



Industry Analysis & ESG Reports | **ธุรกิจ** **อัญมณีและเครื่องประดับ**

Key Highlights:

August 26, 2025

- รายได้รวมของธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2568-69 คาดว่าจะหดตัวที่ -1.8%YoY และ -2.2%YoY ตามลำดับ แบ่งเป็นตลาดส่งออก (75% ของยอดขายทั้งหมด) คาดว่าในปี 2568 และ 2569 จะหดตัว -1.1%YoY และ -1.9%YoY ตามลำดับ ส่วนตลาดในประเทศ (25% ของยอดขายทั้งหมด) ปี 2568-69 คาดว่าจะหดตัว -3.8%YoY และ -3.0%YoY ตามลำดับ
- อัตรากำไรในปี 2568-69 แม้ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปยังผู้บริโภค แต่อัตรากำไรจะถูกลดลงจากยอดขายที่อาจลดลงหากราคาสินค้ามีการเพิ่มขึ้นตามต้นทุนราคาทองที่อยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องเผชิญความเสี่ยงสำคัญ ได้แก่ 1) การปรับขึ้นภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs) โดยสหรัฐฯ ได้ปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากไทยในอัตรา 19% และเริ่มใช้ในวันที่ 7 ส.ค. 2568 ซึ่งอาจกระทบต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังสหรัฐฯ 2) การถูกตัดตลาดจากสินค้านำเข้าจากจีน และช่องทางที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามผลกระทบจากสงครามการค้า 3) การขาดแคลนแรงงานฝีมือทักษะสูงที่เชี่ยวชาญการเจียรไนพลอย 4) การขาดแคลนวัตถุดิบและความผันผวนของราคาวัตถุดิบสำคัญ 5) การแข็งค่าของเงินบาทอาจบั่นทอนความสามารถในการส่งออกอัญมณี และ 6) เทคโนโลยี Disruption เช่น 3D Printing
- ในระยะข้างหน้าผู้ประกอบการสามารถต่อยอดสู่การผลิตอัญมณีที่มีความยั่งยืน โดยเฉพาะกลุ่ม Sustainable Jewellery เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการสังเคราะห์ ซึ่งจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างพลังงานแสงอาทิตย์

Disclaimer: บทความนี้จัดทำขึ้นโดย บมจ. ธนาคารกรุงไทย (ธนาคาร) เพื่อนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์แก่สาธารณะ โดยรวบรวมและอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือ หรือการเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏ ณ ขณะจัดทำ ซึ่งข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ ธนาคารมิอาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์ ความถูกต้อง หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใด ๆ อีกทั้งธนาคารจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้บทความนี้หรือเนื้อหาในบทความนี้ ไม่ว่ากรณีใด ๆ ก็ตาม

เนื้อหาและข้อมูลใด ๆ ที่หมดอายุปรากฏในบทความนี้ ถือเป็นทรัพย์สินและทรัพย์สินทางปัญญาของธนาคาร การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้หรือดำเนินการใด ๆ ไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ธนาคาร หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้น ๆ และไมอนุญาตให้ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดนอกเหนือจากการใช้ส่วนตัว เว้นแต่จะได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร



