

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิภักดิ์อัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.22 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 16,929.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 24,754.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.97 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้น หักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 12,853.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 49.17 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนพฤศจิกายน 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.18 เมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2568

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยช่วงเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2568

รายการ	พฤศจิกายน 2568		มกราคม-พฤศจิกายน 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) พ.ย./ต.ค. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-พ.ย. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	1,796.17	25.34	24,754.20	46.22
ส่งออกไม่รวมทองคำ	1,461.04	59.18	12,853.91	49.17

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 48.07 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.16 โดยราคาทองคำในเดือนพฤศจิกายนเพิ่มขึ้นจากตุลาคม เดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 4,082.95 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) เพิ่มขึ้นต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่สอง โดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจหลายประการที่ส่งผลให้ราคาทองพุ่งทะยานขึ้นในช่วงนี้มาจากภาวะชัตดาวน์สหรัฐฯ ที่ยืดเยื้อต่อเนื่องจากเดือนก่อน แม้เบื้องต้นจะมีการบรรลุข้อตกลงเพื่อผลักดันร่างกฎหมายยุติการปิดหน่วยงานรัฐบาลในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน แต่สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ เป็นวงกว้างและกระทบความเชื่อมั่นทางธุรกิจ เป็นปัจจัยหนุนให้ความต้องการทองคำในฐานะสินทรัพย์ที่ปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น ขณะที่กองทุน SPDR Gold ยังคงซื้อทองคำสุทธิต่อเนื่อง 6 เดือนติดต่อกัน เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อน 5.08 ตัน

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 2 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 25.17 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.06 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ **เครื่องประดับทอง** ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.24 มาจากการส่งออกไปตลาดอันดับ 2-5 อย่างฮ่องกง สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก และอิตาลี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.99, ร้อยละ 53.61, ร้อยละ 69.85 และร้อยละ 13.44 ตามลำดับ ขณะที่ตลาดอันดับแรก คือ สหรัฐอเมริกา ลดลงร้อยละ 3.23 ส่วนการส่งออก **เครื่องประดับเงิน** ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.32 เนื่องจากการส่งออกไปยังอินเดีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นตลาดสำคัญใน 4 อันดับแรก ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 170.75, ร้อยละ 9.03, ร้อยละ 6.83 และ ร้อยละ 4.49 ตามลำดับ ส่วนตลาดในอันดับ 5 คือ ออสเตรเลีย ลดลงร้อยละ 7.06 ขณะที่การส่งออก **เครื่องประดับพลากิเนียม** เติบโตได้ร้อยละ 712.28 เป็นผลจากการส่งออกไปยังอินเดียที่เป็นตลาดหลักได้เพิ่มขึ้นจากเดิมซึ่งมีการส่งออกเพียงเล็กน้อย เนื่องจากผู้ค้าทองคำของอินเดียบางรายอาศัยช่องโหว่ในการนำเข้าเครื่องประดับพลากิเนียมที่ผสมทองคำในปริมาณสูงโดยผ่านประเทศที่อินเดียมีข้อตกลงการค้าเสรี ทั้งนี้ อินเดียจำกัดการนำเข้าเครื่องประดับพลากิเนียม ผู้นำเข้าต้องขอใบอนุญาตก่อน นำเข้าสินค้าจากกรมการค้าต่างประเทศ (DGFT) ตั้งแต่วันที่ 17 พฤศจิกายน 2568 และมีผลบังคับใช้จนถึงวันที่ 30 เมษายน 2569 ขณะที่การส่งออกไปตลาดอันดับ 2-3 และ 5 ได้แก่ ญี่ปุ่น ฮ่องกง และสหราชอาณาจักร ยังเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.82, ร้อยละ 30.93 และร้อยละ 206.48 ตามลำดับ ส่วนตลาดในอันดับที่ 4 อย่างสหรัฐอเมริกา ลดลงร้อยละ 34.90

