



สถานการณ์การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน ปี 2563

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2563 เติบโตร้อยละ 39.11 (ร้อยละ 37.59 ในหน่วยของเงินบาท) จากเดิมในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2562 ที่มีมูลค่า 7,244.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (228,675.68 ล้านบาท) มาอยู่ที่ 10,077.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (314,632.41 ล้านบาท) โดยยังคงเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 1 เป็นเดือนที่สาม แทนที่รถยนต์ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 2 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.81 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้นหักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป พบว่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 2,224.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (68,584.46 ล้านบาท) ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 42.17 (ร้อยละ 43.52 ในหน่วยของเงินบาท)

สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในช่วงครึ่งแรกของปีนี้คือ **ทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** ด้วยสัดส่วนร้อยละ 77.92 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม ซึ่งมีอัตราการขยายตัวกว่า 1.31 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 เนื่องจากมีแรงซื้อเพื่อทำกำไรจากส่วนต่างของราคาอย่างต่อเนื่อง โดยสืบเนื่องจากราคาทองคำทำสถิตินิวไฮอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เดือนเมษายน โดยเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน ราคาขึ้นไปแตะระดับ 1,748.30 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ ขณะที่ราคาเฉลี่ยในเดือนมิถุนายนอยู่ที่ระดับ 1,732.22 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ ซึ่งเป็นผลมาจากความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รอบสอง เนื่องจากจำนวนผู้ติดเชื้อในสหรัฐฯ กลับมาพุ่งสูงขึ้นช่วงเดือนมิถุนายน รวมทั้งสถานการณ์ในอีกหลายประเทศก็ยังไม่ดีขึ้น นอกจากนี้ ธนาคารกลางสหรัฐฯ หรือเฟด ได้คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจสหรัฐฯ จะหดตัวลงร้อยละ 6.5 ในปีนี้ และคาดว่าอัตราการว่างงานจะพุ่งขึ้นแตะระดับร้อยละ 9.3 ทำให้ดัชนีตลาดหุ้นทั้งดาวโจนส์ S&P 500 และ Nasdaq ปรับตัวลงอย่างหนักจากแรงเทขายของนักลงทุน เพื่อโยกย้ายการลงทุนไปยังสินทรัพย์ที่มีความปลอดภัยสูงกว่าและการถือเงินสดไว้สำรองยามฉุกเฉินเพิ่มมากขึ้น

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 11.20 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวม ปรับตัวลดลงร้อยละ 34.03 โดย

การส่งออก **เครื่องประดับทอง** ลดลงร้อยละ 47.19 เนื่องจากการส่งออกไปยังตลาดหลัก 5 อันดับแรกอย่างสหรัฐอเมริกา ฮังการี อิตาลี และสหราชอาณาจักร ได้ปรับตัวลดลงร้อยละ 35.87, ร้อยละ 71.96, ร้อยละ 5.80, ร้อยละ 12.33 และร้อยละ 54.36 ตามลำดับ **เครื่องประดับเงิน** หดตัวลงร้อยละ 12.63 จากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา จีน ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร ตลาดในอันดับที่ 2-5 ที่ล้วนแล้วแต่มีมูลค่าลดลงร้อยละ 6.99, ร้อยละ 34.48, ร้อยละ 3 และร้อยละ 37 ตามลำดับ มีเพียงเยอรมนี ตลาดอันดับที่ 1 ยังเติบโตได้ร้อยละ 14.25 **เครื่องประดับพลาทินัม** ลดลงร้อยละ 36.18 อันเนื่องมาจากการส่งออกไปยังญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และฮ่องกง ตลาดในอันดับ 1, 2, 4 และ 5 ได้ลดลงร้อยละ 30.54, ร้อยละ 25.36, ร้อยละ 54.09 และร้อยละ 60.21 ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกไปยังสิงคโปร์ ประเทศคู่ค้าอันดับที่ 3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.46