นักวิเคราะห์

อติเดช พงศ์หวาน

0-2208-3598

atidej.phongwan@krungthai.com

ในปี 2568-69 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมคาดมีแนวโน้มหดตัวที่ $-1.8\%YoY$ และ $-2.2\%YoY$ ตามลำดับ แบ่งเป็น 1) ตลาดส่งออก (สัดส่วน 75% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดว่าจะหดตัวที่ $-1.1\%YoY$ และ $-1.9\%YoY$ ตามลำดับ โดยสินค้ากลุ่มที่มีความโดดเด่นทั้งสัดส่วนและมูลค่าที่ขยายตัวต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564-67 ได้แก่ เครื่องประดับทอง พลอย และเครื่องประดับเงิน ทั้งนี้ การส่งออกในปี 2568 คาดจะหดตัวในตลาดหลักส่วนใหญ่จากการชะลอตัวเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ผลกระทบจาก Trade War การแข็งค่าของเงินบาท แม้ตลาดสหรัฐฯ (21%) คาดจะยังขยายตัวเล็กน้อยจากการเร่งนำเข้าของคู่ค้าก่อนมาตรการตอบโต้ทางภาษีใหม่จะเริ่มบังคับใช้ แต่ตลาดยุโรป (22%) ตลาดอินเดีย (8%) มีแนวโน้มลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มชะลอตัว ขณะที่ตลาดฮ่องกง (26%) ซึ่งนำเข้าสินค้าจากไทยเพื่อ Re-Export ไปจีน มีแนวโน้มลดลงตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ส่วนปี 2569 แนวโน้มตลาดส่งออกยังหดตัวต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งจากฐานสูงหลังมีการเร่งนำเข้าในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 ประกอบกับคาดการณ์เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่ยังไม่ดีขึ้นจากปีก่อนจะทำให้ความต้องการสินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับเติบโตได้มีด้นัก 2) ตลาดในประเทศ (25% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดหดตัว $-3.8\%YoY$ ในปี 2568 และ $-3.0\%YoY$ ในปี 2569 โดยการหดตัวในปี 2568 มีปัจจัยบั่นทอนจากปริมาณการขายที่ลดลงจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง การชะลอการใช้จ่ายภายในประเทศจากความกังวลด้านผลกระทบจาก Trade War หนี้ครัวเรือน อีกทั้งราคาเครื่องประดับทองที่สูงขึ้นต่อเนื่อง ส่วนในปี 2569 คาดว่าปริมาณการขายจะหดตัวในอัตราที่ชะลอลงจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่ราคากองค้ายังคงอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกับปี 2568 อย่างไรก็ตาม ปัญหาการถูกตีตลาดจากสินค้านำเข้าจีน (China Flooding) อาจทวีความรุนแรงขึ้นจากการที่จีนไม่สามารถส่งออกไปยังสหรัฐฯ ในบางหมวด เช่น เครื่องประดับแท่งที่ผลิตจากทองผสมโลหะอื่น ซึ่งหากมีการนำเข้าจากจีนเพิ่ม 10% ของยอดส่งออกจากจีนไปสหรัฐฯ ก็ใกล้เคียงกับยอดนำเข้าของไทยจากจีนทั้งปี 2567 แล้ว

