

สถานการณ์การนำเข้าส่งออก สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยปี 2553

ในภาพรวมมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเติบโตร้อยละ 9.92 ในขณะที่มูลค่าการนำเข้าเติบโตถึงร้อยละ 63.73 โดยทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูปยังคงเป็นสินค้าหลักทั้งในด้านการส่งออกและนำเข้า

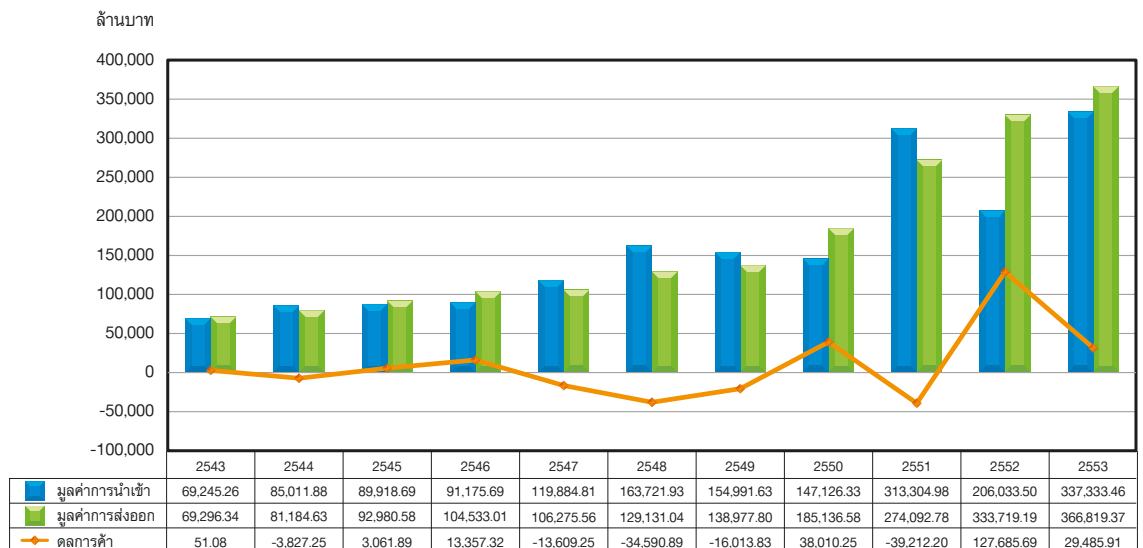
มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.92 (ร้อยละ 19.37 ในหน่วยของเงินเหรียญสหรัฐ) จากเดิม 333,719.19 ล้านบาท (9,761.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) มาอยู่ที่ 366,819.37 ล้านบาท (11,652.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ถือเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.94 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย อย่างไรก็ตาม หากนำมูลค่าการส่งออกดังกล่าวข้างต้นหักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปซึ่งมีสัดส่วน

การส่งออกถึงร้อยละ 55.57 พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่า 162,969.11 ล้านบาท (5,158.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 16.75 (ร้อยละ 26.00 ในหน่วยของเงินเหรียญสหรัฐ)

ส่วนมูลค่าการนำเข้าสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 63.73 (ร้อยละ 74.01 เมื่อพิจารณาในหน่วยเหรียญสหรัฐ) จากมูลค่า 206,033.50 ล้านบาท (5,998.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) มาอยู่ที่ 337,333.46 ล้านบาท (10,437.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ทั้งนี้ หากพิจารณาดุลการค้าเฉพาะสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับพบว่าในปี 2553 ไทยได้ดุลถึง 29,485.91 ล้านบาท (1,214.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ดังรูปที่ 1

รูปที่ 1 มูลค่าการนำเข้าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย ปี 2543-2553



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดในปี 2553 คือ **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** โดยมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.00 เป็นผลสืบเนื่องมาจากมูลค่าการส่งออกทองคำในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 4 ของปีนี้ที่มีมูลค่าเติบโตสูงถึง 5.75 และ 1.29 เท่าตามลำดับเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แม้ว่ามูลค่าส่งออกในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 3 ของปีจะมีมูลค่าลดลงถึงร้อยละ 87.87 และ 49.35 ตามลำดับก็ตาม ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกทองคำในปี 2553 ยังคงปรับตัวอยู่ในแดนบวก ส่วนการส่งออกสินค้ารายการสำคัญอื่นๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องประดับแท้ เพชร พลอยสี เครื่องประดับเทียม และอัญมณีสังเคราะห์ มีรายละเอียดดังนี้