เพชร เป็นสินค้าส่งออกรายการสำคัญในอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.09 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 48.46 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย โดยมีเพชรเจียรไนซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ หดตัวมาถึงร้อยละ 47.87 อันเนื่องมาจากการส่งออกไปยังฮ่องกง เบลเยียม อินเดีย สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ตลาดใน 5 อันดับแรก ที่ต่างมีมูลค่าหดตัวลงร้อยละ 45.75, ร้อยละ 46.45, ร้อยละ 48.11, ร้อยละ 65.10 และร้อยละ 39.78 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกอันดับที่ 4 ในสัดส่วนร้อยละ 3.19 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย ปรับตัวลดลงร้อยละ 60.28 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้เป็น **พลอยเนื้อแข็งเจียรไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต)** ลดลงร้อยละ 63.36 จากการส่งออกไปยังตลาดหลักใน 5 อันดับแรกอย่างสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ และอินเดีย ซึ่งมีมูลค่าลดลงร้อยละ 39.28, ร้อยละ 78.64, ร้อยละ 27.64, ร้อยละ 76.29 และร้อยละ 45.01 ตามลำดับ **พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน** หดตัวลงร้อยละ 55.05 โดยเป็นผลจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ และอินเดีย ตลาดในอันดับ 1, 2, 3 และ 5 ได้ลดลงร้อยละ 19.88, ร้อยละ 77.75 ร้อยละ 46.51 และร้อยละ 77.51 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังอิตาลี ตลาดสำคัญในอันดับที่ 4 ยังเติบโตได้ร้อยละ 39.40

สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

เครื่องประดับเทียม เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 1.30 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 36.12 อันเป็นผลจากการส่งออกไปยังหลายตลาดหลักใน 5 อันดับแรกได้ลดลง ไม่ว่าจะเป็นลีกเตนส์ไต้หวัน สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา

ฝรั่งเศส และฮ่องกง ที่ล้วนปรับตัวลดลงร้อยละ 44.30, ร้อยละ 56.61, ร้อยละ 22.21, ร้อยละ 24.80 และร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2562 และ 2563

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-มิ.ย. 62	ม.ค.-มิ.ย. 63	ม.ค.-มิ.ย. 62	ม.ค.-มิ.ย. 63	
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	3,396.85	7,852.85	46.89	77.92	131.18
2. เครื่องประดับแท้	1,711.45	1,129.10	23.63	11.20	-34.03
2.1 เครื่องประดับเงิน	670.09	585.43	9.25	5.81	-12.63
2.2 เครื่องประดับทอง	937.55	495.16	12.94	4.91	-47.19
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	36.14	23.06	0.50	0.23	-36.18
2.4 อื่นๆ	67.67	25.45	0.94	0.25	-62.39
3. เพชร	800.37	412.52	11.05	4.09	-48.46
3.1 เพชรก้อน	43.83	18.10	0.61	0.18	-58.70
3.2 เพชรเจียรระไน	756.18	394.23	10.44	3.91	-47.87
3.3 อื่นๆ	0.36	0.19	0.00	0.00	-48.24
4. พลอยสี	808.99	321.31	11.17	3.19	-60.28
4.1 พลอยก้อน	72.62	33.16	1.01	0.33	-54.34
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรระไน	516.02	189.09	7.12	1.88	-63.36
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรระไน	220.35	99.06	3.04	0.98	-55.05
5. เครื่องประดับเทียม	205.82	131.48	2.84	1.30	-36.12
6. เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าและเศษโลหะมีค่า	165.03	128.34	2.28	1.27	-22.23
7. อื่นๆ	155.71	102.00	2.14	1.03	-34.49
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	7,244.22	10,077.60	100.00	100.00	39.11

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (รวมทองคำ) ที่มีมูลค่าสูงสุดในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ ได้แก่ **สวิตเซอร์แลนด์** ในสัดส่วนร้อยละ 38.42 เติบโตสูงถึงร้อยละ 85.03 จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างทองคำ ในสัดส่วนราวร้อยละ 99 ได้สูงกว่า 1.04 เท่า

