

สถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2568

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามพิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 71* ในเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2568 ขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 109.88 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567 ที่มีมูลค่า 4,114.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาอยู่ที่ 8,635.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.59 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย ทั้งนี้ หากนำมูลค่าดังกล่าวข้างต้น หักออกด้วยการส่งออกทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูป พบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 5,086.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 102.38 อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) รายเดือน พบว่า เดือนมีนาคม 2568 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 54.12 เมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2568

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มีนาคม 2568		มกราคม-มีนาคม 2568	
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) มี.ค./ก.พ. 68	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	เปลี่ยนแปลง (%) ม.ค.-มี.ค. 68/67
ส่งออกรวมทองคำ	2,502.15	-22.57	8,635.86	109.88
ส่งออกไม่รวมทองคำ	1,054.19	-54.12	5,086.40	102.38

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

สถานการณ์การส่งออก

ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำกึ่งสำเร็จรูป เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 41.10 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 121.65 โดยราคาทองคำในเดือนมีนาคมเพิ่มสูงขึ้นจากเดือนกุมภาพันธ์เดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ระดับราคาเฉลี่ย 2,983.25 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ (World Gold Council) เพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นเดือนที่สาม โดยราคาทองคำทำสถิติสูงสุดที่ 3,115.10 ดอลลาร์สหรัฐต่อออนซ์ เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับมาตรการภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ รวมทั้งการตอบโต้กลับของประเทศคู่ค้าหลายประเทศที่มีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนและการซื้อสินทรัพย์ปลอดภัยอย่างทองคำเพิ่มสูงขึ้น เช่นเดียวกับกองทุน SPDR Gold ที่มีการซื้อทองคำสุทธิสูงถึง 25.84 ตัน

พลากิ์นัม เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 2 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.68 ขยายตัวสูงจากการส่งออกสะสมไปยังอินเดียในสองเดือนแรกที่มีเข้ามาสูงหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเดือนมีนาคมลดลงเหลือเพียง 198.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการที่รัฐบาลอินเดียได้ออกมาตรการควบคุมเข้มงวดมากขึ้นในเดือนมีนาคม ทั้งนี้ รูปแบบการส่งออกพลากิ์นัมไปอินเดียนั้น เป็นผลจากช่องว่างของคำนิยามพลากิ์นัมที่เปิดช่องให้สินค้าที่มีพลากิ์นัมเป็นองค์ประกอบเพียงร้อยละ 2 นำเข้าในหมวดนี้ได้ โดยเป็นการเลี่ยงการจ่ายภาษีสูงหากนำเข้าเป็นทองคำ โดยร้อยละ 99.87 เป็นการส่งออกไปยังอินเดีย รวมทั้งตลาดอันดับที่ 2 และ 5 อย่างเยอรมนี และฮ่องกง ต่างขยายตัวด้วยเช่นกัน

เครื่องประดับแท้ เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 3 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 15.58 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวม เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.16 โดยสินค้าส่งออกหลักคือ เครื่องประดับทอง ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 5.39 เป็นผลจากการส่งออกไปยังตลาดอันดับ 1-4 อย่างฮ่องกง สหรัฐอเมริกา อิตาลี และสหราชอาณาจักร ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.87, ร้อยละ 7.49, ร้อยละ 9.65 และร้อยละ 28.77 ตามลำดับ ขณะที่สหรัฐอเมริกาและอิตาลี ตลาดอันดับ 5 ลดลงร้อยละ 3.60 ส่วนการส่งออกเครื่องประดับเงิน มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.47 เนื่องจากการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา อินเดีย สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นตลาดสำคัญในอันดับ 1-2 และ 4-5 ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.96, ร้อยละ 71.73, ร้อยละ 5.84 และร้อยละ 15.55 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกไปยังตลาดอันดับ 3 อย่างเยอรมนี ลดลงร้อยละ 1.35 ขณะที่การส่งออกเครื่องประดับแพลทินัม ขยายตัวได้ร้อยละ 115.79 จากการส่งออกไปยังตลาดสำคัญทั้ง 5 อันดับแรก อย่างญี่ปุ่น ฮ่องกง สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และไต้หวัน ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 95.69, ร้อยละ 76.65, ร้อยละ 417.71, ร้อยละ 53.08 และ ร้อยละ 24,299.98 ตามลำดับ