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับ 2 รองลงมาจากทองคำ ด้วยสัดส่วนร้อยละ 26.86 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวม และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 16.00 (ร้อยละ 25.29 ในหน่วยเงินเหรียญสหรัฐ) ซึ่งหากแยกพิจารณาในสินค้ารายการสำคัญพบว่า

- **เครื่องประดับทอง** ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.13 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามูลค่าการส่งออกไปยังตลาดหลักอย่างสหรัฐอเมริกาและฮ่องกงจะเติบโตถึงร้อยละ 31.33 และ 16.63 ตามลำดับ รวมถึงตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงอย่างอินเดียที่มีอัตราการเติบโตถึง 1.65 เท่า แต่มูลค่าการส่งออกในบางตลาด อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหราชอาณาจักร และสวิตเซอร์แลนด์ ปรับตัวลดลงร้อยละ 17.38, 13.96 และ 18.27 ตามลำดับ ทำให้มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับทองในภาพรวมยังขยายตัวไม่สูงนัก

- **เครื่องประดับเงิน** ถือเป็นสินค้าส่งออกที่เติบโตอย่างต่อเนื่องถึงร้อยละ 26.30 โดยมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดหลักไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก เยอรมนี และออสเตรเลีย ยังคงขยายตัวได้ดีต่อเนื่องถึงร้อยละ 22.69, 77.17, 10.22 และ 7.38 ตามลำดับ ยกเว้นเพียงการส่งออกไปยังสหราชอาณาจักร

ที่ตลาดสำคัญ 1 ใน 5 อันดับแรกที่มูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 4.01

- **เครื่องประดับแพลทินัม** เติบโตสูงถึงร้อยละ 49.58 ถือเป็นเครื่องประดับแท้ที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด แม้ว่าปัจจุบันจะมีมูลค่าการส่งออกไม่สูงนักก็ตาม โดยเป็นผลมาจากการส่งออกไปยังตลาดหลักอย่างญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และฮ่องกงที่มูลค่าการส่งออกยังเติบโตได้อย่างต่อเนื่องกว่าร้อยละ 65.49, 143.63 และ 42.92 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับที่ 3 ในสัดส่วนร้อยละ 9.47 และมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 24.73 โดยมีเพชรที่เจียรไนแล้วเป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ด้วยอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 19.60 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยตลาดหลักยังคงเป็นฮ่องกง เบลเยียม อิสราเอล อินเดีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตามลำดับ

พลอยสี มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.09 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย มีอัตราการเติบโตร้อยละ 10.60 ทั้งนี้ หากแยกพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์ พบว่า

- **พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต)** ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.91 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสำคัญอย่างฮ่องกง สหรัฐอเมริกา อินเดีย และสวิตเซอร์แลนด์เติบโตได้ค่อนข้างดีต่อเนื่อง แม้ว่า จะส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นได้ลดลงก็ตาม ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้วกลับมามีบทบาทในการส่งออกมากขึ้นหลังจากที่เคยลดความสำคัญลงไปในปี 2552

- **พลอยเนื้ออ่อนที่เจียรไนแล้ว** ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.05 อันเนื่องมาจากการส่งออกไปยังตลาดหลักอย่างฮ่องกง และสหรัฐอเมริกาเริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้น ขณะที่มูลค่าการส่งออกไปยังอินเดีย และสวิตเซอร์แลนด์ยังคงลดลงต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2552 และ 2553

