

ฉบับที่ 2 เดือน กันยายน 2558

สาขาอัญมณี เครื่องประดับ และโลหะมีค่า ตอนที่ 2 ตอนจบ (การส่งออก-การนำเข้า สินค้าอัญมณี เครื่องประดับ และโลหะมีค่า ในตลาดโลกและตลาด ASEAN และตำแหน่งการแข่งขันของไทยในเวทีการค้าโลก)



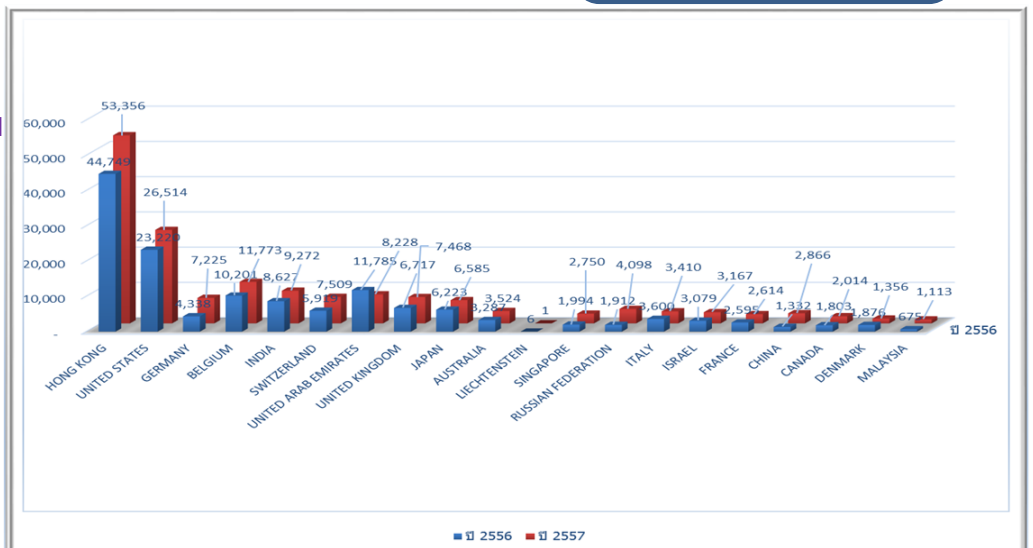
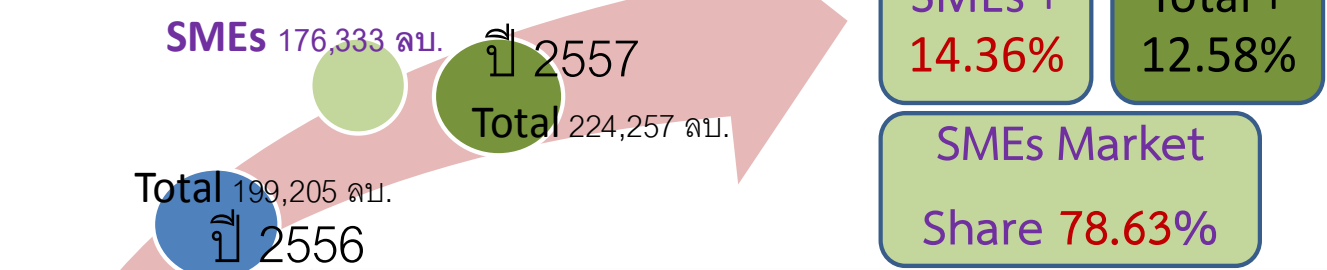
จากสถานการณ์ด้านจำนวนวิสาหกิจ การจ้างงานของวิสาหกิจ ที่เป็น SMEs รวมถึง ความสำคัญของกลุ่มสินค้าอัญมณีฯ ที่มีต่อ GDP ซึ่งได้ลงเผยแพร่ไว้ในฉบับที่ 1 เดือน สิงหาคม 2558 นั้น ในครั้งนี้จะเป็นการรายงานสถานการณ์ในส่วนของคุณสมบัติเกี่ยวกับด้าน การส่งออก และการนำเข้า ของกลุ่ม สินค้าอัญมณีฯ ในส่วนของตลาดโลก และเฉพาะตลาด ASEAN โดยจะเป็นข้อมูล เฉพาะสินค้าจากการผลิตหลักของ SMEs อันประกอบด้วย ① สินค้าจากผู้ผลิตเครื่องประดับ เพชรพลอยและโลหะมีค่า ② สินค้าจากผู้ผลิตสิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยและโลหะมีค่า ③ สินค้าที่ได้จากการ เจียรไนและการขัดเพชรพลอย รัตนชาติหรือกึ่งรัตนชาติ ที่ได้จากการสังเคราะห์ หรือทำขึ้นใหม่ และ

④ เครื่องประดับเพชรพลอยเทียม

- การส่งออกสินค้าไปตลาดต่างประเทศ

การส่งออกของผู้ประกอบการไทยสำหรับสินค้าอัญมณีฯ ในปี 2557 ภาพรวมขยายตัวจากปี 2556 ร้อยละ 12.58 โดยส่วนที่เป็น SMEs ขยายตัวร้อยละ 14.36 ซึ่งมากกว่าการขยายตัวของภาพรวม

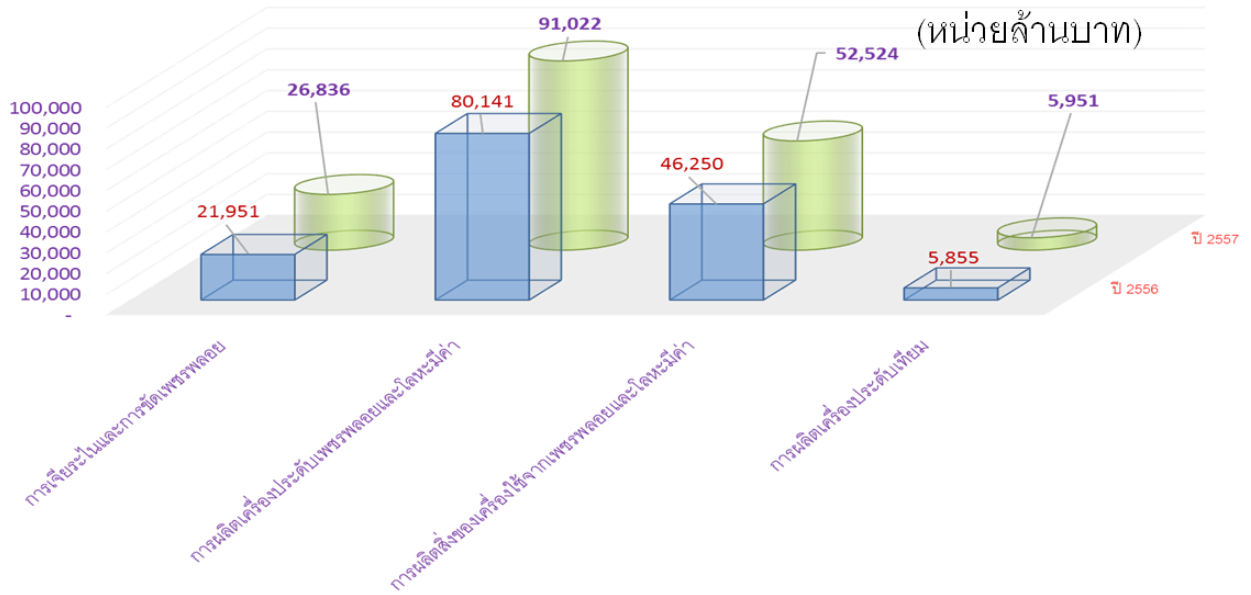
การส่งออกของ SMEs ไทย ไปตลาดโลก



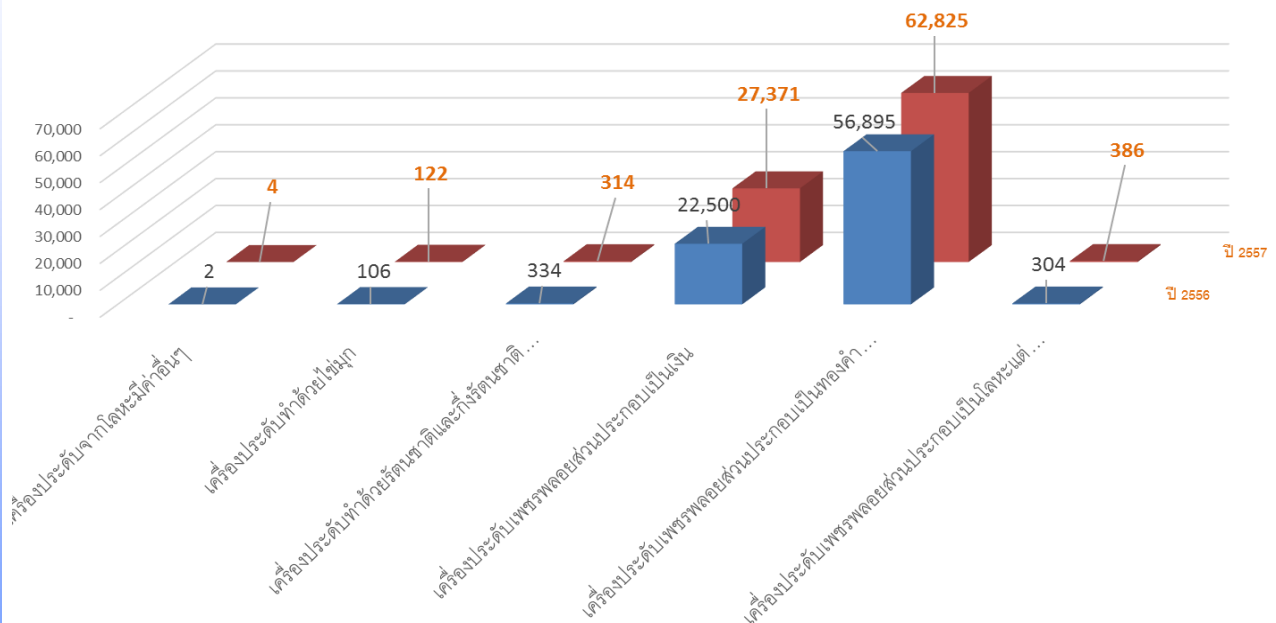
¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