สิงคโปร์ เป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในอันดับ 2 มีสัดส่วนร้อยละ 23.42 ปรับตัวสูงกว่า 1.62 เท่า จากการส่งออกทองคำ สินค้าหลักในสัดส่วนราวร้อยละ 96 รวมถึงสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่าและเศษโลหะมีค่า ได้เพิ่มขึ้นกว่า 1.87 เท่า และร้อยละ 5.44 ตามลำดับ

ฮ่องกง เป็นตลาดส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.87 หดตัวลงร้อยละ 6.95 อันเนื่องมาจากการส่งออกเพชรเจียรระไน เครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรระไน ได้ลดลงร้อยละ 45.75, ร้อยละ 71.96, ร้อยละ 78.64 และร้อยละ 77.75 ตามลำดับ ส่วนสินค้าหลักอย่างทองคำ สามารถขยายตัวได้สูงกว่า 3.16 เท่า

ออสเตรเลีย เป็นตลาดส่งออกในอันดับ 4 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 7.21 ด้วยมูลค่าเติบโตสูงกว่า 5.85 เท่า เนื่องจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างทองคำ ซึ่งมีสัดส่วนราวร้อยละ 93 ได้เพิ่มสูงขึ้นกว่า 12.58 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่การส่งออกเครื่องประดับเงิน

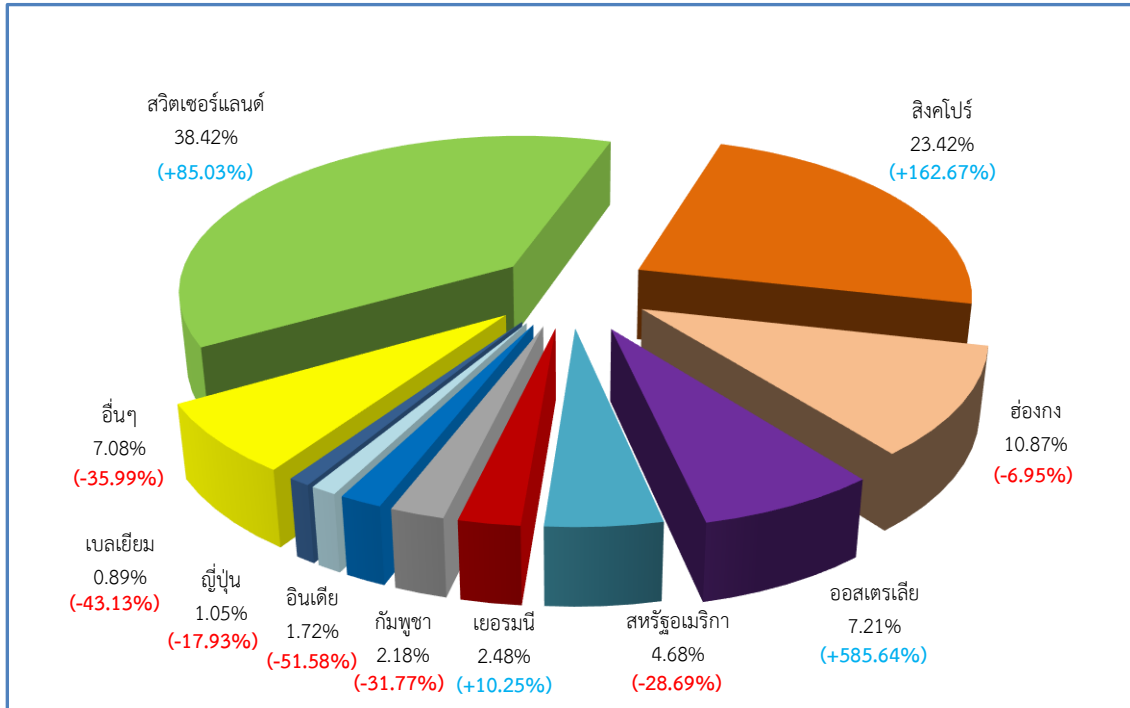
สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