พลากิเนียม เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 3 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.97 เพิ่มขึ้นจากการส่งออกสะสมไปยังอินเดียในสามเดือนแรกที่สูงถึงสองพันล้านดอลลาร์สหรัฐ หากพิจารณาเฉพาะเดือนพฤศจิกายน พบว่า ไม่มีการส่งออกไปยังอินเดีย เนื่องจากรัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการควบคุมโลหะพลากิเนียมตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม ทั้งนี้ การส่งออกพลากิเนียมไปอินเดียนั้น เป็นผลจากช่องว่างของคำนิยามพลากิเนียมที่เปิดช่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีพลากิเนียมอย่างน้อยร้อยละ 2 เป็นสินค้าพลากิเนียม โดยเป็นการเลี่ยงการจ่ายภาษีที่สูงกว่าหากนำเข้าเป็นทองคำ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี โดยร้อยละ 99.29 เป็นการส่งออกไปยังอินเดีย

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 8.24 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็น **พลอยเนื้อแข็งเจียรระใบ (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต)** ขยายตัวได้ร้อยละ 8.81 เป็นผลจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และอิตาลี ที่เป็นตลาดสำคัญอันดับ 1 และ 3-5 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.35, ร้อยละ 25.43, ร้อยละ 26.77 และร้อยละ 7.70 ตามลำดับ ขณะที่ตลาดอันดับที่ 2 คือ สหรัฐอเมริกา ลดลงร้อยละ 8.28 ส่วน **พลอยเนื้ออ่อนเจียรระใบ** หดตัวลงร้อยละ 14.42 มาจากการส่งออก

ไปยังตลาดอันดับ 1-2 และ 5 คือ ฮองกง สหรัฐอเมริกา และอิตาลี ได้ลดลงร้อยละ 17.73, ร้อยละ 2.76 และร้อยละ 17.59 ตามลำดับ ส่วนตลาด อันดับ 3-4 อย่าง สวิตเซอร์แลนด์ และอินเดีย ยังเพิ่มขึ้นได้ ร้อยละ 9.22 และร้อยละ 1.07 ตามลำดับ

WXS เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.56 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าลดลงร้อยละ 22.86 โดยมี **เพชรเจียรไน** เป็นสินค้า ส่งออกหลักในหมวดนี้ ซึ่งมีมูลค่าลดลงร้อยละ 23.13 เนื่องจากการส่งออก ไปตลาดสำคัญในอันดับ 1-3 และ 5 ได้แก่ ฮองกง อินเดีย เบลเยียม และอิสราเอล ได้ ลดลงร้อยละ 10.70, ร้อยละ 44.48, ร้อยละ 48.71 และร้อยละ 24.83 ตามลำดับ ส่วน ตลาดอันดับ 4 อย่างสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 24.34

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้าในช่วงเดือน มกราคม-พฤศจิกายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ย. 67	ม.ค.-พ.ย. 68	ม.ค.-พ.ย. 67	ม.ค.-พ.ย. 68	ม.ค.-พ.ย. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำสำเร็จรูป	8,312.61	11,900.29	49.10	48.07	43.16
2. เครื่องประดับแท้	4,513.54	6,231.27	26.66	25.17	38.06
2.1 เครื่องประดับเงิน	1,765.67	2,389.29	10.43	9.65	35.32
2.2 เครื่องประดับทอง	2,537.55	2,848.20	14.99	11.51	12.24
2.3 เครื่องประดับแพลทินัม	105.95	860.59	0.63	3.48	712.28
2.4 อื่นๆ	104.37	133.19	0.61	0.53	27.61
3. แพลทินัม	86.44	2,467.17	0.51	9.97	2,754.13
4. พลอยสี	2,026.13	2,038.82	11.97	8.24	0.63
4.1 พลอยก้อน	123.03	98.66	0.73	0.41	-19.81
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียรไน	1,340.83	1,458.99	7.92	5.89	8.81
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน	562.27	481.17	3.32	1.94	-14.42
5. เพชร	1,143.53	882.09	6.75	3.56	-22.86
5.1 เพชรก้อน	6.36	3.54	0.04	0.01	-44.33
5.2 เพชรเจียรไน	1,134.55	872.08	6.70	3.52	-23.13
5.3 อื่นๆ	2.62	6.47	0.01	0.03	146.87
6. เครื่องประดับเทียม	294.42	325.43	1.74	1.31	10.53
7. อื่นๆ	552.67	909.13	3.27	3.68	64.50
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	16,929.34	24,754.20	100.00	100.00	46.22