ทั้งนี้การส่งออกของ SMEs มีมูลค่า 176,333 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งร้อยละ 78.63 จากมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ โดยตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของ SMEs คือฮ่องกง ด้วยมูลค่า 53,356 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.26 ของการส่งออกโดย SMEs ในกลุ่มอัญมณีฯ รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา และเบลเยียม ด้วยมูลค่า 26,514 ล้านบาท และ 11,773 ล้านบาท ตามลำดับ



ในปี 2557 การส่งออกของ SMEs มากที่สุดยังคงเป็นสินค้าจากเครื่องประดับเพชรพลอยฯ มีสัดส่วนร้อยละ 51.62 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 13.58 รองลงมาได้แก่ สินค้าของใช้จากเพชรพลอยฯ มีสัดส่วนร้อยละ 29.79 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 13.57 ขณะที่สินค้าเครื่องประดับเทียมฯ ขยายตัวจากปี 2556 เพียงร้อยละ 1.65

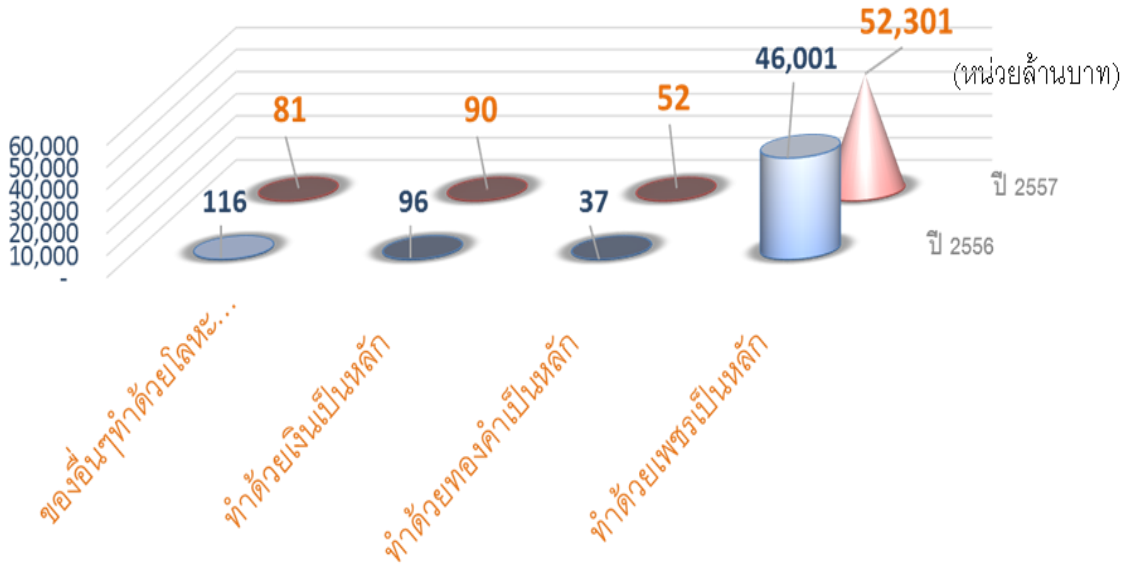


¹ การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

² ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

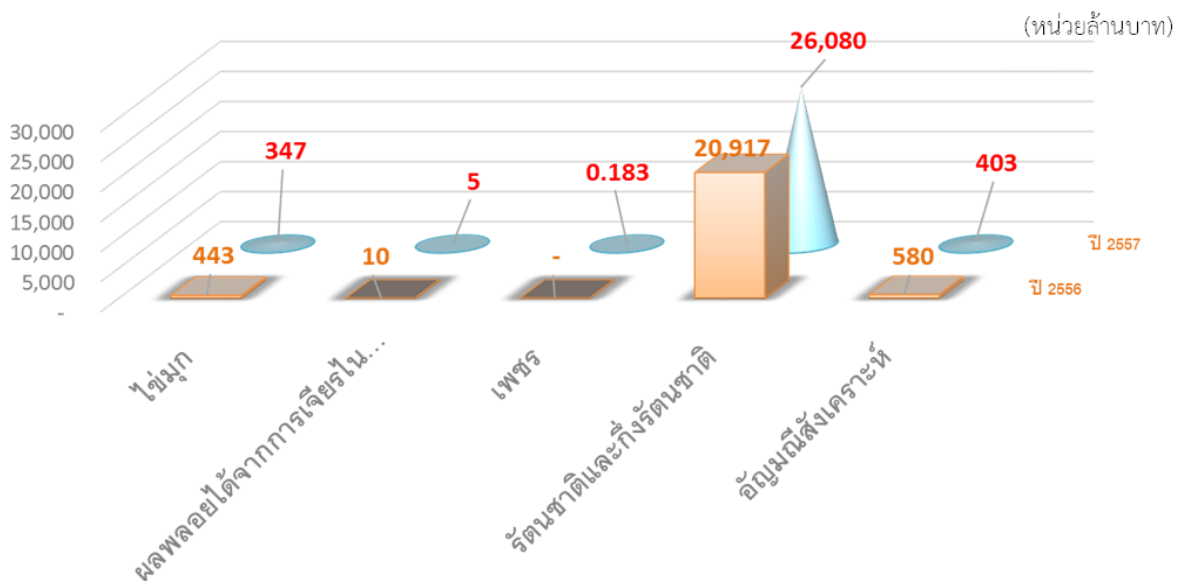
สำหรับสินค้าในกลุ่มเครื่องประดับเพชรพลอยฯ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดนั้น SMEs ส่งออกเครื่องประดับเพชรพลอย ส่วนประกอบทำด้วยทองคำหรือแพลตตินั่ม เป็นสินค้าหลักในกลุ่มนี้ โดยขยายตัวร้อยละ 10.42 สำหรับส่วนประกอบทำด้วยเงินขยายตัวร้อยละ 21.65 เมื่อเทียบกับปี 2556

(หน่วย: ล้านบาท)



ส่วนสินค้าในกลุ่มสิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยและโลหะมีค่าฯ SMEs ส่งออกสิ่งของเครื่องใช้ทำด้วยเพชรเป็นหลัก มีมูลค่า 52,301 ล้านบาท ในปี 2557 ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 13.70

สินค้าที่ได้จากการเจียระไนและการขัดเพชรพลอย สินค้าหลักของ SMEs ในการส่งออกที่สำคัญในกลุ่มได้แก่ รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติที่ผ่านการเจียระไนแล้ว ซึ่งในปี 2557 มีมูลค่า 26,080 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.18 ขยายตัวจากปี 2556 ร้อยละ 24.68