และเครื่องประดับทอง สินค้าสำคัญลำดับถัดมาปรับตัวลดลงร้อยละ 3 และร้อยละ 42.55 ตามลำดับ

ส่วนตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่สำคัญในอันดับ 5 คือ สหรัฐอเมริกา ในสัดส่วนร้อยละ 4.68 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 28.69 จากการส่งออกสินค้าสำคัญ

อย่างเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน รวมทั้งเพชรเจียรระโน ต่างมีมูลค่าลดลงร้อยละ 6.99, ร้อยละ 35.87, ร้อยละ 39.28, ร้อยละ 19.88 และร้อยละ 65.10 ตามลำดับ

แผนภาพตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2563



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ (ไม่รวมทองคำ) ไปยังตลาด/ภูมิภาคต่างๆ ดังตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 หดตัวลงร้อยละ 42.17 เนื่องจากการส่งออกไปยังหลายตลาดสำคัญได้ลดลง ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง อินเดีย อาเซียน ญี่ปุ่น จีน และประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก ที่ต่างปรับตัวลดลงร้อยละ 20.89, ร้อยละ 28.70, ร้อยละ 62.82, ร้อยละ 40.02, ร้อยละ 55.05, ร้อยละ 18.41, ร้อยละ 21.53, ร้อยละ 44.42 และร้อยละ 11.89 ตามลำดับ

โดยการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปที่ลดลงนั้น เนื่องจากการส่งออกไปยังเบลเยียม อิตาลี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส ตลาดในอันดับที่ 2, 3, 4 และ 5 ได้ลดลงร้อยละ 43.13, ร้อยละ 15.16, ร้อยละ 48.74 และร้อยละ 28.42 ตามลำดับ ซึ่งสินค้าหลักส่งออกไปยังเบลเยียมเป็นเพชรเจียรระโน สินค้าส่งออกหลักไปยังอิตาลี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส เป็นเครื่องประดับทอง ต่างมีมูลค่าลดลง ในขณะที่การส่งออกไปยังเยอรมนี ซึ่งเป็นตลาดอันดับ 1

มีมูลค่าเติบโตขึ้นร้อยละ 10.28 อันเนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.25

มูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาเริ่มลดลงมาตั้งแต่ปลายไตรมาสแรกของปีนี้ เนื่องจากความกังวลการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รอบสอง จากยอดผู้ติดเชื้อพุ่งสูงขึ้นติดต่อกัน ทำให้ในภาคธุรกิจมีผู้ว่างงานสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการที่เฟดคาดการณ์ตัวเลขทางเศรษฐกิจในปีนี้จะลดต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ ส่งผลให้ดัชนีหลักทรัพ์ทั้งในและนอกสหรัฐฯ ดิ่งลงอย่างหนักเพราะมีแรงเทขายจากความกังวลของนักลงทุน ขณะที่ประชาชนลดการใช้จ่ายสินค้าไม่จำเป็นและสินค้าฟุ่มเฟือยลง ทำให้ไทยส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังตลาดนี้ลดลงหลายรายการ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน รวมถึงเพชรเจียรระโน ตามลำดับ

สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

การส่งออกไปยังฮ่องกงปรับตัวลดลงต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมทั้งการประท้วงที่ซาลงกลับมาอีกครั้งเมื่อจีนแผ่นดินใหญ่ประกาศถึงแผนการที่จะบังคับใช้กฎหมายความมั่นคงแห่งชาติกับฮ่องกง ทำให้ผู้บริโภคทั้งในและนอกฮ่องกงเกิดความไม่มั่นใจต่อสถานการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้ไทยส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการไปยังฮ่องกงได้ลดลง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหลักอย่างเพชรเจียรไนตลอดจนสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับทอง พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน รวมถึงเครื่องประดับเงิน ต่างมีมูลค่าลดลงต่อเนื่อง