พลอยสี เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 8.65 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยโดยรวมของไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.88 โดยสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ เป็นพลอยเนื้อแข็งเจียรไน (ทับทิม แซปไฟร์ และมรกต) ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.42 มาจากการส่งออกไปยังฮ่องกง สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ ที่เป็นตลาดสำคัญอันดับ ที่ 1-2 และ 4-5 สามารถเติบโตได้ร้อยละ 13.28, ร้อยละ 46.74, ร้อยละ 21.31 และร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ขณะที่ตลาดอันดับที่ 3 อย่างอิตาลีลดลงร้อยละ 3.66 ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.68 เนื่องมาจากการส่งออกไปยังตลาด อันดับ ที่ 2 อย่างสหรัฐอเมริกา ยังขยายตัวสูงถึงร้อยละ 93.28 ส่วนตลาดสำคัญอันดับที่ 1 และ 3-5 อย่าง ฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย และอิตาลี ต่างหดตัวลงร้อยละ 6.60, ร้อยละ 4.51, ร้อยละ 0.85 และร้อยละ 36.17 ตามลำดับ

เพชร เป็นสินค้าส่งออกในอันดับที่ 5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.11 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีมูลค่าลดลงร้อยละ 33.51 โดยมีเพชรเจียรไนเป็นสินค้าส่งออกหลักในหมวดนี้ ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 33.33 จากการส่งออกไปยังฮ่องกง เบลเยียม อินเดีย และอิสราเอล ตลาดในอันดับ 1-2 และ 4-5 ได้ลดลงร้อยละ 23.60, ร้อยละ 59.96, ร้อยละ 77.06 และร้อยละ 8.98 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับ 3 อย่างสหรัฐอเมริกา ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 11.96

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยรายสินค้า ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-มี.ค. 67	ม.ค.-มี.ค. 68	ม.ค.-มี.ค. 67	ม.ค.-มี.ค. 68	ม.ค.-มี.ค. 68/67
1. ทองคำที่ยังมิได้ขึ้นรูปหรือทองคำสำเร็จรูป	1,601.39	3,549.46	38.92	41.10	121.65
2. แพลทินัม	1.60	2,390.09	0.04	27.68	149,133.67
3. เครื่องประดับแท้	1,232.31	1,345.21	29.95	15.58	9.16
3.1 เครื่องประดับเงิน	441.57	496.62	10.73	5.75	12.47
3.2 เครื่องประดับทอง	741.91	781.90	18.03	9.05	5.39
3.3 เครื่องประดับแพลทินัม	17.34	37.42	0.42	0.43	115.79
3.4 อื่นๆ	31.49	29.27	0.77	0.37	-7.04
4. พลอยสี	667.34	746.60	16.22	8.65	11.88
4.1 พลอยก้อน	45.48	19.91	1.11	0.23	-56.22
4.2 พลอยเนื้อแข็งเจียระไน	432.92	521.34	10.52	6.04	20.42
4.3 พลอยเนื้ออ่อนเจียระไน	188.94	205.35	4.59	2.38	8.68
5. เพชร	404.55	268.98	9.83	3.11	-33.51
5.1 เพชรก้อน	1.62	1.46	0.03	0.01	-9.69
5.2 เพชรเจียระไน	401.00	267.37	9.75	3.10	-33.33
5.3 อื่นๆ	1.93	0.15	0.05	0.00	-92.33
6. เครื่องประดับเทียม	79.24	78.27	1.93	0.91	-1.22
7. อื่นๆ	128.26	257.25	3.12	2.98	100.58
รวมทั้งสิ้น (1+2+3+4+5+6+7)	4,114.69	8,635.86	100.00	100.00	109.88

ที่มา: กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2568 เพิ่มขึ้นร้อยละ 102.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย อย่างอินเดีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อิตาลีสหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ญี่ปุ่น และสวิตเซอร์แลนด์ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1,306.80, ร้อยละ 5.44, ร้อยละ 23.85, ร้อยละ 5.56, ร้อยละ 0.32, ร้อยละ 19.47, ร้อยละ 10.30, ร้อยละ 30.49 และร้อยละ 33.66 ตามลำดับ ส่วนตลาดอันดับที่ 9 อย่างเบลเยียม ลดลงร้อยละ 28.53