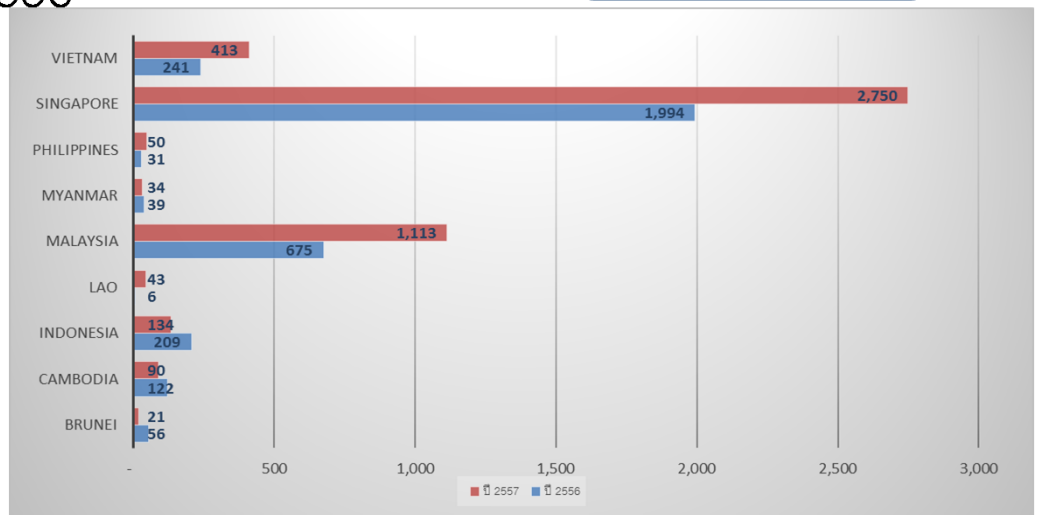
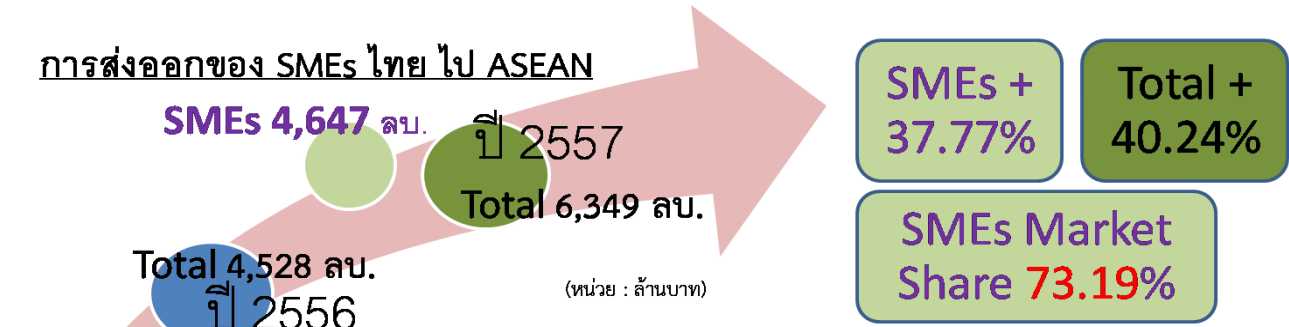


¹ การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

² ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

ด้านการส่งออกของ SMEs ไปยังกลุ่ม ASEAN ในปี 2557 มีมูลค่า 4,647 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 73.19 ของการส่งออกสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ ทั้งหมดไป ASEAN โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 37.77 ในขณะที่ภาพรวมการส่งออกทั้งหมดของสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ ไป ASEAN ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.24

การส่งออกของ SMEs ไทย ไป ASEAN



SMEs Market Share 74.50%

ประเทศใน ASEAN ที่ SMEs ส่งสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ ไปมากที่สุด ยังคงเป็นสิงคโปร์ เช่นเดียวกับการส่งออกในปี 2556 ด้วยมูลค่า 2,750 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 59.18 ของการส่งออกไป ASEAN ของ SMEs ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.91 รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย ด้วยมูลค่า 1,113 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 64.89

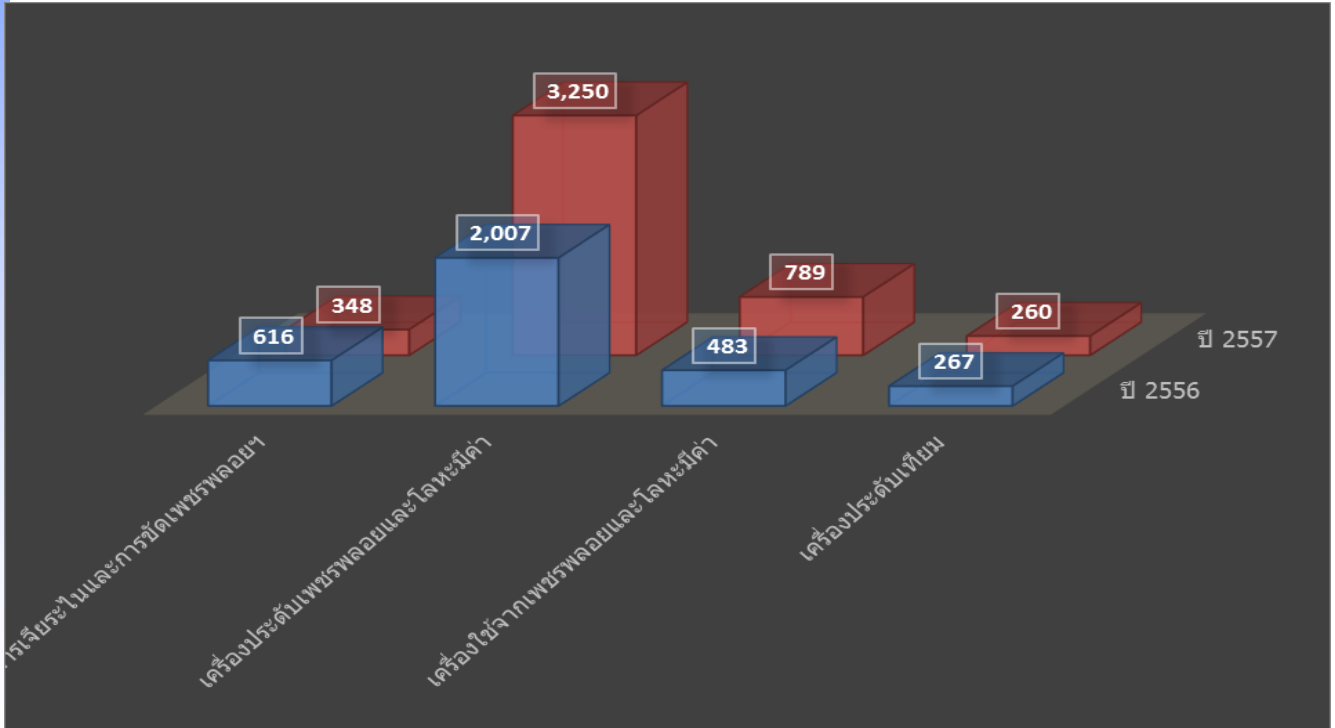
การส่งออกของ SMEs ในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไป ASEAN กลุ่มเครื่องประดับเพชรพลอยและโลหะมีค่าฯ เป็นกลุ่มที่มีการส่งออกไปประเทศในกลุ่ม ASEAN มากที่สุด เช่นเดียวกับภาพรวมการส่งออกไปตลาดโลก มี มูลค่า 3,250 ล้านบาท โดยมีของเครื่องใช้จากเพชรพลอยและโลหะมีค่า เป็นลำดับที่ 2 มูลค่าส่งออกรวมทั้งสิ้น 789 ล้านบาท ซึ่งสินค้าทั้งสองชนิดมีมูลค่าการส่งออกโดยรวมเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 60 ในปี 2557 เทียบกับปี 2556

แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าจากการเจียรไนและการขัดเพชรพลอย รัตนชาติหรือ ออแกนิคที่ ได้จากการสังเคราะห์ หรือทำขึ้นใหม่ และเครื่องประดับเพชรพลอยเทียมและสิ่งของที่เกี่ยวข้อง กลับมีมูลค่าการส่งออกโดยรวมสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ลดลงร้อยละ 43.5 และ 2.1

¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

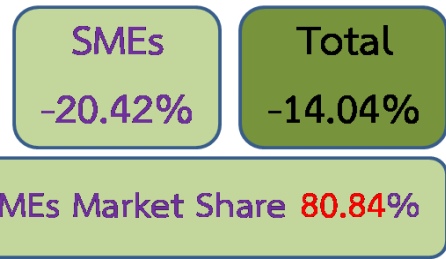
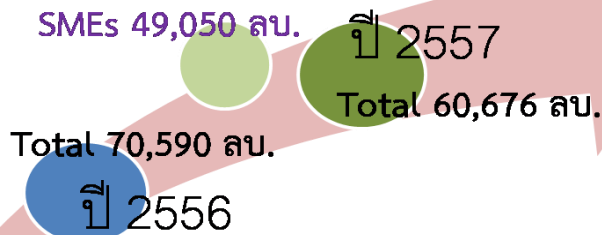
การส่งออกของ SMEs ไทย ไป ASEAN แยกตามกลุ่มสินค้า หน่วย: ล้านบาท



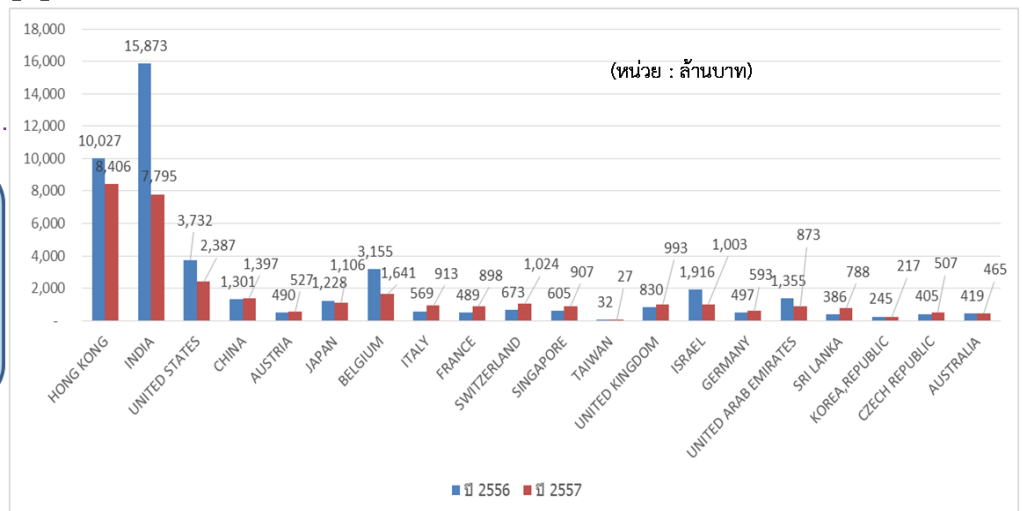
• การนำเข้าจากตลาดต่างประเทศ

การนำเข้าของผู้ประกอบการไทยสำหรับสินค้าอัญมณีฯ ในปี 2557 ภาพรวมหดตัวจากปี 2556 ร้อยละ 14.04 โดยส่วนที่เป็น SMEs หดตัวถึงร้อยละ 20.42