มูลค่าการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่ลดลงนั้น เนื่องจากการส่งออกไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กาตาร์ และอิสราเอล ตลาดหลักทั้ง 3 อันดับแรก ปรับตัวลงร้อยละ 51.32, ร้อยละ 7.05 และร้อยละ 54.51 ตามลำดับ ปัจจัยสำคัญมาจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่คลี่คลายทำให้อุปสงค์ต่อน้ำมันซึ่งเป็นรายได้หลักของภูมิภาคนี้ลดลง แม้ว่าราคาน้ำมันจะปรับตัวเพิ่มขึ้นมาเล็กน้อยจากการบรรลุข้อตกลงการลดกำลังการผลิตน้ำมัน การซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยจึงยังไม่ฟื้นตัว โดยสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทองซึ่งส่งออกป้อนสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และกาตาร์ ปรับตัวลดลงร้อยละ 54.36 และร้อยละ 5.80 ตามลำดับ ขณะที่สินค้าหลักที่ส่งออกไปยังอิสราเอล คือเพชรเจียรไนและเพชรก้อน กัดตัวลงร้อยละ 45.73 และร้อยละ 73.67 ตามลำดับ

การส่งออกไปยังอินเดียซึ่งมีมูลค่าลดลงนับจากปลายไตรมาสแรกและยังคงไม่ฟื้นตัว แม้ว่ารัฐบาลอินเดียได้เดินทางคลายล็อกดาวน์ อนุญาตให้บริการสาธารณะหลายแห่ง เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร มัสยิด และวัด กลับมาเปิดดำเนินการได้หลังจากล็อกดาวน์มานานกว่า 10 สัปดาห์เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ตัวเลขผู้ติดเชื้อในอินเดียยังคงพุ่งสูงอย่างต่อเนื่อง โดยนครมุมไบ เมืองหลวงทางเศรษฐกิจของอินเดียพบผู้ป่วยโควิด-19 แชนหน้าเมืองอื่นที่เป็นศูนย์กลางการแพร่ระบาด นอกจากนี้จากข่าวเจ้าบ่าวอินเดียที่เสียชีวิตหลังแต่งงานและมีผู้ร่วมงานแต่งติดเชื้อจำนวนมากก็สร้างความสั่นคลอนแก่ผู้บริโภคในกลุ่มคู่แต่งงาน ทำให้มีการเลื่อนการแต่งงาน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นรายได้หลักของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ส่งผลให้สินค้าส่งออกสำคัญของไทยทั้งเพชรเจียรไน โลหะเงิน พลอยก้อน เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 48.11, ร้อยละ 57.91, ร้อยละ 57.12, ร้อยละ 14.67, ร้อยละ 45.01 และร้อยละ 77.51 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยังอาเซียนปรับตัวลดลง เช่นเดียวกับตลาดหลักอื่นๆ อันเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศยังมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น กระทบต่อธุรกิจหลายส่วนที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาได้ ซึ่งหลายประเทศเน้นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกจึงได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก รวมถึงการบริโภคในประเทศฟื้นตัวช้า การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยไปยังอาเซียนหดตัวลงร้อยละ 18.41 โดยการส่งออกไปตลาดหลักอย่างสิงคโปร์ รวมถึงตลาดในอันดับที่ 3, 4 และ 5 อย่างมาเลเซีย กัมพูชา และอินโดนีเซีย ล้วนมีมูลค่าลดลง มีเพียงการส่งออกไปยังเวียดนาม ตลาดสำคัญลำดับที่ 2 ยังเติบโตได้ร้อยละ 5.79 จากการส่งออกสินค้ากึ่งวัตถุดิบได้เพิ่มขึ้น ได้แก่ อัญมณีสังเคราะห์ เพชรเจียรไน และพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน

มูลค่าการส่งออกไปยังญี่ปุ่นที่ลดลงนั้น ปัจจัยหลักยังคงมาจากผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งยังคงพบการระบาดในเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจหลายแห่ง ทำให้เศรษฐกิจซบเซาต่อเนื่อง ทำให้ไทยส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการไปยังตลาดนี้ลดลง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับทอง เครื่องประดับแพลทินัม เครื่องประดับเงิน และเพชรเจียรไน