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ธ.ค. 52	ม.ค.-ธ.ค. 53	ม.ค.-ธ.ค. 52	ม.ค.-ธ.ค. 53	
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	194,135.92	203,850.27	58.17	55.57	5.00
2. เครื่องประดับแท้	84,945.08	98,540.12	25.45	26.86	16.00
2.1 เครื่องประดับเงิน	32,516.34	41,069.36	9.74	11.20	26.30
2.2 เครื่องประดับทอง	47,411.76	51,267.22	14.21	13.98	8.13
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	886.78	1,326.46	0.27	0.36	49.58
2.4 อื่นๆ	4,130.20	4,877.08	1.24	1.33	18.08
3. เพชร	27,861.81	34,750.76	8.35	9.47	24.73
3.1 เพชรก้อน	3,804.49	6,022.04	1.14	1.64	58.29
3.2 เพชรที่เจียรไนแล้ว	24,012.01	28,719.31	7.20	7.83	19.60
3.3 อื่นๆ	45.31	9.41	0.01	0.00	-79.24
4. พลอยสี	13,571.89	15,011.05	4.07	4.09	10.60
4.1 พลอยก้อน	560.16	633.01	0.17	0.17	13.00
4.2 พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว	6,112.68	7,268.46	1.83	1.98	18.91
4.3 พลอยเนื้ออ่อนที่เจียรไนแล้ว	6,899.04	7,109.59	2.07	1.94	3.05
5. เครื่องประดับเทียม	7,262.58	9,105.27	2.18	2.48	25.37
6. อัญมณีสังเคราะห์	2,049.88	2,596.52	0.61	0.71	26.67
7. อื่นๆ	3,892.04	2,965.38	1.17	0.82	-23.81
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	333,719.19	366,819.37	100.00	100.00	9.92

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

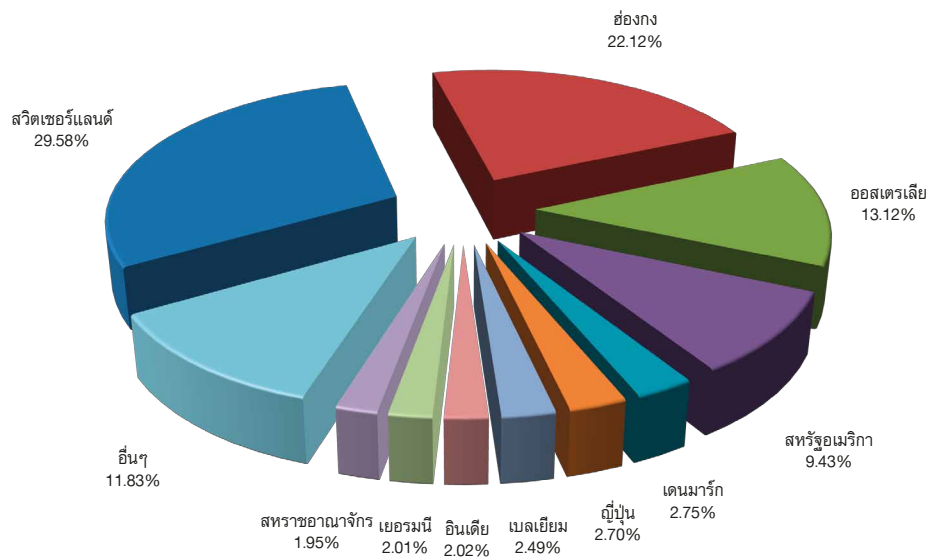
ตลาดส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีมูลค่าสูงสุดในปี 2553 ใน 3 อันดับแรก คือ **สวิตเซอร์แลนด์** **ฮ่องกง** และ **ออสเตรเลีย** ด้วยสัดส่วนร้อยละ 29.58, 22.12 และ 13.12 ตามลำดับ โดยมูลค่าการส่งออกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ และฮ่องกง ขยายตัวร้อยละ 19.91 และ 24.10 ตามลำดับ ส่วนมูลค่าการส่งออกไปยังออสเตรเลียลดลงถึงร้อยละ 31.53 อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกสินค้ารายการสำคัญไปยังตลาดออสเตรเลียที่ยังคงขยายตัวได้ค่อนข้างดีคือ เครื่องประดับแท้ โดยเครื่องประดับเงินเติบโตร้อยละ 7.38 และเครื่องประดับทองขยายตัวร้อยละ 5.83 ทั้งนี้ สินค้าหลักที่ส่งออกไปยังสวิตเซอร์แลนด์ ฮ่องกง และออสเตรเลีย คือ ทองคำ

สหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญเป็นอันดับที่ 4 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.43 ขยายตัวถึงร้อยละ 20.91 โดยสินค้าส่งออกหลัก (กว่าร้อยละ 80) คือ

เครื่องประดับเงินและเครื่องประดับทองซึ่งเติบโตถึงร้อยละ 22.69 และ 31.33 ตามลำดับ

ส่วนตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่สำคัญในอันดับ 5 คือ **เดนมาร์ก** คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.75 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67.65 โดยเป็นผลจากมูลค่าส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงินที่เติบโตถึงร้อยละ 77.17 ตลาดอื่นๆ ที่มีความสำคัญในลำดับถัดมาและยังเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ **ญี่ปุ่น** **เบลเยียม** **อินเดีย** และ **เยอรมนี** ซึ่งมีมูลค่าส่งออกขยายตัวร้อยละ 49.51, 1.38, 56.39 และ 11.78 ตามลำดับ โดยสินค้าส่งออกหลักไปยังญี่ปุ่นคือ เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับแพลทินัม รวมถึงทองคำ ส่วนสินค้าที่ส่งออกไปยังเบลเยียมเกือบทั้งหมดเป็นเพชรที่เจียรไนแล้ว สำหรับสินค้าหลักที่ส่งออกไปยังอินเดียคือ เครื่องประดับทอง ขณะที่สินค้าส่งออกไปยังเยอรมนีส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับเงิน

รูปที่ 2 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในปี 2553



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ไปยังภูมิภาคต่างๆ ในระหว่างปี 2550-2553 ดังตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า มูลค่าส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกภูมิภาค โดยเฉพาะตลาดใหม่อย่างประเทศจีนและอินเดียที่มีสัดส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีมูลค่าเติบโตสูงกว่าร้อยละ 50 ซึ่งสินค้าส่งออกไปยังจีนส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนที่เจียรไนแล้วที่ขยายตัวได้ดี ส่วนสินค้าหลักที่ส่งออกไปยังอินเดียคือ เครื่องประดับทอง เพชรที่เจียรไนแล้ว และพลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้วที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้มูลค่าการส่งออกไปยังญี่ปุ่นก็ขยายตัวสูงขึ้น โดยปัจจัยหลัก

มาจากการส่งออกเครื่องประดับทองและเครื่องประดับพลอยที่เพิ่มมากขึ้น

ปัจจุบันสัดส่วนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (ไม่รวมทองคำ) ไปยังตลาดเดิม/ ตลาดหลักอย่างสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นค่อนข้างคงที่และรวมกันสูงถึงร้อยละ 53.82 ขณะที่ตลาดใหม่อย่าง จีน อินเดีย รัสเซียและประเทศในกลุ่มเครือรัฐเอกราช กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง อาเซียน รวมถึงประเทศหมู่เกาะแปซิฟิกแม้ว่าจะยังมีสัดส่วนการส่งออกเพียงร้อยละ 19.81 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ถือว่ายังไม่สูงมากนัก หากแต่มีแนวโน้มเติบโตได้ค่อนข้างดี จึงถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพซึ่งกำลังทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ไปยังภูมิภาคต่างๆ ในระหว่างปี 2550 - 2553