การนำเข้าของ SMEs ไทย จากตลาดโลก



SMEs Market Share 87.32%



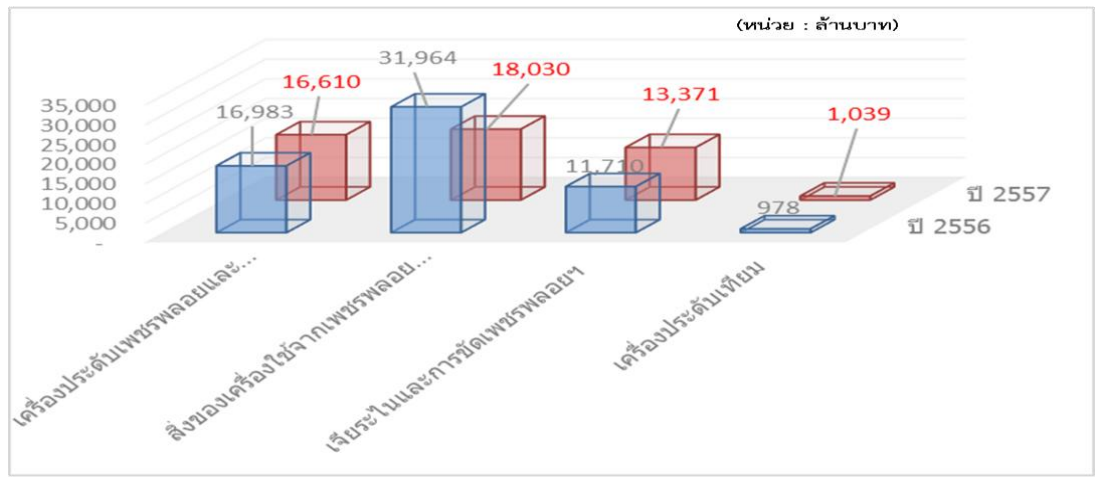
¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

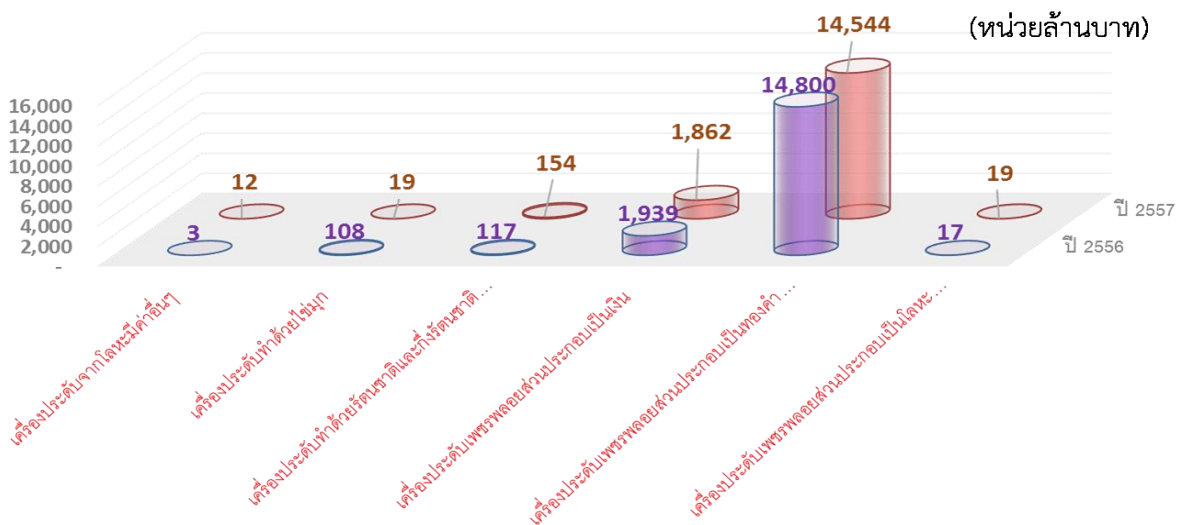
SMEs มีการนำเข้าในปี 2557 จากประเทศฮ่องกง มากที่สุด ด้วยมูลค่า 8,406 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.13 ของการนำเข้าทั้งหมดจาก SMEs สำหรับสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ รองลงมาเป็นการนำเข้าจาก อินเดีย และสหรัฐอเมริกา ด้วยมูลค่า 7,795 ล้านบาท และ 2,387 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า การนำเข้าจากอินเดียในปี 2557 นั้น ลดลงจากปี 2556 ถึงร้อยละ 50.89

ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายละเอียดแยกกลุ่มสินค้าที่ SMEs นำเข้าแล้วพบว่า กลุ่มสิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยฯ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการนำเข้ามากที่สุด ลดลงจากเดิมปี 2556 จาก 31,964 ล้านบาท เหลือเพียง 18,030 ล้านบาท หรือ ลดลงร้อยละ 43.59 ขณะที่กลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชรพลอยฯ ซึ่งมีมูลค่านำเข้าเป็นลำดับที่สอง ก็ลดลงเช่นกันแต่ไม่มากนักเพียงร้อยละ 2.20 สินค้าที่

มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นได้แก่ สินค้าจากการเจาะรูต่างๆ มีการนำเข้าในปี 2557 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.18 ส่วน เครื่องประดับเทียมเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.87



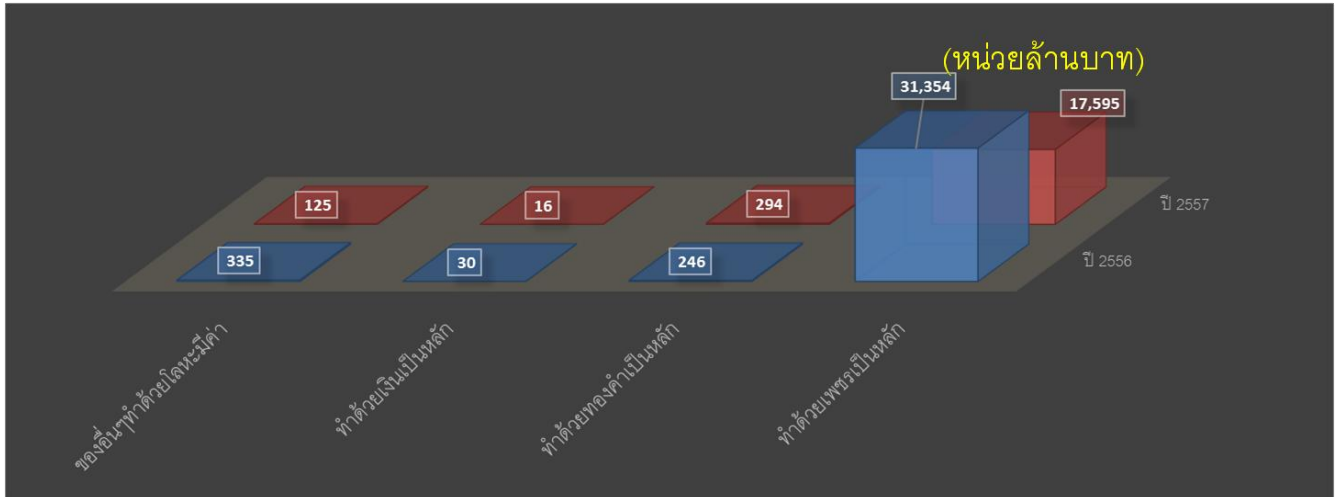
ในกลุ่มสินค้าเครื่องประดับเพชรพลอยฯ นั้น ปี 2557 SMEs นำเข้าเครื่องประดับเพชรพลอย ส่วนประกอบทำด้วยทองคำหรือแพลตตินั่ม เป็นสินค้าหลักในกลุ่มนี้ จาก 14,800 ล้านบาท เหลือ 14,544 ล้านบาท ซึ่งหดตัวลดลงร้อยละ 1.73 จากปี 2556 สำหรับส่วนประกอบทำด้วยเงินก็หดตัวลดลงร้อยละ 3.98 เมื่อเทียบกับปี 2556