มูลค่าการส่งออกไป **อินเดีย** มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เนื่องจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 93 เพิ่มขึ้นจากที่ไม่เคยมีการส่งออกมาก่อนในเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมทั้งสินค้ารองลงมาอย่าง เครื่องประดับเงินและพลอยเนื้อแข็งเจียระไน ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 71.73 และร้อยละ 7.87 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียระไนและพลอยเนื้ออ่อนเจียระไน ลดลงร้อยละ 77.06 และร้อยละ 0.85 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **ฮ่องกง** ซึ่งขยายตัวได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างพลอยเนื้อแข็งเจียระไน รวมทั้งสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน ได้เพิ่มขึ้น

ร้อยละ 13.28, ร้อยละ 5.87 และร้อยละ 34.71 ตามลำดับ ส่วนเพชรเจียรไน และพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 23.60 และร้อยละ 6.60 ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกา** ปรับตัวสูงขึ้น จากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการ อย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน และอัญมณีสังเคราะห์ ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.74, ร้อยละ 93.28, ร้อยละ 7.49, ร้อยละ 4.96 และร้อยละ 1,384.04 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออกไปยัง **เยอรมนี** มีมูลค่าเพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า เครื่องประดับทอง และเครื่องประดับเทียม ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 62.95, ร้อยละ 0.56 และร้อยละ 27.10 ตามลำดับ ส่วนการส่งออกเครื่องประดับเงิน พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ลดลงร้อยละ 1.35, ร้อยละ 3.05 และร้อยละ 41.21 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **อิตาลี** ที่ยังเติบโตได้ มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ซึ่งมีส่วนร้อยละ 65) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.65 ส่วนสินค้าสำคัญอื่น ๆ อย่างพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน เครื่องประดับเทียม และเครื่องประดับเงิน หดตัวลงร้อยละ 3.66, ร้อยละ 36.17, ร้อยละ 1.06 และร้อยละ 6.28 ตามลำดับ

การส่งออกไปยัง **สหราชอาณาจักร** ที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องจากการส่งออกสินค้าสำคัญอย่างเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน (ที่มีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 79) และสินค้าสำคัญอย่างเพชรเจียรไน และเครื่องประดับแพลทินัม ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.77, ร้อยละ 5.84, ร้อยละ 5.42 และร้อยละ 417.71 ตามลำดับ

ส่วนการส่งออกไปยัง **สหรัฐอเมริกาเม็กซิโก** ที่มีมูลค่าสูงขึ้นนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าอย่างเหรียญกษาปณ์ซึ่งทำจากทองคำที่เพิ่มขึ้นจากการเก็งกำไรทองคำ ขณะที่เครื่องประดับทอง เพชรเจียรไน และพลอยเนื้อแข็งเจียรไน ลดลงร้อยละ 3.60, ร้อยละ 6.05 และร้อยละ 18.23 ตามลำดับ