ประเทศ/ภูมิภาค	มูลค่า (ล้านบาท)				สัดส่วน (ร้อยละ)				เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)		
	2550	2551	2552	2553	2550	2551	2552	2553	51/50	52/51	53/52
สหรัฐอเมริกา	35,265.83	35,287.38	28,486.81	34,540.10	26.50	21.92	20.41	21.19	0.06	-19.27	21.25
สหภาพยุโรป	39,049.84	48,212.27	41,424.25	45,899.21	29.35	29.95	29.68	28.16	23.46	-14.08	10.80
ญี่ปุ่น	5,847.25	5,983.65	5,113.20	7,286.13	4.39	3.72	3.66	4.47	2.33	-14.55	42.50
จีน	477.79	391.12	385.87	620.37	0.36	0.24	0.28	0.38	-18.14	-1.34	60.77
อินเดีย	3,222.81	4,871.18	4,722.46	7,154.67	2.42	3.03	3.38	4.39	51.15	-3.05	51.50
รัสเซีย และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช	1,038.13	1,586.54	784.54	900.20	0.78	0.99	0.56	0.55	52.83	-50.55	14.74
กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	20,179.46	22,013.67	13,783.26	16,008.82	15.17	13.67	9.87	9.82	9.09	-37.39	16.15
อาเซียน	1,441.69	1,648.22	1,571.32	1,646.99	1.08	1.02	1.13	1.01	14.33	-4.67	4.82
ประเทศหมู่เกาะแปซิฟิก	3,402.98	4,938.11	5,585.53	5,971.20	2.56	3.07	4.00	3.66	45.11	13.11	6.90
อื่นๆ*	23,138.57	36,063.99	37,726.03	42,941.43	17.39	22.39	27.03	26.37	55.86	4.61	13.82
รวม	133,064.35	160,996.13	139,583.27	162,969.11	100.00	100.00	100.00	100.00	20.99	-13.30	16.75

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
หมายเหตุ: * ประเทศอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ ฮ่องกง ลิกเตนสไตน์ และแอฟริกาใต้ เป็นต้น

สถานการณ์การนำเข้า

มูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2553 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 63.73 โดยสินค้าที่มีการนำเข้าสูงสุดยังคงเป็น **ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป** ด้วยอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 96.12 เนื่องจากมีการนำเข้าทองคำเพิ่มขึ้นในช่วงที่ราคาทองคำปรับตัวลดลง เพื่อทำกำไรจากส่วนต่างของราคาเมื่อทองคำปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ในช่วงไตรมาสที่ 1 และ 3 ของปี 2553 มีมูลค่าการนำเข้าทองคำขยายตัวสูงขึ้นกว่า 8.53 และ 1.73 เท่า ตามลำดับ

สินค้านำเข้าในลำดับถัดมาคือ **เพชร** มีมูลค่านำเข้าลดลงร้อยละ 6.89 โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพชรที่เจียรไนแล้ว ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 6.16 ส่วนสินค้านำเข้ารายการสำคัญอื่นๆ ได้แก่ **เงิน เครื่องประดับแท้ พลอยสี** ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าเติบโตร้อยละ 35.14, 0.42 และ 8.79 ตามลำดับ ทั้งนี้ สินค้านำเข้าส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 93 ยังคงเป็นสินค้าประเภทวัตถุดิบ