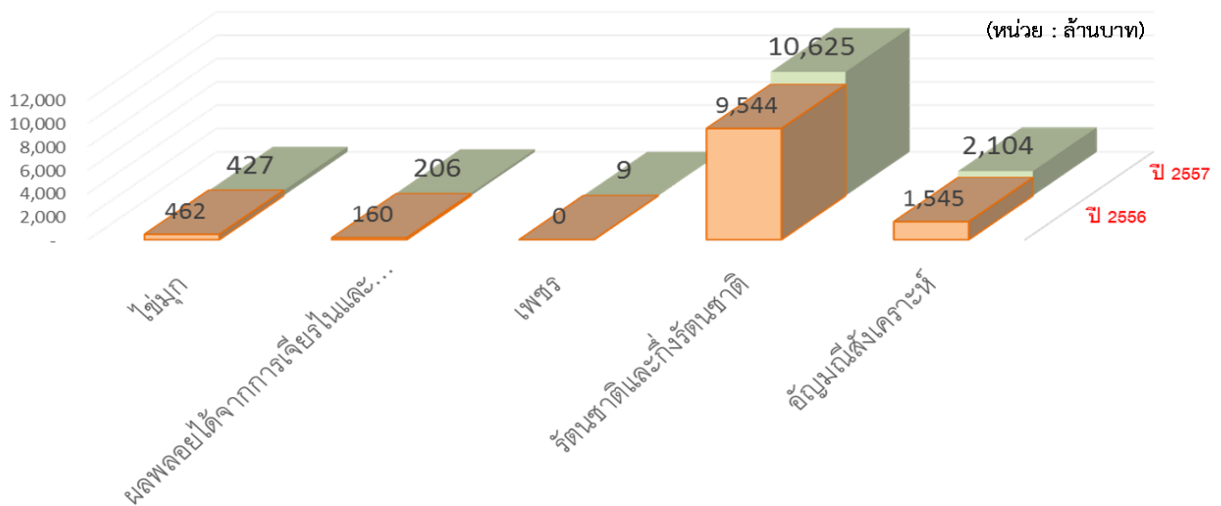
¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

ส่วนสินค้าจากการผลิตสิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยและโลหะมีค่าฯ ปี 2557 SMEs นำเข้าสิ่งของเครื่องใช้ทำด้วยเพชรเป็นหลัก จาก 31,354 ล้านบาท เหลือเพียง 17,595 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 43.88 เมื่อเทียบกับปี 2556 และส่งผลกระทบต่อภาพรวมการนำเข้าที่ลดลงของ SMEs สำหรับกลุ่มอัญมณีฯ ในปี 2557



ทางด้านสินค้าจากการเจียรไนและการขัดเพชรพลอยฯ SMEs มีการขยายตัวการนำเข้าเพิ่มขึ้น จากปี 2556 ร้อยละ 11.33 จากมูลค่า 9,544 ล้านบาท เป็น 10,625 ล้านบาท และอัญมณีสังเคราะห์ฯ นำเข้าเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 36.22 จาก 1,545 ล้านบาท เป็น 2,104 ล้านบาท



สุดท้าย สินค้าเครื่องประดับเทียม แม้จะมีการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.20 ในปี 2557 เมื่อเทียบกับปี 2556 แต่มูลค่ารวมมีเพียง 1,039 ล้านบาทเท่านั้น

มูลค่าการนำเข้า	ปี 2556	ปี 2557	การขยายตัว
เครื่องประดับเทียม	978	1,039	6.20%

¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

ด้านการนำเข้าของ SMEs จากกลุ่ม ASEAN ในปี 2557 มีมูลค่า 1,283 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 79.59 ของการนำเข้าสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ ทั้งหมดจาก ASEAN โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 17.42 ในขณะที่ภาพรวมการนำเข้าทั้งหมดของสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ จาก ASEAN ขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 6.22

ประเทศใน ASEAN ที่ SMEs นำสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ เข้ามาที่มากที่สุดในปี 2557 คือ สิงคโปร์ ด้วยมูลค่า 907 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 70.69 ของการนำเข้าจาก ASEAN ของ SMEs โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.91 รองลงมา ได้แก่ อินโดนีเซีย ด้วยมูลค่า 227 ล้านบาท หดตัวลงจากปี 2556 ร้อยละ 37.80

เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายกลุ่ม พบว่าสินค้าเครื่องประดับเพชรพลอยและโลหะมีค่าฯ เป็นกลุ่มที่มีการนำเข้ามาจากประเทศ

ในกลุ่ม

การนำเข้าของ SMEs ไทย จาก ASEAN

ASEAN มาก

ที่สุด คิดเป็นมูลค่า

1,025 ล้านบาท

เป็นการนำเข้าที่

เพิ่มขึ้นจากปี

2556 ร้อยละ

23.67 โดย

สิ่งของ

เครื่องใช้

จากเพชร

พลอย

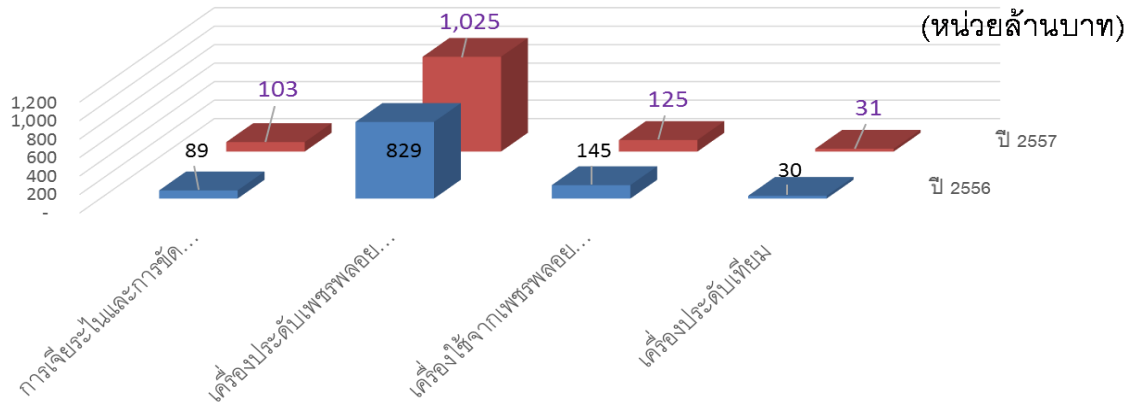
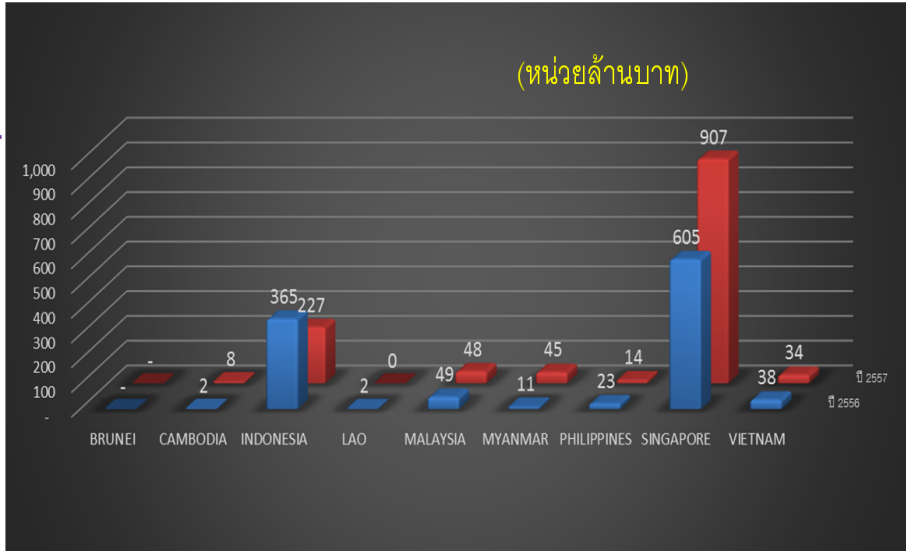
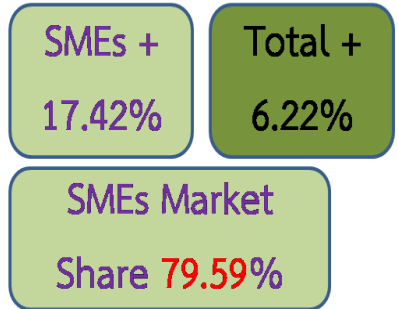
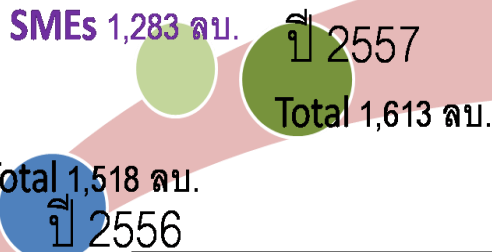
และโลหะ

