

อานิสงส์ราคาทองคำ ส่งผลให้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย 8 เดือน พุ่ง เติบโตร้อยละ 45.81

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม 2562 มีมูลค่าเติบโตร้อยละ 45.81 หรือมีมูลค่า 11,452.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (357,954.58 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 ที่มีมูลค่า 7,854.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (249,621.11 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.90 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ เมื่อหักทองคำออก การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 5,240.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (164,215.84 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 7.92 ซึ่งถือได้ว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

นายวิรัชศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และมุ่งผลักดันให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่บุคคลในอุตสาหกรรมอัญมณี อันเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจการค้าของประเทศ สร้างงานและรายได้ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งคนคัดพลอย ช่างเจียระไนอัญมณี ช่างฝีมือผลิตเครื่องประดับ รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ บรรจุก้อนท์ ประกันภัย โลจิสติกส์ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับราวอันดับที่ 14 ของโลกและเป็นผู้ส่งออกลอยสีอันดับ 3 รองจากสหรัฐ และฮ่องกง โดยสินค้าที่ไทยส่งออกมาก ได้แก่ ทองคำ เครื่องประดับทองแท้ เครื่องประดับเงินแท้ และเพชร

ทั้งนี้ อัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นสินค้าสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศได้สูงเป็นอันดับ 3 ในบรรดาสินค้าส่งออกทั้งหมด เมื่อรวมกับมูลค่าการค้าภายในประเทศด้วยแล้ว ก่อให้เกิดเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจของประเทศถึงปีละเกือบ 1 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 6% ของจีดีพี อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างแรงงานกว่า 7 แสนคนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โดยการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม 2562 มีมูลค่า 7,725.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (245,502.91 ล้านบาท) ลดลงร้อยละ 32.44 (ร้อยละ 33.80 ในหน่วยของเงินบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากนำเข้าทองคำฯ สินค้าหลักในสัดส่วนกว่าครึ่งหนึ่งลดลงมากถึงร้อยละ 51.22 เนื่องจากราคาทองคำฯ ที่พุ่งสูงขึ้นต่อเนื่องจนมาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 1,498.80 เหรียญสหรัฐต่อออนซ์ในเดือนสิงหาคม อีกทั้งการนำเข้าสินค้าลำดับถัดมาอย่างเพชรทั้งเพชรก้อนและเพชรเจียระไนก็หดตัวลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การนำเข้าพลอยสีไม่ว่าจะเป็นพลอยก้อน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน ยังคงเติบโตได้

แต่ในด้านการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม 2562 มีมูลค่าเติบโตร้อยละ 45.81 (ร้อยละ 43.30 ในหน่วยของเงินบาท) หรือมีมูลค่า 11,452.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (357,954.58 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 ที่มีมูลค่า 7,854.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (249,621.11 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.90 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ เมื่อหักทองคำออก การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 5,240.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (164,215.84 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 7.92 (ร้อยละ 6.41 ในหน่วยของเงินบาท)

นอกจากนี้ตลาดส่งออกของไทยที่เติบโตในขณะนี้ คือ อิตาลี และสหราชอาณาจักร สำหรับตลาดอื่นๆ ที่ยังขยายตัวได้ คือ อินเดีย และอาเซียน โดยการส่งออกไปยังอินเดียเพิ่มสูงถึงร้อยละ 84.14 ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มมากขึ้นและมีกำลังซื้อสูงขึ้นจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ทำให้ชาวอินเดียมีความต้องการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากขึ้น ส่งผลให้ไทยส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการไปยังอินเดียได้เพิ่มสูงขึ้นไม่ว่าจะเป็นสินค้าหลักอย่างเพชรเจียระไน และสินค้าสำคัญถัดมาทั้งโลหะเงิน พลอย-ก้อน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน ที่ล้วนเติบโตได้สูงถึงร้อยละ 25.95, 3.89 เท่า, 5.44 เท่า, ร้อยละ 37.78 และ 4.23 เท่าตามลำดับ

การส่งออกไปยังอาเซียนมีอัตราการขยายตัวสูงกว่า 1.90 เท่า จากการส่งออกไปยังสิงคโปร์ ตลาดที่ครองส่วนแบ่งสูงสุดราวร้อยละ 85 ได้เพิ่มสูงกว่า 3.07 เท่า โดยไทยส่งออกเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า ซึ่งเป็นสินค้าหลัก และเครื่องประดับเทียม ซึ่งเป็นสินค้ารองลงมาได้เพิ่มขึ้นกว่า 140.06 เท่า และร้อยละ 15.46 ตามลำดับ อีกทั้งการส่งออกไปยังกัมพูชา ตลาดในอันดับ 2 ก็เติบโตได้สูงกว่า 1.37 เท่า จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียระไน และสินค้าลำดับถัดมาอย่างเครื่องประดับทอง ได้เพิ่มสูงกว่า 1.12 เท่า และ 1.68 เท่า ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังมาเลเซีย ตลาดในอันดับ 3 หดตัวลงร้อยละ 11.06 โดยเป็นผลจากการส่งออกเครื่องประดับเงิน ซึ่งเป็นสินค้าหลักในสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งได้ลดลงร้อยละ 7.96 ในขณะที่สินค้าสำคัญถัดมาอย่างเครื่องประดับทองยังขยายตัวได้ดี

ร้อยละ 39.47

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ ตัดต่อ: นางสาวไพเราะ วิทยาคม เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
02-634-4999 ต่อ 637 อีเมลล์: wpairam@git.or.th