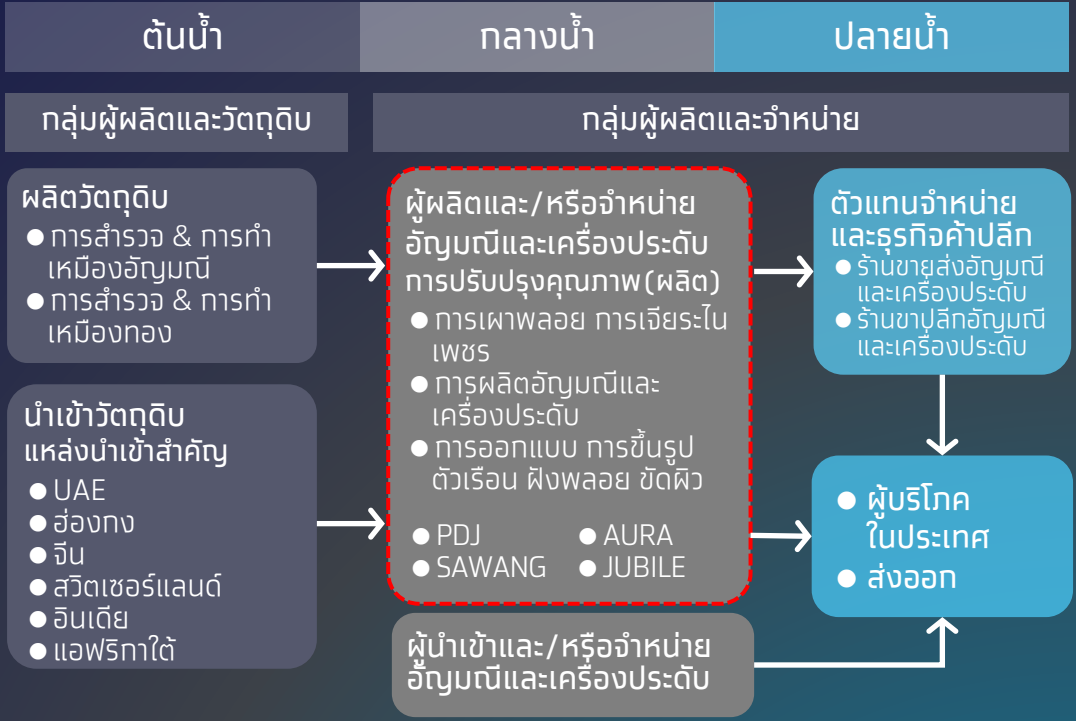
สำหรับอัตราค่าในปี 2568-69 แม้ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปยังผู้ซื้อได้ แต่อัตราค่าอะไรจะถูกกดดันจากยอดขายที่อาจลดลงหากราคาสินค้ามีการปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนราคาทองที่อยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องเผชิญความเสี่ยงสำคัญ ได้แก่ 1) การปรับขึ้นภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs) โดยสหรัฐฯ ปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากไทยเป็น 19% และเริ่มใช้ในวันที่ 7 ส.ค. 2568 อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยอาจแย่งส่วนแบ่งตลาดสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นบางส่วน เนื่องจากไทยถูกเก็บภาษีนำเข้าในอัตราที่ต่ำกว่าอินเดีย (50%) จึงอาจช่วยบรรเทาผลกระทบในตลาดส่งออกได้บ้าง 2) การถูกตีตลาดจากสินค้านำเข้าที่มีราคาต่ำกว่าจากจีน และฮ่องกงที่โน้มเพิ่มขึ้นตามผลกระทบสงครามการค้า 3) การขาดแคลนแรงงานฝีมือทักษะสูงที่เชี่ยวชาญการเจียระไนพลอย 4) การขาดแคลนวัตถุดิบและความผันผวนของราคาวัตถุดิบสำคัญ 5) การแข็งค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นปัจจัยบั่นทอนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และ 6) ความเสี่ยงจาก Technology disruption เช่น เทคโนโลยี 3D Printing และ CNC Machining ที่ช่วยให้คู่แข่งสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับไทย แต่ใช้เวลาในการผลิตและต้นทุนที่ต่ำกว่า

ในระยะข้างหน้า ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับอาจต้องเผชิญกับความท้าทายสำคัญจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศคู่ค้าที่เข้มงวดขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการฯ อาจต้องนำแนวคิดด้าน ESG มาผนวกรวมกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การได้รับรองมาตรฐานจาก Responsible Jewellery Council (RJC) ซึ่งกำหนดมาตรฐานด้านจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อมในห่วงโซ่อุปทานของเครื่องประดับ