มีค่าฯ ซึ่ง

มูลค่าการนำเข้าจากกลุ่ม

ประเทศใน ASEAN มาเป็นลำดับ

ที่ 2 รวมทั้งสิ้น 125 ล้านบาท แต่ลดลงจากปี 2556 ร้อยละ 14.21

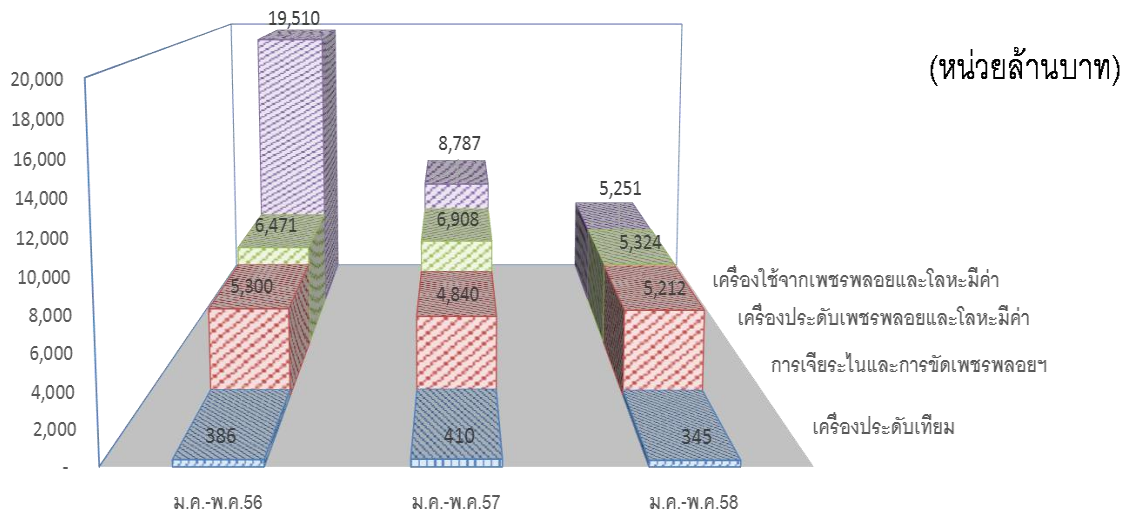


¹ การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ
² ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

ส่วนวิเคราะห์เดือนกันยายนทางเศรษฐกิจ ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเดือนกันยายนทางเศรษฐกิจ

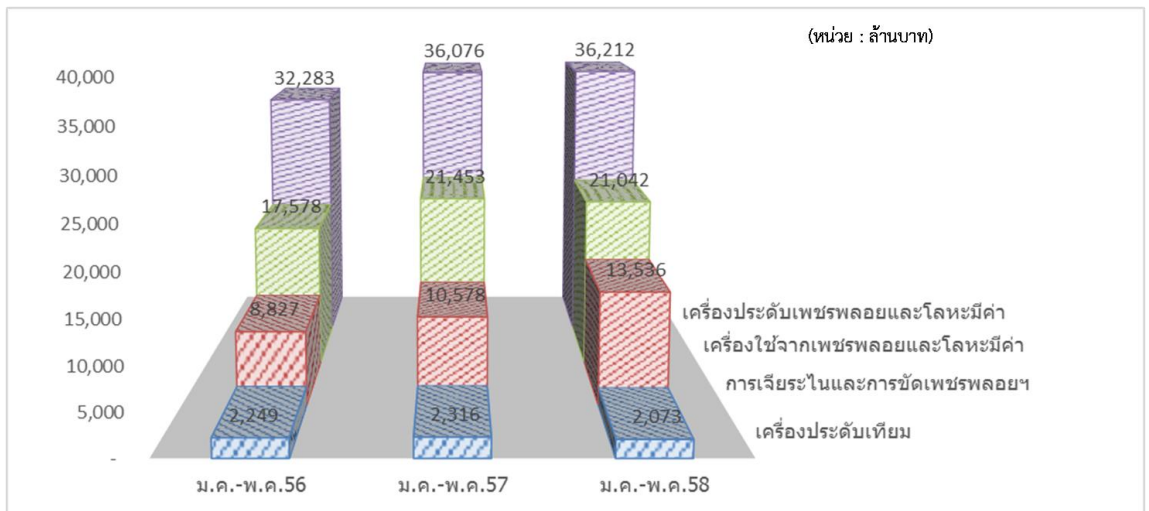
สถานการณ์ การส่งออก และ การนำเข้า ช่วง เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม 2558

การส่งออกสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มหลักของอัญมณีและเครื่องประดับ ๑ ระหว่างเดือน มกราคม - พฤษภาคม 2558 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของ ปี 2557 มีเพียงสินค้าจากการเจียรไนและการขัดเพชรพลอย ๑ ปรับตัวสูงถึง 27.96 ส่วนสินค้าในกลุ่มอื่นๆ นอกจากนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไม่มาก โดย สินค้าจาก การผลิต เครื่องประดับเพชรพลอย๑ มีการส่งออกเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.38 สินค้าจากการผลิตสิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอย ๑ และเครื่องประดับเพชรพลอยเทียม ๑ มีทิศทางลดลงแต่ ก็ไม่มาก คิดเป็นการลดลงร้อยละ 1.29 และร้อยละ 10.74 ตามลำดับ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเศรษฐกิจในภูมิภาคและเศรษฐกิจโลกที่ยังคงทรงตัว



ด้านการนำเข้าสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่ม หลักของ อัญมณีและเครื่องประดับ ๑ ระหว่างเดือน มกราคม - พฤษภาคม 2558 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของ ปี 2557 มีเพียงกิจกรรม การเจียรไนและการขัดเพชร พลอย๑ ที่มีการปรับตัวขึ้นร้อยละ 7.68 ส่วนสินค้ากลุ่มอื่นๆ มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง โดยการผลิต สิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอย๑ ลดลงมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 40.24 การผลิตเครื่องประดับเพชรพลอย ๑ ลดลงร้อยละ 22.92 และการผลิตเครื่องประดับเทียม ๑ ลดลงร้อยละ 15.83 สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ทรงตัว

ในทางลบ และการส่งออกที่ยังคงทรงตัว



¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

การแข่งขันของไทยในเวทีการค้าโลก

ในปี 2557 ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าหลักในอุตสาหกรรมอัญมณีฯ ในลำดับที่ 10 ด้วยมูลค่า 6,982 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา จากมูลค่าการส่งออกของทุกประเทศทั่วโลก รวมจำนวน 281,934 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือคิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 2.84 เท่านั้น ในขณะที่ประเทศจีน ยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดถึงร้อยละ 21.87 ด้วยมูลค่า 61,645 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยจีนมีอัตราการขยายตัวการส่งออกสูงถึงร้อยละ 26.84 มากกว่าอัตราการขยายตัวมูลค่าการส่งออกของโลก ซึ่งมีอัตราการขยายตัวจากปี 2556 ที่ร้อยละ 13.18 ขณะที่อินเดียและสหรัฐอเมริกา ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดการส่งออกเป็นลำดับที่สองและลำดับที่สามกลับมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 12.85 และ ร้อยละ 12.46 ตามลำดับ คิดเป็นมูลค่าเพียง 36,219 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และ 35,134 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เท่านั้น

Unit: US Dollar thousand

Rank	Exporters	Exported value in 2013	Exported value in 2014	Market Share 2013	Market Share 2014	Growth 2014/2013
1	China	48,602,164	61,644,948	19.51%	21.87%	26.84%
2	India	39,018,853	36,218,710	15.66%	12.85%	-7.18%
3	United States of America	31,605,512	35,134,394	12.69%	12.46%	11.17%
4	Hong Kong, China	22,917,727	26,373,754	9.20%	9.35%	15.08%
5	Israel	16,157,842	17,629,935	6.49%	6.25%	9.11%
6	Switzerland	12,327,375	14,016,626	4.95%	4.97%	13.70%
7	Myanmar	426,322	11,710,146	0.17%	4.15%	2646.78%
8	United Kingdom	7,014,156	8,110,929	2.82%	2.88%	15.64%
9	Italy	8,007,279	7,999,649	3.21%	2.84%	-0.10%
10	Thailand	6,581,250	6,982,216	2.64%	2.48%	6.09%
11	Belgium	6,772,338	6,846,825	2.72%	2.43%	1.10%
12	United Arab Emirates	9,685,987	6,742,574	3.89%	2.39%	-30.39%
13	France	5,095,433	5,954,643	2.05%	2.11%	16.86%
14	Singapore	5,584,991	5,124,570	2.24%	1.82%	-8.24%
15	Turkey	3,444,661	4,381,990	1.38%	1.55%	27.21%
16	Germany	3,479,718	3,365,614	1.40%	1.19%	-3.28%
17	Russian Federation	2,702,100	2,935,446	1.08%	1.04%	8.64%
18	Japan	1,929,044	2,505,465	0.77%	0.89%	29.88%
19	Malaysia	2,542,401	2,186,186	1.02%	0.78%	-14.01%
20	Indonesia	202,012	2,143,486	0.08%	0.76%	961.07%
21	Other Countrys	15,015,142	13,925,705	6.03%	4.94%	-7.26%

แต่ที่น่าสนใจคือการก้าวเข้ามาของพม่า หรือเมียนมาร์ ในเวทีการส่งออกโลกในฐานะผู้ส่งออกลำดับที่ 7 ซึ่งในปี 2557 พม่า มีมูลค่าการส่งออกถึง 11,710 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 4.15 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ถึงร้อยละ 2,646.78

ในส่วนของประเทศไทย ซึ่งมีตำแหน่งส่วนแบ่งตลาดในปี 2557 อยู่ในลำดับที่ 10 มีอัตราการขยายตัวการส่งออกจากปี 2556 ร้อยละ 6.09

¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

การส่งออกสินค้ากลุ่มอัญมณีฯ ของไทยในเวทีการค้าโลก ในปี 2557 เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มสินค้าจะพบว่า