ที่มา : กรมศุลกากรประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือน มกราคม-พฤศจิกายน ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี ก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย ในอันดับ 1-2, และ 4-9 ได้แก่ อินเดีย ฮองกง เยอรมนี สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์อิตาลี ญี่ปุ่น และ สวิตเซอร์แลนด์ปรับตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 496.96, ร้อยละ 3.43, ร้อยละ 9.13, ร้อยละ 35.02, ร้อยละ 90.38, ร้อยละ 6.94, ร้อยละ 16.09 และร้อยละ 0.11 ตามลำดับ ส่วน

ตลาดอันดับที่ 3 และ 10 อย่างสหรัฐอเมริกา และเบลเยียม ลดลงร้อยละ 0.29 และร้อยละ 20.37 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **อินเดีย** ยังคงเพิ่มขึ้นได้ จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างแพลทินัม* (ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 56) รวมทั้งสินค้าสำคัญรองลงมาอย่างเครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรระโน ยังเพิ่มขึ้นร้อยละ 170.75, ร้อยละ 11.59 และร้อยละ 1.07 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรระโน ลดลงร้อยละ 44.48 นอกจากนี้ มีการส่งออกเครื่องประดับแพลทินัมเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีการส่งออกเพียงเล็กน้อย เนื่องจากมีผู้ค้าทองคำของอินเดียบางรายอาศัยช่องโหว่ในการนำเข้าเครื่องประดับแพลทินัมที่ผสมทองคำในปริมาณมาก โดยผ่านประเทศที่อินเดียมีข้อตกลงการค้าเสรี เพื่อหาประโยชน์จากความแตกต่างของภาษีศุลกากร ทั้งนี้ ทางอินเดียได้ออกข้อบังคับการนำเข้าเครื่องประดับแพลทินัมแล้วตั้งแต่วันที่ 17 พฤศจิกายน 2568

* การส่งออกแพลทินัมไปอินเดียนั้น เป็นผลจากช่องว่างของค่านิยามแพลทินัมที่เปิดช่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีแพลทินัมอย่างน้อยร้อยละ 2 เป็นสินค้าแพลทินัม โดยเป็นการเลี่ยงการจ่ายภาษีที่สูงกว่าหากนำเข้าเป็นทองคำ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรี ทั้งนี้ รัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการควบคุมโลหะแพลทินัมตั้งแต่วันที่ 17 พฤศจิกายน 2568 เป็นต้นมา

มูลค่าการส่งออกไป **ฮ่องกง** ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นนั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียรระโน รวมทั้งสินค้านำเข้าเครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.35, ร้อยละ 6.99 และร้อยละ 18.19 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรระโนและพลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน ลดลงร้อยละ 10.70 และร้อยละ 17.73 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไป **เยอรมนี** ที่เติบโตได้ เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับเงิน (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 73) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเพชรหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม และพลอยเนื้อแข็งเจียรระโน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.83, ร้อยละ 22.14, ร้อยละ 1.07, ร้อยละ 9.69 และร้อยละ 22.38 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียรระโน ลดลงร้อยละ 12.73

ส่วนการส่งออกไปยัง **สหราชอาณาจักร** ซึ่งขยายตัวได้นั้น เนื่องจากส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (มีสัดส่วนร้อยละ 54) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.61 รวมทั้งสินค้าสำคัญอื่น ๆ อย่างเครื่องประดับเงิน เพชรเจียรระโน อัญมณีสังเคราะห์ และเครื่องประดับแพลทินัม ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.49, ร้อยละ 8.26, ร้อยละ 1,856.21 และร้อยละ 206.48 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับเทียม ลดลงร้อยละ 14.84

ขณะที่การส่งออกไป **สหรัฐอเมริกา** ที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น จากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 58) รวมทั้งเพชรเจียรระโน พลอยเนื้อแข็ง และเนื้ออ่อนเจียรระโน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 69.85, ร้อยละ 24.34, ร้อยละ 139.79 และร้อยละ 39.39 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **อิตาลี** มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง เครื่องประดับทอง (มีสัดส่วนร้อยละ 63) รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างพลอยเนื้อแข็ง เจียรไน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.44 และร้อยละ 7.70 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อน เจียรไน เพชรเจียรไน และเครื่องประดับเงิน หดตัวลงร้อยละ 17.59, ร้อยละ 5.71 และร้อยละ 3.34 ตามลำดับ