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจ

ที่มา: รวบรวมโดย Krungthai COMPASS

ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ



ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ

ที่มา: SETSMART ณ บ.ย. 2568 และคำนวณโดย Krungthai COMPASS

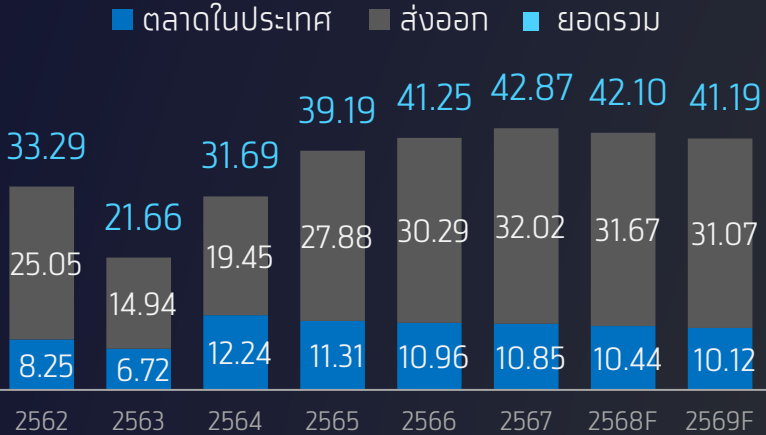
หมายเหตุ: คำนวณจากผลประกอบการของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 4 บริษัท ได้แก่ PDJ, SAWANG, AURA และ JUBILE

ปี 2567 (ล้านบาท)				3M/2568 (ล้านบาท)			
Revenue (%YoY)	Operating Profit (%YoY)	Net Income (%YoY)	ROE (%)	Revenue (%YoY)	Operating Profit (%YoY)	Net Income (%YoY)	ROE (%)
38,654.9 (+10.2%)	1,963.1 (+17.2%)	1,230.3 (+11.5%)	11.9%	9,978.7 (+3.2%)	573.6 (+17.0%)	344.3 (+25.4%)	12.2%

ในปี 2568-69 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับคาดว่าจะหดตัวทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ส่งผลให้มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับรวมหดตัว -1.8%YoY และ -2.2%YoY ตามลำดับ โดยตลาดส่งออก ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 75% ของมูลค่าตลาดรวม คาดว่าจะหดตัวที่ -1.1%YoY และ -1.9%YoY ตามลำดับ ขณะที่ตลาดในประเทศที่มีสัดส่วนประมาณ 25% ของมูลค่าตลาดรวม คาดจะหดตัวด้วยอัตรา -3.8%YoY และ -3.0%YoY

ที่มา: BOL-enlite, กระทรวงพาณิชย์ และคาดการณ์โดย Krunghthai COMPASS

ยอดขายอัญมณีและเครื่องประดับของไทย (หมื่นล้านบาท)



	อัตราการเติบโต (%YoY)	
	2568F	2569F
มูลค่าตลาดในประเทศ	-3.8%	-3.0%
มูลค่าการส่งออก	-1.1%	-1.9%
รวม	-1.8%	-2.2%

อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำไม่ขึ้นรูป) เป็นสินค้าส่งออกอันดับ 4 ของไทย คิดเป็น 3.2% ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดในปี 2567 ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าตลาดส่งออกอัญมณีฯ ในปี 2568-69 จะหดตัว -1.1%YoY และ -1.9%YoY ตามลำดับ โดยในปี 2568 คาดจะหดตัวในตลาดหลักส่วนใหญ่จากการชะลอตัวเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ผลกระทบจาก Trade War และเงินบาทที่โน้มแข็งค่า แม้ตลาดสหรัฐฯ (21%) คาดจะยังขยายตัวเล็กน้อยจากการเร่งนำเข้าของคู่ค้าก่อนมาตรการตอบโต้ทางภาษีจะเริ่มบังคับใช้ แต่ตลาดยุโรป (22%) ตลาดอินเดีย (8%) มีแนวโน้มลดลงตามภาวะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มชะลอตัว ขณะที่ตลาดฮ่องกง (26%) ซึ่งนำเข้าสินค้าจากไทยเพื่อ Re-Export ไปจีน มีแนวโน้มลดลงตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ส่วนปี 2569 การส่งออกโดยรวมยังหดตัวต่อเนื่องส่วนหนึ่งจากฐานสูงหลังมีการเร่งนำเข้าในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 ประกอบกับคาดการณ์เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่ยังไม่ดีขึ้นจากปีก่อนหน้า จึงคาดว่าจะทำให้ความต้องการสินค้าในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับเติบโตได้ไม่ดีนัก