ตารางที่ 3 มูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2552 และ 2553

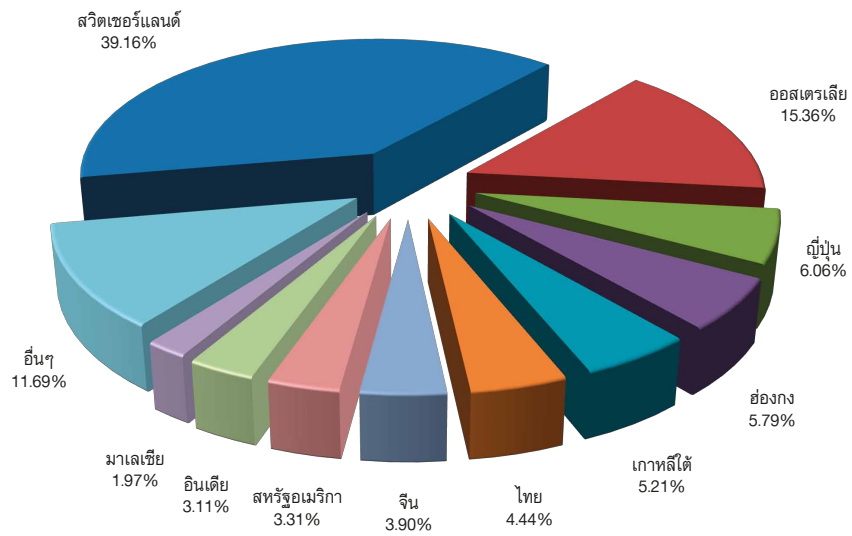
รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ธ.ค. 52	ม.ค.-ธ.ค. 53	ม.ค.-ธ.ค. 52	ม.ค.-ธ.ค. 53	
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป	129,652.50	254,270.35	62.93	75.38	96.12
2. เพชร	26,771.85	24,927.94	12.99	7.39	-6.89
2.1 เพชรก้อน	6,052.84	5,540.95	2.94	1.64	-8.46
2.2 เพชรที่เจียรไนแล้ว	20,421.48	19,164.39	9.91	5.68	-6.16
2.3 อื่นๆ	297.54	222.60	0.14	0.07	-25.19
3. เงิน	17,904.11	24,195.09	8.69	7.17	35.14
4. เครื่องประดับแท้	17,518.47	17,592.05	8.50	5.22	0.42
4.1 เครื่องประดับเงิน	1,608.07	1,952.94	0.78	0.58	21.45
4.2 เครื่องประดับทอง	14,769.16	14,695.34	7.17	4.36	-0.50
4.3 เครื่องประดับแพลทินัม	292.24	176.65	0.14	0.05	-39.56
4.4 อื่นๆ	848.99	767.12	0.41	0.23	-9.64
5. พลอยสี	8,065.66	8,774.75	3.91	2.60	8.79
5.1 พลอยก้อน	623.03	317.95	0.30	0.09	-48.97
5.2 พลอยเนื้อแข็งที่เจียรไนแล้ว	3,523.69	4,098.52	1.71	1.21	16.31
5.3 พลอยเนื้ออ่อนที่เจียรไนแล้ว	3,918.94	4,358.28	1.90	1.29	11.21
6. อัญมณีสังเคราะห์	1,767.39	2,243.35	0.86	0.67	26.93
7. อื่นๆ	4,353.52	5,329.92	2.12	1.57	22.43
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	206,033.50	337,333.46	100.00	100.00	63.73

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แหล่งนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญที่สุดคือ **สวิตเซอร์แลนด์** ด้วยสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 39.16 และมีมูลค่าเติบโตถึง 1.36 เท่า ส่วนแหล่งนำเข้าที่มีมูลค่าสูงในลำดับถัดมา ได้แก่ **ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฮองกง และเกาหลีใต้** มีสัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 15.36, 6.06, 5.79 และ 5.21

ตามลำดับ ซึ่งมูลค่านำเข้าจากออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ขยายตัวร้อยละ 55.97, 1.61 เท่า และ 1.27 เท่าตามลำดับ ขณะที่การนำเข้าจากฮ่องกงมีมูลค่าลดลงร้อยละ 28.85 โดยสินค้านำเข้าจากแหล่งนำเข้าทั้ง 5 อันดับแรกดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป

รูปที่ 3 แหล่งนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในปี 2553



ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

แม้ว่ามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ในปี 2553 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.92 (ร้อยละ 19.37 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินเหรียญสหรัฐ) แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยเมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ จะพบว่ามียอดรายขายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.75 (ร้อยละ 26.00 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินเหรียญสหรัฐ) และหากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อ

หักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าการนำเข้าสินค้าที่ส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศพบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิเติบโตร้อยละ 18.82 (ร้อยละ 28.23 เมื่อพิจารณาในหน่วยเงินเหรียญสหรัฐ) ดังตารางที่ 4 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพการส่งออกที่แท้จริงของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่ยังขยายตัวได้ค่อนข้างดีอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2552 และ 2553

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-ธ.ค. 52	ม.ค.-ธ.ค. 53	ม.ค.-ธ.ค. 52	ม.ค.-ธ.ค. 53	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด	333,719.19	366,819.37	100.00	100.00	9.92
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	194,135.92	203,850.27	58.17	55.57	5.00
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	139,583.27	162,969.11	41.83	44.43	16.75
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	15,043.83	14,990.84	4.51	4.09	-0.35
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	124,539.44	147,978.26	37.32	40.34	18.82