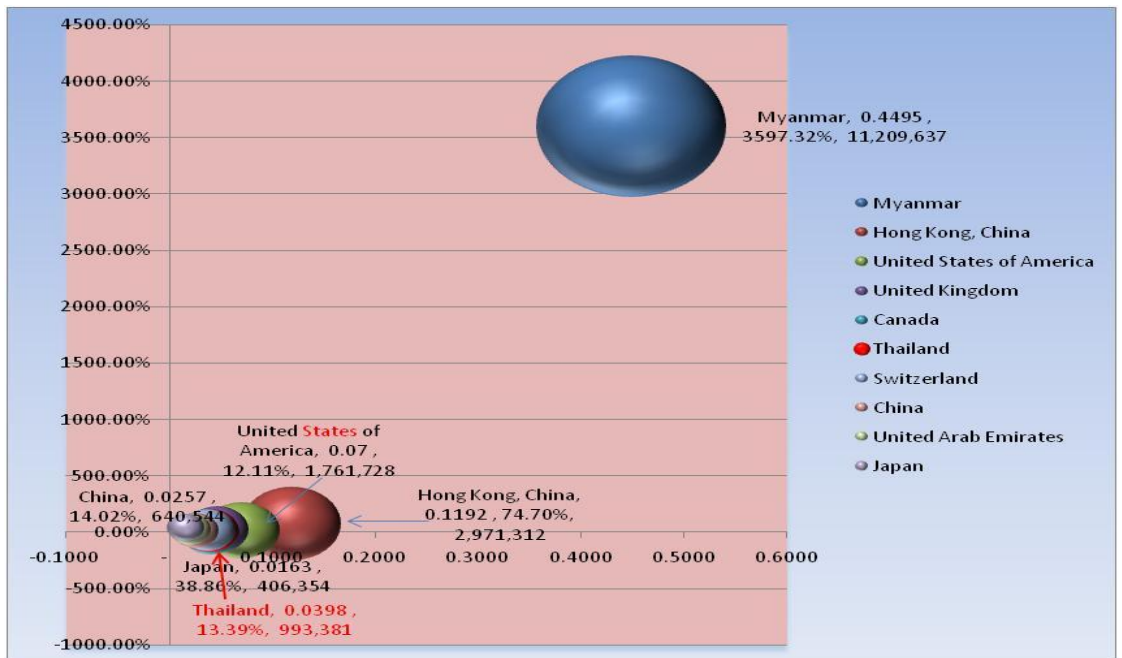
จะมี
ตำแหน่ง
ในการ
แข่งขัน
หรือส่วน
แบ่งใน
ตลาดโลก
ใกล้เคียง
กันคือ
ระหว่าง

Year	Exported value in 2013			Exported value in 2014			Thailand Δ% 2014/2013	world Δ% 2014/2013
	Thailand	World	Market Share	Thailand	World	Market Share		
กลุ่มหลัก สาขาอัญมณี เครื่องประดับ และของใช้จากโลหะมีค่า								
มูลค่าการส่งออกรวม	6,581,250	249,112,307	2.64%	6,982,216	281,933,811	2.48%	6.09%	13.18%
การเจียรไนและการขัดเพชรพลอย รัตนชาติหรือรัตนชาติที่ได้จากการสังเคราะห์ หรือทำขึ้นใหม่	876,113	11,834,018	7.40%	993,381	24,937,068	3.98%	13.39%	110.72%
การผลิตเครื่องประดับเพชรพลอยเทียมและสิ่งของที่เกี่ยวข้อง	412,590	7,977,208	5.17%	458,165	9,334,422	4.91%	11.05%	17.01%
การผลิตเครื่องประดับเพชรพลอยและโลหะมีค่า	3,740,237	109,171,513	3.43%	3,871,404	138,098,005	2.80%	3.51%	26.50%
การผลิตสิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยและโลหะมีค่า	1,552,310	120,129,568	1.29%	1,659,266	109,564,316	1.51%	6.89%	-8.79%

ร้อยละ 2-4 โดยกลุ่มสินค้าจากการผลิตเครื่องประดับเพชรพลอยฯ เป็นกลุ่มที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มสินค้าอื่นๆ ที่ส่งออกในตลาดโลกด้วยกัน คือ มีส่วนแบ่งตลาด ร้อยละ 2.80 และ มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 26.50 ในขณะที่สินค้าจากการเจียรไนฯ นั้น แม้จะมีอัตราการขยายตัวสูงมากถึงร้อยละ 110.72 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.98 แต่มีมูลค่าการส่งออกเพียง 993 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เท่านั้น

สินค้าจากการเจียรไนและการขัดเพชรพลอยฯ

แม้ว่า
ในภาพรวมการ
ส่งออกของ
กลุ่มอัญมณี
เครื่องประดับ
และโลหะมีค่า
ในปี 2557
เงินจะครอง
ส่วนแบ่ง
ตลาดโลกไว้ได้
ถึงร้อยละ
21.87 แต่เมื่อ



พิจารณาลึกลงไปในกลุ่มของสินค้าจะพบว่า ในกลุ่มของสินค้าที่ได้จากการเจียรไนและการขัดเพชรพลอยฯ พม่ามีการส่งออกเป็นลำดับที่ 1 ของโลก ด้วยมูลค่า 11,210 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มสินค้านี้ถึงร้อยละ 44.95 อัตราขยายตัวการส่งออกเทียบปี 2556 ถึงร้อยละ 3,597 ขณะที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ

¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

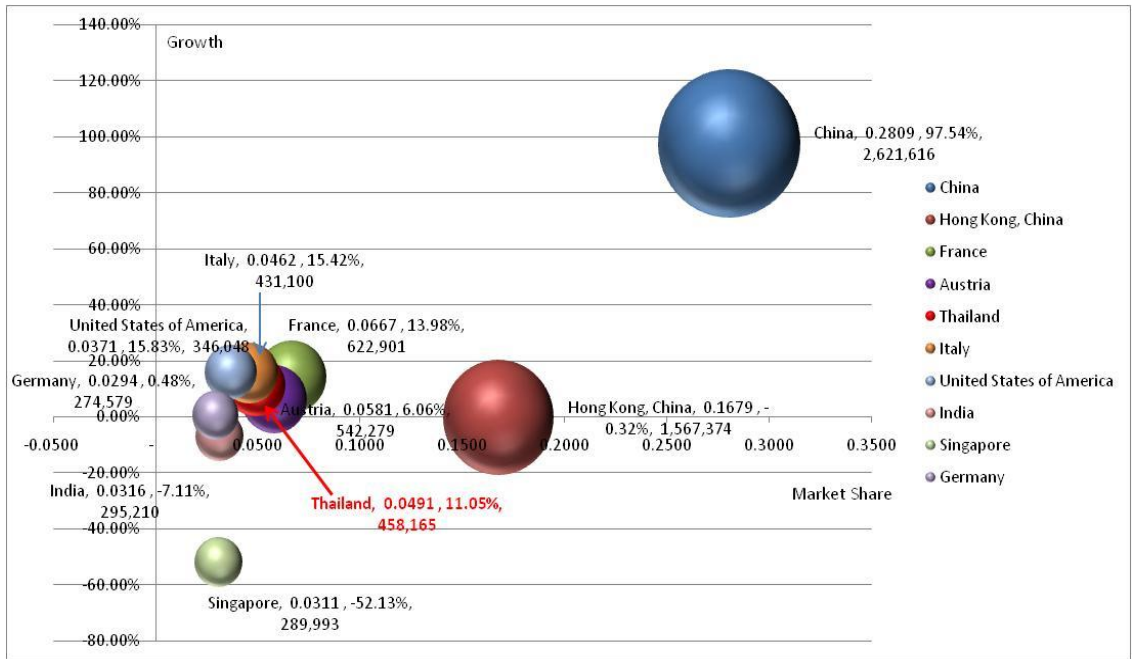
²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

3.98 หรือเป็นผู้ส่งออกในตลาดโลกมากเป็นลำดับที่ 6 ส่วนจีนจะมีการส่งออกเป็นลำดับที่ 8 ครอบคลุมแบ่งตลาดร้อยละ 2.57

สินค้าจากการผลิตเครื่องประดับเทียมๆ

ประเทศจีนยังคงครองส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของโลกไว้เช่นเดียวกับภาพรวมของอุตสาหกรรม จากกราฟจะพิจารณาได้ว่า ทั้งขนาด (มูลค่า) ส่วนแบ่งตลาด รวมถึงอัตราการขยายตัวของจีนสำหรับสินค้าในกลุ่มนี้ จะมีความ

ได้เปรียบ
กับคู่แข่ง
รายอื่นๆ
อยู่มาก
แม้แต่
ฮ่องกง (จีน)
ซึ่งมีส่ว
แบ่งตลาด
เป็นลำดับที่
2 ก็ยังไม่
สามารถ
แข่งขันกับ



