

ส่งออกอัญมณี4เดือนเพิ่ม6.46% เผยเครื่องประดับเงินรัสเซียมาแรง

ผู้จัดการรายวัน360° - สถาบันอัญมณีฯ เผยยอดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ 4 เดือนไม่รวมทองคำ เพิ่ม 6.46% โดยตลาดส่งออกโตขึ้นทุกตลาด ทั้งสหภาพยุโรป สหรัฐฯ ตะวันออกกลาง อินเดีย จีน ญี่ปุ่นและรัสเซีย ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และจับตาเครื่องประดับเงินในรัสเซีย และ CIS มาแรงมาก

นางดวงกมล เจียมบุตร ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือจีไอที เปิดเผยว่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปยังประเทศต่างๆ ในช่วง 4 เดือนของปี 2561 (ม.ค.-เม.ย.) ไม่รวมทองคำที่ยังได้ขึ้นรูป มีมูลค่า 2,540.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 6.46% แต่หากรวมทองคำจะมีมูลค่า 4,181.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง 6.04% ซึ่งยังถือว่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีการเติบโตที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เพราะสินค้าทองคำ การส่งออกจะเป็นไปตามราคาตลาดโลก หากราคาสูงขึ้น ก็จะมีการส่งออกมาก แต่หากราคาลดลง ก็จะส่งออกน้อยลง

สำหรับสินค้าที่ส่งออกได้เพิ่มขึ้น ได้แก่ เครื่องประดับทอง เพิ่มขึ้น 13.46% เครื่องประดับพลาทินัม เพิ่มขึ้น 3.69% เพชรเจียรไน เพิ่มขึ้น 10.08% พลอย

เนื้อแข็งเจียรไน เพิ่มขึ้น 5.96% พลอยเนื้ออ่อนเจียรไน เพิ่มขึ้น 4.91% และเครื่องประดับเทียม เพิ่มขึ้น 19.79% ส่วนเครื่องประดับเงิน ลดลง 1.84%

ส่วนตลาดส่งออก ได้แก่ สหภาพยุโรป เพิ่ม 8.75% ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมีกำลังใจ ส่งผลให้มีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น ตะวันออกกลาง เพิ่ม 19.52% ดีขึ้นต่อเนื่อง จากการที่ผู้บริโภคนิยมสินค้าไทย อินเดีย เพิ่ม 29.67% จากการนำเข้าเพชรเจียรไนและพลอยเนื้อแข็งเจียรไนไปใช้ทำเครื่องประดับเพิ่มทั้งชายในประเทศและส่งออก ญี่ปุ่น เพิ่ม 2.87% ดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ จีน เพิ่ม 13.27% ซึ่งเป็นการส่งออกสูงสุดในรอบ 3 ปี จากการที่ชาวจีนเชื่อมั่นและนิยมสินค้าจากไทย ทำให้มีการซื้อเพิ่มขึ้น อาเซียน เพิ่ม 1.57% โดยเฉพาะตลาดบรูไน เติบโตสูงมากถึง 27.26% ส่วนรัสเซียและ CIS เพิ่ม 30.48% โดยเครื่องประดับเงิน เป็นดาวเด่นที่เติบโตสูง

นางดวงกมลกล่าวว่า แนวโน้มการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ คาดว่า

จะยังคงส่งออกได้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจคู่ค้า แต่ต้องจับตาสงครามการค้าที่นำโดยสหรัฐฯ ที่นอกจากจะใช้มาตรการกับจีน ยังมีแนวโน้มใช้กับประเทศอื่นๆ รวมถึงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างรัสเซียกับสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ที่เริ่มมีความตึงเครียด ซึ่งผู้ประกอบการไทยจะต้องมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และวางแผนรับมือและหากลยุทธ์ส่งออกใหม่ๆ เพื่อช่วงชิงตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดคู่ค้าเดิมให้ได้ และต้องบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนด้วย.