ส่วนการส่งออกไปยังจีนที่ยังหดตัวลงนั้น เนื่องมาจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ทำให้ภาคธุรกิจอ่อนแอต่อเนื่องจากไตรมาสแรก ภายหลังการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ หลายบริษัทเริ่มกลับมาดำเนินการได้ มีสัญญาณฟื้นตัวในหลายภาคธุรกิจ แต่จากการประกาศตัวเลขเศรษฐกิจในเดือนพฤษภาคมหลายรายการยังคงติดลบ ประชาชนจึงยังระมัดระวังในการใช้จ่าย รวมทั้งการตรวจพบผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในกรุงปักกิ่ง ทำให้จีนต้องยกระดับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด โดยมีการยกเลิกเที่ยวบินเข้าออกกรุงปักกิ่ง ตลอดจนลดบริการการเดินทางรถไฟ ทำให้ไทยส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเทียม ไปยังตลาดนี้ได้ลดลง

สำหรับมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศหมู่เกาะแปซิฟิกที่ลดลงนั้น เนื่องจากการส่งออกไปยังออสเตรเลียซึ่งมีส่วนแบ่งสูงสุดราวร้อยละ 87 มีมูลค่าลดลง 10.85 จากปัญหาเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากมาตรการล็อกดาวน์ที่เริ่มตั้งแต่กลางเดือนมีนาคม นอกจากนี้ ออสเตรเลียมีแนวโน้มจะปิดพรมแดนต่อไปถึงปี 2564 โดยเน้นการบริโภคสินค้าภายในประเทศเป็นหลัก ทำให้สินค้าส่งออกสำคัญอย่างเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเทียมปรับตัวลดลง

สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ตลาดสำคัญที่ยังเติบโตได้ คือ รัสเซียและกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช ซึ่งเติบโตสูงถึงร้อยละ 25.17 อันเป็นผลมาจากส่งออกไปยังรัสเซีย ตลาดหลักในอันดับแรกได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.36 โดยสินค้าหลักที่ส่งออกไปยังรัสเซียมากขึ้น ได้แก่ เครื่องประดับเงิน เพชรเจียรไน และเครื่องประดับทอง ซึ่งขยายตัวร้อยละ 17.66, 2.58 เท่า และร้อยละ 71.44 ตามลำดับ อาร์เมเนีย ตลาดสำคัญรองลงมาปรับตัวลดลง 8.48 จากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็ง-

เจียรไนได้ลดลง แม้ว่าพลอยเนื้ออ่อนเจียรไนและเพชรเจียรไน จะเติบโตได้ก็ตาม สำหรับการส่งออกไปยูเครนตลาดในอันดับ 3 ปรับตัวลดลงร้อยละ 63.75 เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญถัดมาอย่างอัญมณีสังเคราะห์และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้ลดลงกว่าครึ่งหนึ่ง ในขณะที่สินค้าส่งออกหลักอย่างเครื่องประดับเงินยังสามารถขยายตัวร้อยละ 34.90

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ไปยังตลาด/ภูมิภาคต่างๆ ในระหว่างปี 2560-2563