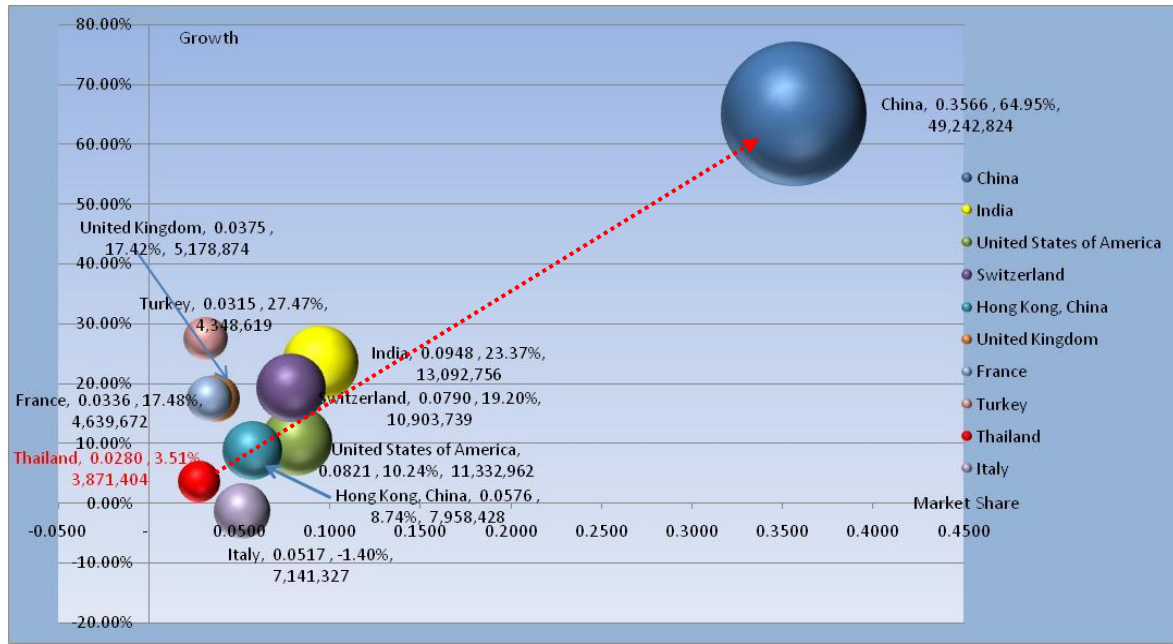
จีนได้ โดยเฉพาะอัตราการขยายตัวของ ฮ่องกง (จีน) นั้น ยังน้อยกว่า จีน (China) อยู่มากอย่างเห็นได้ชัด

เครื่องประดับเพชรพลอยๆ

สินค้าจากการผลิตเครื่องประดับเพชรพลอยและโลหะมีค่า ประเทศจีนยังคงครองตลาดการส่งออกโลกในกลุ่มสินค้านี้เช่นเดียวกับสินค้าที่ได้จากการผลิตเครื่องประดับเพชรพลอยเทียมและสิ่งของที่เกี่ยวข้อง และมีศักยภาพในการแข่งขันสูงล้ำหน้ากว่าคู่แข่งรายอื่นๆ ในเวทีการค้าโลกเช่นเดียวกัน คู่แข่งขันในลำดับที่ 2 ลงไปซึ่งรวมถึงประเทศไทยที่อยู่ในลำดับที่ 10 ยังคงต้องใช้พยายามอย่างมากในการจะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกโลกของสินค้าในกลุ่มนี้จากจีน โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งยังคงตามหลังทั้งขนาดและทิศทางอัตราการขยายตัวจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพในทุกๆ ด้านทั้งการสนับสนุน จากภาครัฐและการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการ โดยในช่วงแรกของการเพิ่มศักยภาพเพื่อการแข่งขันนั้น ทิศทางการแข่งขันที่ผู้ประกอบการของไทยจะต้องเผชิญอย่างรุนแรงคือผู้ประกอบการจาก ฮ่องกง สหรัฐอเมริกา สวิสเซอร์แลนด์ และอินเดีย ในขณะที่เดียวกันหากผู้ประกอบการจากอิตาลี ซึ่งในปี 2557 สูญเสียความสามารถในการแข่งขันอันเนื่องมาจากการขยายตัวติดลบร้อยละ 1.4 สามารถพลิกวิกฤตดังกล่าวให้กลับมามีการส่งออกขยายตัวได้ ก็จะเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ผู้ประกอบการจากไทยจะต้องแข่งขันด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในเวทีการค้าส่งออกโลก

¹ การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

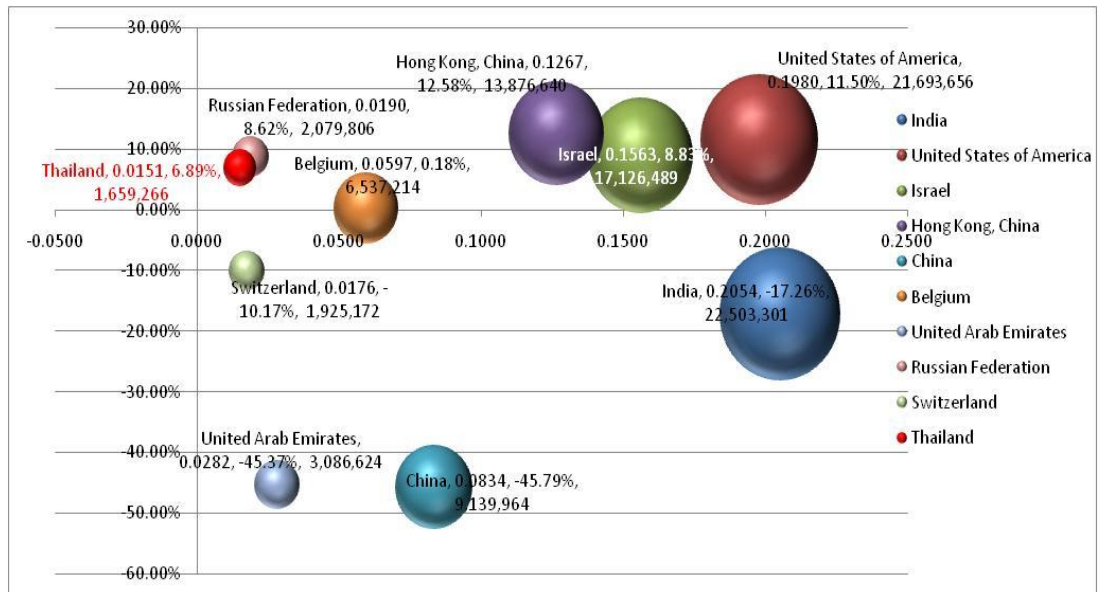
² ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557



สิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยฯ

สิ่งของเครื่องใช้จากเพชรพลอยและโลหะมีค่า แม้มูลค่าการส่งออกของไทยจะอยู่ในลำดับที่ 10 ของเวทีการ

ส่งออกของโลก แต่ด้วยหลายๆ ประเทศที่เป็นคู่แข่งขั้นนั้น ในปี 2557 มีอัตราการขยายตัวติดลบไม่ว่าจะเป็น อินเดีย จีน สวิสเซอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกา



เรสตร์ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากกราฟแล้วพบว่าการสูญเสียส่วนแบ่งตลาดของทั้ง 4 ประเทศ มีความเป็นไปได้ว่าจะถูกทดแทนโดยสินค้าจาก สหรัฐอเมริกา อิสราเอล และ ฮองกง ดังนั้นในอนาคตหากทั้ง อินเดีย จีน สวิสเซอร์แลนด์ และ สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ ยังไม่สามารถแก้ไขสถานการณ์นี้ได้ จะทำให้ผู้ประกอบการของไทยมีโอกาสเข้าไปเพิ่มส่วนแบ่งตลาดการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ในเวทีการค้าโลก

¹ การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

² ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557

สนใจข้อมูลเพิ่มเติม โปรดติดต่อสอบถามได้ที่ นายจักร มยุเรศ ส่วนวิเคราะห์เตือนภัยทางเศรษฐกิจ ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการเตือนภัยทางเศรษฐกิจ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โทรศัพท์ 02-298-3047

หมายเหตุ -ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำรายงาน ได้ดำเนินการใช้เกณฑ์การรวบรวมข้อมูลตามมาตรฐานสากล โดยในด้านจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจและการจ้างงานของวิสาหกิจ ได้ใช้การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 จัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC 2009) และที่จัดทำโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ควบคู่ไปกับ International Standard Industrial Classification of All Economics Activities (ISIC) Reversion 4.0 ซึ่งจัดทำโดย United Nations ทั้งนี้แหล่งข้อมูลที่นำมาประมวลผล ได้ใช้ข้อมูลของสำนักงานที่ได้รับการอนุเคราะห์จาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมส่งเสริมการเกษตร

สำหรับข้อมูลด้านการส่งออกและการนำเข้า ได้ใช้ข้อมูลที่สำนักงานได้รับจากกรมศุลกากรเป็นหลัก และมีบางส่วนได้ใช้ข้อมูลจาก United Nations Statistics Division และ The International Trade Center ซึ่งเป็นหน่วยงานพันธมิตรความร่วมมือของ UNCTAD/WTO (ITC) สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ Geneva, Switzerland โดยใช้เกณฑ์พิจารณาตาม [Harmonized System](#) 2012

¹การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 ฉบับปรับปรุงโดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ

²ฐานข้อมูล SMEs ล่าสุดเป็นฐานข้อมูล ปี 2557