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, IMF, World Gold Council และ The Silver Institute
หมายเหตุ: แยกสี่ชิ้นอยู่กับระดับการขยายตัวของมูลค่านำเข้า โดยแบ่งเป็น 6 ช่วง (มากกว่า 20% เขียวเข้ม/10%-20% เขียว/0%-10% เขียวอ่อน/(-10%)-(-0%) เหลือง/(-20%)-(-10%) แดง/ติดลบมากกว่า -20% แดงเข้ม)
มูลค่าส่งออก คำนวณจากมูลค่าส่งออกสินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับไม่รวมทองคำยังไม่ขึ้นรูป และพลอยกึ่ง (HS7110)

อัตราการขยายตัวมูลค่าส่งออกอัญมณีฯ ของไทย

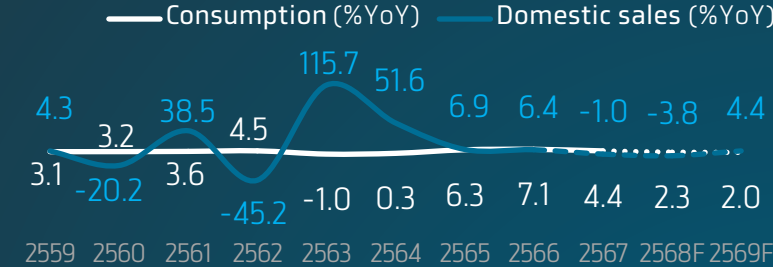
ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าส่งออก (%YoY)			สัดส่วน (%)
	2566	2567	2568 ม.ค.-เม.ย.	2566	2567	2568 ม.ค.-เม.ย.	
ฮ่องกง	78,253	83,749	34,199	133.0%	7.0%	8.2%	26.2%
EU (27)	67,191	69,972	20,448	2.8%	4.1%	-7.9%	21.9%
สหรัฐฯ	58,677	68,267	26,735	-11.6%	16.3%	26.5%	21.3%
อินเดีย	19,954	26,903	9,008	-43.0%	34.8%	7.7%	8.4%
เยอรมนี	17,867	19,969	6,445	-10.8%	11.8%	2.1%	6.2%
รวม	302,946	320,189	119,006	8.5%	5.7%	11.3%	100.0%

ในปี 2568-69 คาดว่ามูลค่าตลาดอัญมณีฯ ในประเทศจะหดตัว -3.8%YoY และขยายตัว -3.0%YoY ตามลำดับ โดยการหดตัวในปี 2568 มีปัจจัยขึ้นก่อนจากการชะลอลงของการบริโภคจากความกังวลปัญหา Trade War หนี้ครัวเรือน ราคาทองที่สูงขึ้น และการลดลงของนักท่องเที่ยวจีน ส่วนตลาดในปี 2569 คาดว่า จะยังหดตัวตามการบริโภค แต่หดตัวในอัตราชะลอลง ซึ่งส่วนหนึ่งจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเพิ่มขึ้นจากปี 2568 ส่วนราคาทองคาดว่าจะยังอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ ปัญหาการถูกตีตลาดจากสินค้านำเข้าจีน (China Flooding) อาจทวีความรุนแรงขึ้นจากการที่จีนไม่สามารถส่งออกสินค้าที่มีมูลค่ากว่า 7.2 หมื่นล้านบาท ไปยังสหรัฐฯ โดยในบางหมวด เช่น เครื่องประดับแท่งทองผสมโลหะอื่น หากมีการนำเข้าจากจีนเพิ่ม 10% ของยอดส่งออกจีนไปสหรัฐฯ ก็ใกล้เคียงกับยอดนำเข้าของไทยจากจีนทั้งปี 2567 แล้ว

ที่มา: NESDB, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และคาดการณ์โดย Krunghthai COMPASS
หมายเหตุ: Easy E receipt ถ้าเป็นทองรูปพรรณได้แค่ค่าทำเหมืองเท่านั้น