ประเทศ/ภูมิภาค	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)				สัดส่วน (ร้อยละ)				เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	2560	2561	2562	ม.ค.-มิ.ย. 2563	2560	2561	2562	ม.ค.-มิ.ย. 2563	61/60	62/61	ม.ค.-มิ.ย. 63/62
สหภาพยุโรป	1,521.07	1,684.73	1,668.18	570.32	21.39	22.15	20.61	25.64	10.76	-1.02	-20.89
สหรัฐอเมริกา	1,173.08	1,357.42	1,271.91	471.15	16.50	17.85	15.71	21.18	15.71	-6.31	-28.70
ฮ่องกง	2,113.47	2,087.66	1,990.68	373.18	29.73	27.45	24.59	16.77	-1.22	-4.60	-62.82
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	505.84	567.16	574.24	176.50	7.11	7.46	7.09	7.93	12.12	1.19	-40.02
อินเดีย	336.32	343.80	654.28	157.06	4.73	4.52	8.08	7.06	2.22	89.79	-55.05
อาเซียน	190.84	226.90	631.42	118.86	2.68	2.98	7.80	5.34	18.89	177.48	-18.41
ญี่ปุ่น	226.49	227.36	218.51	82.56	3.19	2.99	2.70	3.71	0.39	-4.11	-21.53
ประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก	244.34	208.11	166.76	60.87	3.44	2.74	2.06	2.74	-14.83	-19.89	-44.42
จีน	218.19	281.11	219.45	57.41	3.07	3.70	2.71	2.58	28.84	-23.17	-11.89
รัสเซีย และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช	61.12	56.50	21.40	10.36	0.86	0.74	0.26	0.47	-7.55	-62.25	25.17
อื่นๆ	519.03	563.89	678.82	146.49	7.30	7.42	8.39	6.58	8.64	20.09	-61.90
รวม	7,109.79	7,604.64	8,095.65	2,224.76	100.00	100.00	100.00	100.00	6.96	6.34	-42.17

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐในรอบครึ่งปีแรกของปีนี้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.11 (ร้อยละ 37.59 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ จะพบว่าลดลงร้อยละ 42.17 (ร้อยละ 43.52 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและ

เครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิปรับตัวลดลงร้อยละ 41.04 (ร้อยละ 42.41 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินบาท) ดังตารางที่ 3

สถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-มิถุนายน ปี 2562 และ 2563

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-มิ.ย. 62	ม.ค.-มิ.ย. 63	ม.ค.-มิ.ย. 62	ม.ค.-มิ.ย. 63	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด	7,244.22	10,077.60	100.00	100.00	39.11
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	3,396.85	7,852.85	46.89	77.92	131.18
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	3,847.37	2,224.756	53.11	22.08	-42.17
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	308.74	138.37	4.26	1.37	-55.18
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	3,538.63	2,086.39	48.85	20.71	-41.04

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงของไทยในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ (ไม่รวมทองคำ) ในช่วงครึ่งปีแรกที่ปรับตัวลดลงมากนั้น ปัจจัยหลักยังเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งยอดผู้ติดเชื้อทั่วโลกยังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องแตะ 10.4 ล้านรายแล้ว ซึ่งองค์การอนามัยโลกประกาศเตือนว่าสถานการณ์โควิด-19 อาจเลวร้ายลงได้อีกในอนาคตอันใกล้ พร้อมแนะนำให้รัฐบาลหลายประเทศเตรียมรับมือให้พร้อม เนื่องจากสถานการณ์หลายประเทศที่เริ่มผ่อนคลายมาตรการป้องกันกลับตรวจพบการระบาดซ้ำรอบสอง

ขณะที่สถานการณ์ปัจจุบัน การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยังไม่มีทีท่าว่าจะคลายความรุนแรงลง หลายประเทศนำมาตรการช่วยเหลือประชาชนและธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ทั้งการอัดฉีดเม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ

การลดภาษี การพักชำระหนี้ การให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ รวมทั้งการเน้นการบริโภคภายในประเทศ โดยคาดว่าจะลดผลกระทบที่เกิดขึ้นได้

อย่างไรก็ตาม สำหรับปัจจัยเสี่ยงต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในช่วงครึ่งปีหลัง ผู้ประกอบการจะยังต้องเฝ้าระวังสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีโอกาสที่จะกลับมาระบาดรอบสองและภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง อันเนื่องมาจากการหดตัวของอุปสงค์จากประเทศคู่ค้า สถานการณ์ทางการเมืองทั้งในและต่างประเทศที่ไม่นิ่ง รวมทั้งอุปสรรคจากมาตรการล็อกดาวน์ของแต่ละประเทศ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ส่งออกต้องมีการปรับตัวแบบไดนามิก เน้นการใช้กลยุทธ์ระยะสั้นที่สามารถปรับเปลี่ยนได้รวดเร็วทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงครั้งนี้

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
สิงหาคม 2563

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