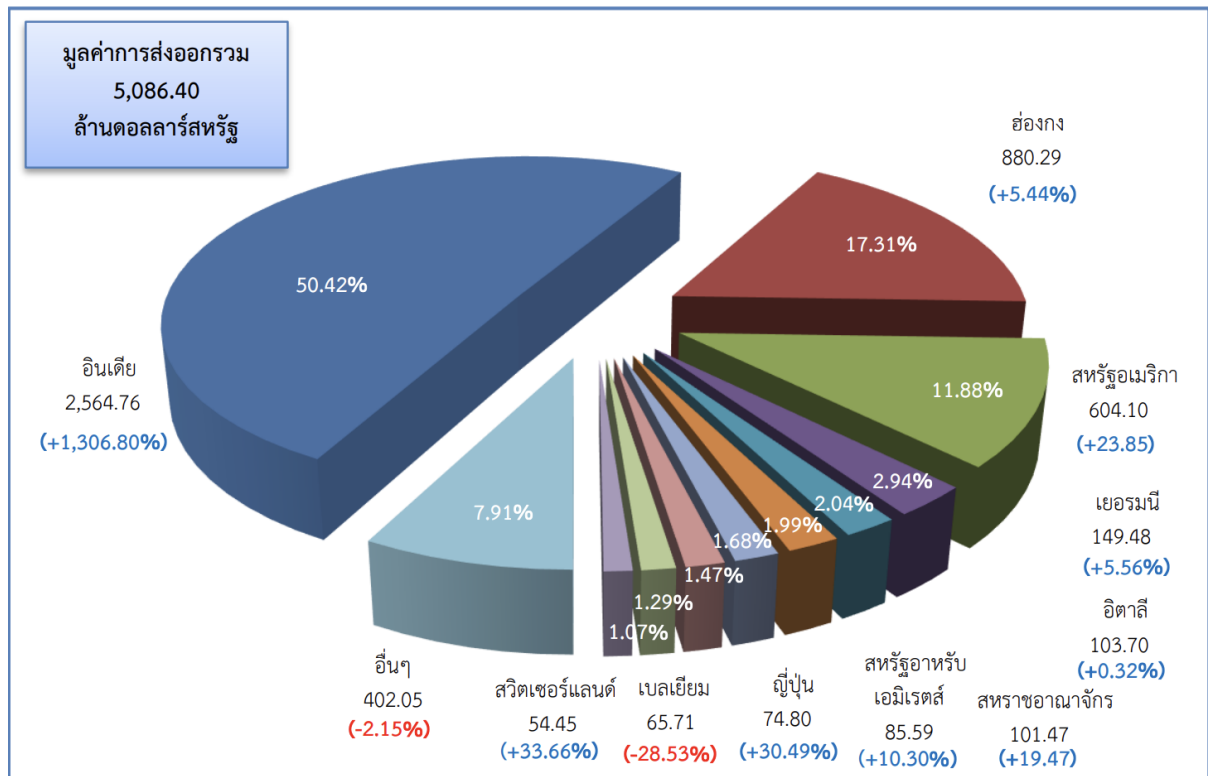
มูลค่าการส่งออกไปยัง **ญี่ปุ่น** ซึ่งขยายตัวได้นั้น มาจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง รวมทั้งสินค้าสำคัญรองมาอย่างเศษหรือของที่ใช้ไม่ได้ทำด้วยโลหะมีค่า และเครื่องประดับแพลทินัม ได้สูงขึ้นร้อยละ 26.37, ร้อยละ 64.03 และร้อยละ 95.69 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ปรับตัวลงร้อยละ 20.12 และร้อยละ 42.14 ตามลำดับ

ขณะที่การส่งออกไปยัง **สวิตเซอร์แลนด์** ปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเครื่องประดับทอง (ซึ่งมีส่วนร้อยละ 48) ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 132.79 และสินค้าสำคัญ อย่าง

พลอยเนื้อแข็งเจียรไน ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ส่วนพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน หดตัวลงร้อยละ 4.51

ส่วนการส่งออกไปยัง **เบลเยียม** ซึ่งลดลงนั้น เป็นผลจากการส่งออกสินค้าหลักอย่างเพชรเจียรไน (ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 29) ได้ลดลงร้อยละ 59.96 ส่วนพลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ยังเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 26.74 และร้อยละ 108.94 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 1 แผนภาพแสดงตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทย (ไม่รวมทองคำ) ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2568



ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

บทสรุป

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2568 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 109.88 แต่หากพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย เมื่อไม่รวมการส่งออกทองคำ มีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 102.38 และหากพิจารณาถึงมูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เมื่อหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกทองคำ และมูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสุกธัญยาตัวได้ร้อยละ 113.77 มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 โดยสินค้าสำคัญหลายรายการอย่าง เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง เครื่องประดับพลากิเนียม พลอยเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนเจียรไน ล้วนเติบโตได้ดี

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสุทธิของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ปี 2567 และปี 2568

รายการ	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		สัดส่วน (ร้อยละ)		เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	ม.ค.-มี.ค. 67	ม.ค.-มี.ค. 68	ม.ค.-มี.ค. 67	ม.ค.-มี.ค. 68	
มูลค่าส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	4,114.69	8,635.86	100.00	100.00	109.88
หัก มูลค่าส่งออกทองคำ	1,601.39	3,549.46	38.92	41.10	121.65
คงเหลือมูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำ	2,513.30	5,086.40	61.08	58.90	102.38
หัก มูลค่าสินค้าส่งกลับจากต่างประเทศ	236.81	219.84	5.76	2.55	-7.17
คงเหลือมูลค่าส่งออกสุทธิ	2,276.49	4,866.56	55.33	56.35	113.77