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

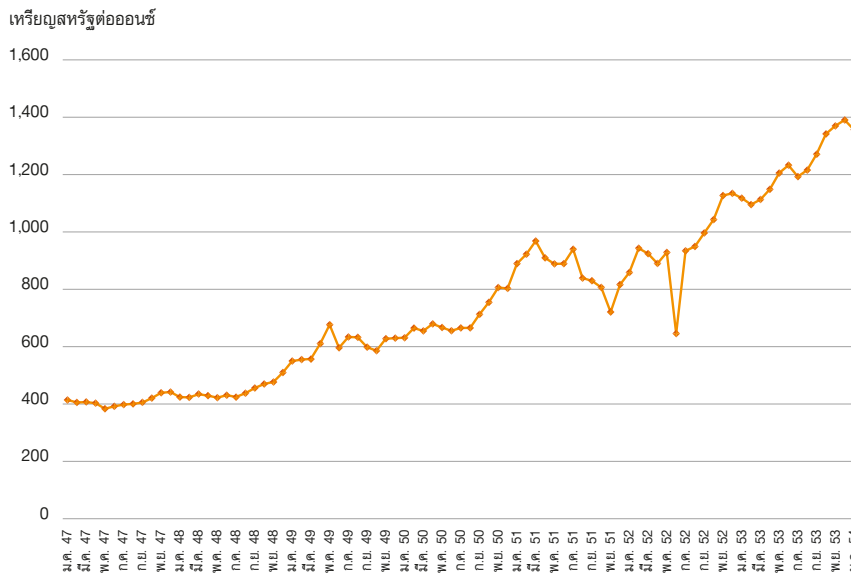
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจุบันมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่ไม่รวมทองคำจะขยายตัวได้ดี แต่

จากสภาพการณ์ที่แท้จริงในปัจจุบัน อุตสาหกรรมนี้ยังต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงหลายประการดังนี้

• **ราคาวัตถุดิบทองคำและเงินที่ยังคงผันผวนและปรับตัวอยู่ในระดับสูง** โดยในเดือนธันวาคม 2553 ราคาทองคำเฉลี่ยออนซ์ละ 1,390.55 เหรียญสหรัฐ ปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนมกราคมในปีเดียวกันถึงร้อยละ 24.38 ขณะที่โลหะเงินมีราคาเฉลี่ยออนซ์ละ 29.35 เหรียญสหรัฐ สูงขึ้นจากเดือนมกราคม 2553 ถึงร้อยละ 65.00 ซึ่งแม้ว่าในเดือนมกราคม 2554 ราคาทองคำจะปรับตัวลดลงเล็กน้อยโดยมีราคาเฉลี่ย

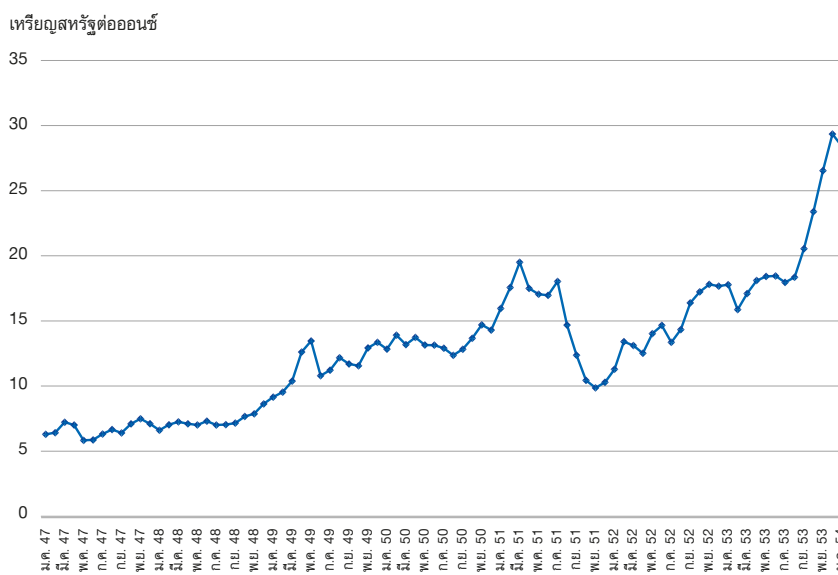
ออนซ์ละ 1,356.40 เหรียญสหรัฐ เช่นเดียวกับราคาเฉลี่ยโลหะเงินที่ลดลงมาอยู่ที่ออนซ์ละ 28.40 เหรียญสหรัฐก็ตาม หากราคาวัตถุดิบยังคงผันผวนและปรับตัวอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่องเช่นในปัจจุบัน อาจส่งผลกระทบต่อระดับอุปสงค์การบริโภคเครื่องประดับในตลาดโลก และมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในที่สุด