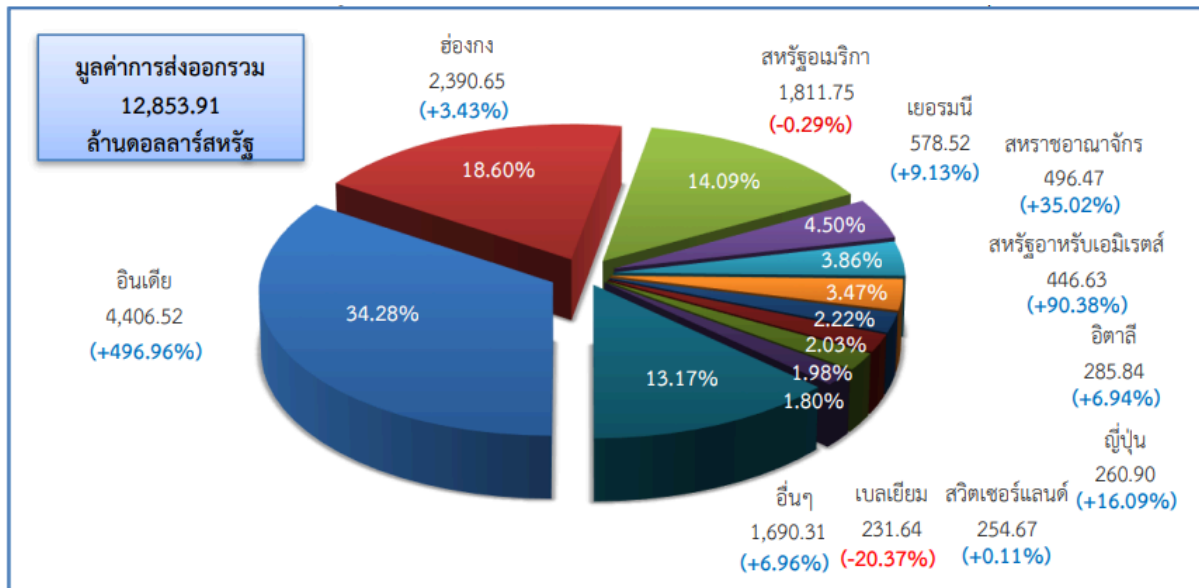
ขณะที่การส่งออกไป **ญี่ปุ่น** ขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญ หลายรายการอย่างเครื่องประดับทอง เศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับแพลทินัม และเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.35, ร้อยละ 83.73, ร้อยละ 30.82 และร้อยละ 20.82 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไนและพลอยเนื้อแข็ง เจียรไน ลดลงร้อยละ 33.15 และร้อยละ 27.75 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **สวิตเซอร์แลนด์** ยังเพิ่มขึ้นได้ เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ได้เพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 25.43 และร้อยละ 9.22 ตามลำดับ ส่วนสินค้านำเข้าอย่างเครื่องประดับทอง เครื่องประดับเทียม และเพชรเจียรไน หดตัวลงร้อยละ 23.08, ร้อยละ 25.78 และร้อยละ 52.46 ตามลำดับ

การส่งออกไป **สหรัฐอเมริกา** ปรับตัวลดลง จากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง เครื่องประดับทอง และสินค้านำเข้าอย่าง พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ได้ลดลงร้อยละ 3.23, ร้อยละ 8.28 และร้อยละ 2.76 ตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับเทียม ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 9.03 และ ร้อยละ 31.08 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไป **เบลเยียม** มีมูลค่าลดลง เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่าง เพชรเจียรไน (ที่มีสัดส่วนร้อยละ 29) ของทำด้วยไข่มุก และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ได้ ลดลงร้อยละ 48.71, ร้อยละ 21.09 และร้อยละ 16.06 ตามลำดับ ส่วนสินค้าสำคัญ อย่างเครื่องประดับเทียม พลอยเนื้อแข็งเจียรไน และเครื่องประดับทอง ยังเพิ่มขึ้นได้ ร้อยละ 34.02, ร้อยละ 21.86 และร้อยละ 35.36 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 1 ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ในช่วงเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยระหว่าง เดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.22 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.17 หากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย หักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำและมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุทธิตัวได้ร้อยละ 53.56 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับแพลทินัม พลอยเนื้อแข็งเขียวระไร และเครื่องประดับเทียม ยังเติบโตได้ดี