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมในไตรมาสแรกของปี 2568 นั้น พบว่า เศรษฐกิจระหว่างประเทศในหลายประเทศ แม้ว่าจะมีการเติบโตฟื้นตัวกลับมา มีการเติบโตของเศรษฐกิจภาคบริการและบริโภคภาคเอกชนที่หนุนส่ง แต่มีปัจจัยสำคัญที่สร้างความผันผวนจากนโยบายหลายประการของประธานาธิบดี ทรัมป์ โดยเฉพาะการตั้งกำแพงภาษีกับประเทศคู่ค้าทั่วโลก ส่งผลต่อความตึงเครียดทางการค้าและกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลก โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ได้ปรับลดคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจโลกในปี 2568 ลงร้อยละ 0.5 มาอยู่ที่ร้อยละ 2.8 จากที่เคยคาดการณ์ว่าจะเติบโตได้ร้อยละ 3.3 รวมทั้งการปรับลดการเติบโตของของสหรัฐอเมริกา จีน และอีกหลายประเทศ โดยสาเหตุของการปรับลดมาจากผลกระทบทางภาษีของสหรัฐฯ ซึ่งความตึงเครียดทางการค้าที่ยกระดับขึ้นนี้ จะจุดรั้งการเติบโตทางเศรษฐกิจให้ชะลอตัวลงไปอีก และ IMF ยังได้คาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจโลกในช่วง 5 ปีจากนี้ จะอยู่ที่ระดับร้อยละ 3.2 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในอดีตช่วงปี 2543- 2562 ที่อยู่ระดับร้อยละ 3.7 และยังไม่เห็นแนวโน้มจะฟื้นตัว หากไม่มีการปฏิรูปเชิงโครงสร้างที่สำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบดังกล่าวต่อเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างรุนแรง

ทั้งนี้ สถานการณ์ส่งออกในสามเดือนแรกของปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสามารถเติบโตได้ดีในเกือบทุกตลาดสำคัญ แม้การส่งออกจะขยายตัวดีแต่ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเร่งนำเข้าสินค้าของคู่ค้าก่อนมาตรการภาษีใหม่จะเริ่มมีผลบังคับใช้ซึ่งอาจเห็นได้ภายในช่วงประกาศระงับการขึ้นภาษีตอบโต้ชั่วคราว 90 วัน ดังนั้น ในช่วงเวลานี้ผู้ส่งออกควรใช้โอกาสในการเร่งการส่งมอบสินค้าและสรุปคำสั่งซื้อกับลูกค้าในสหรัฐฯ ให้มากที่สุดก่อนหมดระยะเวลา 90 วัน มีการวางแผนกระแสเงินสด เตรียมรับมือกับต้นทุนที่อาจเพิ่มขึ้นในอนาคตจากภาษี เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นทางการเงิน รวมทั้งบริหารห่วงโซ่อุปทานด้วยการพิจารณาการใช้วัตถุดิบ การผลิต และการกระจายสินค้า ไปยังประเทศที่มีแนวโน้มความเสี่ยงจากอัตราภาษีน้อยกว่า ร่วมกับการใช้ประโยชน์ด้าน FTA เพิ่มเติม เพื่อบริหารความเสี่ยงทางการค้าในระยะสั้น และวางรากฐานการปรับตัวระยะยาว เพื่อลดการพึ่งพาตลาดเดียว และสร้างเสถียรภาพทางธุรกิจในยุคความไม่แน่นอนของการค้าโลก

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

พฤษภาคม 2568

*พิภดัตราศูลการตอนที่ 71 ว่าด้วย “ไข่มุกรรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือทั้งรัตนชาติ โลหะมีค่า โลหะที่หุ้มติดด้วยโลหะมีค่า และของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องเพชรพลอย และรูปพรรณที่เป็นของเทียม เหรียญกษาปณ์”