รูปที่ 4 ราคาเฉลี่ยทองคำในตลาดโลกระหว่างปี 2547-2554



ที่มา: www.kitco.com ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

รูปที่ 5 ราคาเฉลี่ยโลหะเงินในตลาดโลกระหว่างปี 2547-2554



ที่มา: www.kitco.com ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

- **ความกังวลต่อการฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าหลัก** ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และ ญี่ปุ่น ที่ต่างเผชิญกับภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา อันส่งผลต่อระดับอุปสงค์ในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้านี้ เช่น ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้งมักลดลงจากเดิม ขณะเดียวกันผู้ซื้อในตลาดก็หันไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าคุณภาพสินค้า ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันเศรษฐกิจของสหรัฐฯ จะมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าเป็นการฟื้นตัวอย่างยั่งยืนหรือไม่ ขณะที่ปัญหาวิกฤติหนี้สาธารณะในยุโรปก็ยังคงไม่คลี่คลายนัก รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่มีการฟื้นตัวในระดับปานกลาง หากแต่กำลังประสบกับปัญหาหนี้สาธารณะที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ นับเป็นปัจจัยลบต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย

- **ค่าเงินบาทที่ยังมีแนวโน้มแข็งค่าเมื่อเทียบกับสกุลเงินท้องถิ่นของประเทศคู่แข่ง** แม้ปัจจุบันค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับไตรมาสสุดท้ายของปี 2553 โดยปรับตัวอยู่ในระดับ 30.00-31.00 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ แต่ก็ยังถือว่า

แข็งค่ากว่าหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย (ยกเว้นเพียงญี่ปุ่น มาเลเซีย และสิงคโปร์) รวมถึงประเทศคู่แข่งสำคัญในตลาดคู่ค้าหลักอย่างจีน และอินเดีย อีกทั้งค่าเงินบาทยังมีแนวโน้มแข็งค่าต่อเนื่องจากปี 2553 ที่แข็งค่าขึ้นถึงราวร้อยละ 8.83 (www.bot.or.th) ซึ่งนอกจากจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสินค้าของไทยแล้ว ยังส่งผลโดยตรงต่อผลประโยชน์ของผู้ส่งออกด้วย

ดังนั้น ในระยะยาวผู้ประกอบการไทยควรหันมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตนเอง รวมทั้งควรบริหารความเสี่ยงโดยการแสวงหาช่องทางส่งออกไปยังตลาดที่มีศักยภาพอื่นๆ อย่างจีน อินเดีย ออสเตรเลีย รัสเซีย และตะวันออกกลาง เป็นต้น ส่วนในระยะสั้นถึงกลางควรป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ตลอดจนใช้โอกาสจากการที่ค่าเงินบาทแข็งเป็นจังหวะในการลงทุนปรับปรุงเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนการผลิตอย่างเหมาะสมก็น่าจะช่วยให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเติบโตได้ต่อไป

* พิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหรียญกษาปณ์”

จัดทำและเผยแพร่โดย สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) อาคารวิจัยและตรวจสอบอัญมณี ชั้น 6 ในบริเวณคณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทร 02 218 5470-4 โทรสาร 02 218 5474 เว็บไซต์ www.git.or.th อีเมล jewelry@git.or.th

เอกสารฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) การพิมพ์ซ้ำหรือการนำข้อมูลทั้งหมดหรือส่วนหนึ่งส่วนใดไปเผยแพร่ไม่ว่าจะโดยวิธีการใดก็ตาม จะต้องได้รับการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)