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-พฤศจิกายน ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-พ.ย. 67	ม.ค.-พ.ย. 68	ม.ค.-พ.ย. 67	ม.ค.-พ.ย. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	16,929.34	24,754.20	100.00	100.00	46.22
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	8,312.60	11,900.29	49.10	48.07	43.16
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	8,616.74	12,853.91	50.90	51.93	49.17
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	721.04	728.97	4.26	2.94	1.10
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	7,895.70	12,124.94	46.64	48.98	53.56

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมทางเศรษฐกิจในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2568 นั้นพบว่า สถานการณ์ความตึงเครียดทางการค้าระหว่างประเทศผ่อนคลายลงหลังสหรัฐฯ-จีน และหลายประเทศบรรลุข้อตกลงร่วมกัน โดยความต่อเนื่องของคำสั่งซื้อจากหลายประเทศเศรษฐกิจยังมีต่อเนื่อง รวมทั้งต้นทุนการผลิตสินค้าของไทยที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่น และระดับภาษีนำเข้าที่สหรัฐฯ จัดเก็บที่ใกล้เคียงกับภูมิภาค แต่ต่ำกว่าจีน และอินเดีย กว่าดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อทั่วโลก (PMI) ในเดือนพฤศจิกายน 2568 ปรับลดลง 0.2 มาอยู่ที่ระดับ 52.7 รวมทั้ง การชัตดาวน์ในสมัยที่สองของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ซึ่งทำสถิติยาวนานที่สุดถึง 43 วัน แม้ได้บรรลุข้อตกลงเพื่อผลักดันร่างกฎหมายยุติการปิดหน่วยงานรัฐบาลและจ่ายเงินเดือนให้เจ้าหน้าที่ที่กลับมาทำงานในช่วงเดือนพฤศจิกายน แต่ได้สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ เป็นวงกว้างและกระทบความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ทั้งนี้ IMF ประเมินว่าผลของมาตรการภาษี ของสหรัฐฯ เริ่มส่งสัญญาณปรากฏชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ สะท้อนผ่านอัตราเงินเฟ้อและการว่างงานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นความท้าทายต่อการดำเนินนโยบายการเงินของธนาคารกลางในหลายภูมิภาค ร่วมกับความเปราะบางจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายภูมิภาค

ทั้งนี้ พัฒนาการของเอไอที่เข้ามามีบทบาททุกมิติของธุรกิจ ผู้ประกอบการไม่ควรมองเอไอเป็นเพียงเครื่องมือทดแทนมนุษย์ แต่ควรใช้เป็น “ตัวเสริม” เพื่อสนับสนุนงานหลังบ้าน การวิเคราะห์ข้อมูลตลาด การบริหารซัพพลายเชน หรือการสื่อสารกับลูกค้า ขณะที่บทบาทสำคัญในการสร้างความไว้วางใจยังคงต้องอาศัยมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เนื่องจากการตัดสินใจของผู้บริโภคในสินค้าที่มีความซับซ้อน ความเสี่ยงสูง และมีมูลค่าสูง เช่น อัญมณีและเครื่องประดับมิได้ตั้งอยู่บนเหตุผลด้านคุณภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังผูกโยงกับอารมณ์ ความเชื่อมั่น และความรู้สึกมั่นคงในตัวตนของแบรนด์ ดังนั้น ความเป็นมนุษย์และตัวตนของแบรนด์ (Human-Centricity) จึงไม่ใช่เพียงองค์ประกอบด้านภาพลักษณ์ หากแต่เป็น “จิตวิญญาณ” ที่ผู้ประกอบการไม่อาจละเลยได้ หากต้องการสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนในการแข่งขันบนเวทีโลก

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
มกราคม 2569

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