวัตถุดิบเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายให้ “ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าวัตถุดิบของโลก”
3. Creative manpower ผู้สากล โดยมีเป้าหมายในการ “ยกระดับมาตรฐานช่างฝีมือไทยสู่สากล”
4. การเพิ่มสภาพคล่องด้านการเงินให้แก่ SMEs โดยมีเป้าหมายในการ “เพิ่มมูลค่าการส่งออกในกลุ่ม SMEs”

### กลยุทธ์

1. พัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก
2. สำรวจและจัดหาวัตถุดิบจากต่างประเทศในปริมาณที่เพียงพอ
3. พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเครื่องประดับและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า
4. พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในการผลิตและการตลาด
5. พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ขยายตลาดใหม่ๆ โดยสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การจัดคณะผู้แทนการค้า และพัฒนาการซื้อขายสินค้าผ่าน E-commerce

โครงสร้างราคา (ร้อยละ)		
ในประเทศ	นอกประเทศ	Approximate Margin
30.00	70.00	N/A

จำนวนผู้ผลิต: 6,218 ราย				
ขนาดเล็ก (< 50 คน)	ขนาดกลาง (51 - 200 คน)	ขนาดใหญ่ (> 200 คน)	จำนวนคนงานรวมทั้งสิ้น	สมาชิกกรมฯ
6,008 ราย	147 ราย	63 ราย	165,652 คน	1,317 ราย

ประเทศ	มูลค่า: ล้าน USD		อัตราขยายตัว: ร้อยละ		สัดส่วน: ร้อยละ	
	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)
1. สวิตเซอร์แลนด์	3,521.97	1,346.09	-18.29	-48.48	27.46	17.05
2. อองกง	2,458.65	1,332.72	2.30	-7.54	19.17	16.88
3. ทัพพูชา	854.94	1,162.89	27.46	138.44	6.67	14.73
4. สหรัฐอเมริกา	1,173.51	901.29	-6.81	13.70	9.15	11.42
5. เยอรมนี	634.09	479.12	5.95	23.94	4.94	6.07
6. สิงคโปร์	661.94	398.87	-41.38	-11.55	5.16	5.05
7. อินเดีย	381.61	260.18	35.56	8.63	2.98	3.30
8. จีน	274.29	219.63	78.82	14.27	2.14	2.78
9. เบลเยียม	302.77	212.01	-5.34	1.01	2.36	2.69
10. ญี่ปุ่น	415.42	197.92	-12.49	-34.91	3.24	2.51
รวม 10 ประเทศ	10,679.19	6,510.72	-7.95	-8.53	83.25	82.47
อื่นๆ	2,147.99	1,384.00	-18.85	6.67	16.75	17.53
มูลค่ารวม	12,827.18	7,894.73	-9.97	-6.19	100.00	100.00

สินค้า	มูลค่า: ล้าน USD		อัตราขยายตัว		สัดส่วน	
	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2561 (ม.ค.-ส.ค.)
1. อัญมณี	2,800.83	1,889.66	1.22	5.04	23.94	
1.1 เพชร	1,564.81	1,103.57	-6.39	6.07	13.98	
1.2 พลอย	1,199.41	777.03	12.42	3.62	9.84	
1.3 ไหมงมุก	36.62	9.05	28.34	3.47	0.11	
2. เครื่องประดับแท้	3,664.32	2,439.80	2.75	6.23	30.90	
2.1 เครื่องประดับเงิน	1,789.82	1,155.23	14.74	3.59	14.63	
2.2 เครื่องประดับทอง	1,697.09	1,189.85	-4.11	10.51	15.07	
2.3 ทำด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ	177.42	94.72	-24.94	-9.69	1.20	
3. เครื่องประดับอัญมณีเทียม	341.71	270.57	-16.23	26.08	3.43	
4. อัญมณีสังเคราะห์	83.53	53.22	-25.31	-1.31	0.67	
5. ทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูป	5,715.68	3,037.79	-21.47	-22.34	38.48	
6. โลหะมีค่าและทองที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ	221.11	203.69	90.19	46.13	2.58	
มูลค่ารวม	12,827.18	7,894.73	-9.97	-6.19	100.00	

ประเทศ	มูลค่า: ล้าน USD		อัตราขยายตัว: ร้อยละ		สัดส่วน: ร้อยละ	
	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)	2560	2561 (ม.ค.-ส.ค.)
1. อองกง	2,113.57	1,240.37	2.06	-1.58	29.72	25.54
2. สหรัฐอเมริกา	1,173.16	901.29	-6.63	13.74	16.50	18.56
3. เยอรมนี	631.41	466.55	6.27	21.52	8.88	9.61
4. อินเดีย	336.33	237.41	23.93	14.09	4.73	4.89
5. เบลเยียม	302.77	212.01	-5.34	1.01	4.26	4.37
6. สวิตเซอร์แลนด์	241.40	197.07	15.05	3.31	3.39	4.06
7. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	270.42	162.12	-21.02	-8.56	3.80	3.34
8. จีน	218.21	155.12	42.26	13.96	3.07	3.19
9. ญี่ปุ่น	226.54	152.89	9.86	3.82	3.19	3.15
10. สหราชอาณาจักร	194.81	129.19	3.80	-0.35	2.74	2.66
รวม 10 ประเทศ	5,708.62	3,854.01	1.72	6.01	80.27	79.35
อื่นๆ	1,402.88	1,002.93	3.38	15.53	19.73	20.65
มูลค่ารวม	7,111.49	4,856.94	2.04	7.84	100.00	100.00

ฉลากสินค้าที่ส่งมอบที่เกี่ยวข้อง: N/A

แบรนด์หลักที่ส่งออก: Pranda Group (Cai, Merii, Baldessarini), Beauty Gems, Blue River Diamond