แนวโน้มการบริโภคเอกชน

การบริโภคภาคเอกชนมีค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) กับการขยายตัวของยอดขายอัญมณีในประเทศประมาณ 88% (ช่วงปี 2559-61)

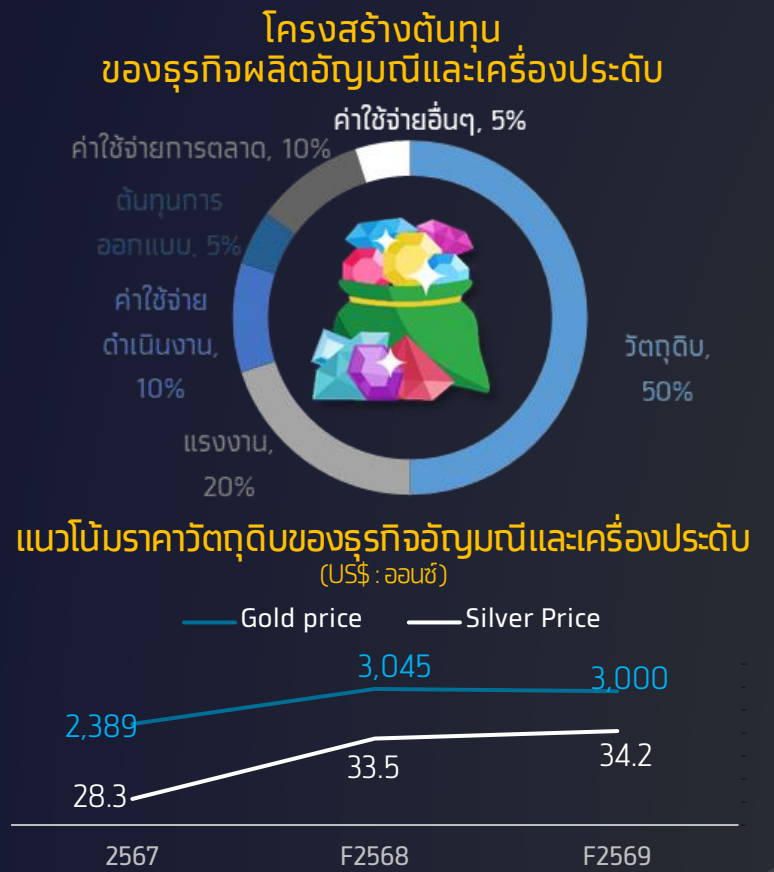


จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ต้นทุนของธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับกว่า 50% เป็นต้นทุนค่าวัตถุดิบ อีก 20% เป็นต้นทุนค่าแรงงาน และส่วนที่เหลือ 30% เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ อาทิ ต้นทุนการออกแบบ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายด้านการตลาด โดยในช่วง 1-2 ปีนี้ แม้ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปยังผู้บริโภคได้ แต่อัตรากำไรของธุรกิจอาจลดลงหากราคาสินค้ามีการปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนราคาทองที่อยู่ในระดับสูง และอาจส่งผลให้ยอดขายลดลง

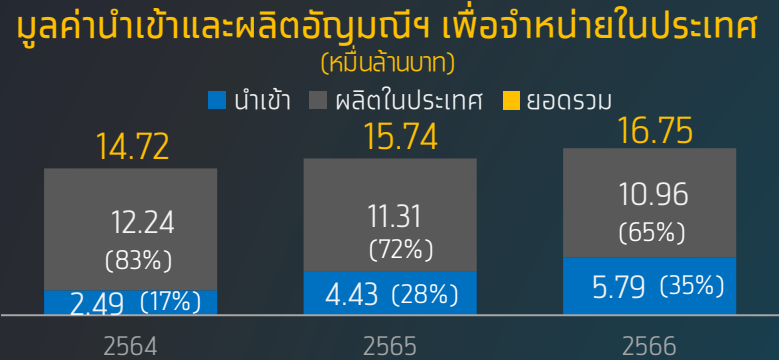
ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, Bloomberg, LBMA
รวบรวมโดย Krunghthai COMPASS



ธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังเผชิญกับความเสี่ยงสำคัญ 6 ด้าน ได้แก่

1) การปรับขึ้นภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs)
โดยสหรัฐฯ ปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากไทยเป็น 19% และเริ่มใช้ในวันที่ 7 ส.ค. 2568 อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีฯ ไปยังสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยอาจแย่งส่วนแบ่งตลาดสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นบางส่วน เนื่องจากไทยถูกเก็บภาษีนำเข้าจากสหรัฐฯ ในอัตราที่ต่ำกว่าอินเดีย (50%) จึงอาจช่วยบรรเทาผลกระทบในตลาดส่งออกได้บ้าง

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์
หมายเหตุ: แถบสีขึ้นอยู่กับการขยายตัวของมูลค่านำเข้า โดยแบ่งเป็น 6 ช่วง (มากกว่า 20% เขียวเข้ม/10%-20% เขียว/0%-10% เขียวอ่อน/(-10%)-(0%) เหลือง/(-20%)-(-10%) แดง/ติดลบมากกว่า -20% แดงเข้ม)



มูลค่านำเข้าอัญมณีฯ ของไทย

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)		อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่านำเข้า (%YoY)		สัดส่วน
	2567	2568 ม.ค.-เม.ย.	2567	2568 ม.ค.-เม.ย.	
จีน	8,474	2,629	28.9%	-0.2%	12.9%
ฮ่องกง	7,620	3,571	59.5%	64.2%	11.6%
ฝรั่งเศส	6,769	5,863	-30.9%	357.9%	10.3%
อิตาลี	6,782	1,999	6.4%	-11.4%	10.3%
สหรัฐฯ	3,819	3,537	-5.8%	10.4%	5.8%
รวมทั้งสิ้น	65,744	36,164	13.5%	75.6%	100.0%

2) การตลาดจากสินค้านำเข้าจากจีน และฮ่องกง ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2567 มีสัดส่วนรวมกัน 24.5% ของตลาดนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด ซึ่งจากข้อมูลในปี 2564-66 พบว่า สัดส่วนการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ผลกระทบจากสงครามการค้าอาจทำให้การตลาดรุนแรงขึ้น อันจะส่งผลให้ผู้ผลิตอัญมณีฯ ในประเทศเผชิญกับความท้าทายในการรักษาส่วนแบ่งในตลาด

3) การขาดแคลนแรงงานฝีมือทักษะสูง ที่เชี่ยวชาญการเจียรไนพลอย เนื่องจากปัจจุบันมีช่างฝีมือเพียง 20% ของแรงงานในชีพพลายเช่นที่เหลือน้อยกว่า 8 แสนคน ขณะที่การสร้างแรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมเป็นไปได้ยาก เนื่องจากอาชีพนี้ไม่เป็นที่สนใจสำหรับคนรุ่นใหม่และต้องใช้เวลาในการสร้างความเชี่ยวชาญ

4) การขาดแคลนวัตถุดิบและความผันผวนของราคาวัตถุดิบสำคัญ เนื่องจากวัตถุดิบในประเทศไม่เพียงพอ จึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งอาจกระทบต่อการผลิตและการส่งออก อีกทั้งความผันผวนของราคาวัตถุดิบสำคัญ เช่น ทองคำและเงิน ที่ทำให้ผู้ประกอบการเผชิญความเสี่ยงด้านการบริหารต้นทุน

5) การแข็งค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี 2568-69 ค่าเงินมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น เมื่อเทียบกับปี 2567 ทำให้การแข่งขันด้านราคาในตลาดส่งออกที่เป็นตลาดหลักมีแรงกดดันเพิ่มขึ้น และทำให้รายได้จากการส่งออกลดลง ซึ่งอาจเป็นปัจจัยกดดันทำให้กำไรของผู้ประกอบการลดลง หากไม่สามารถปรับราคาขายให้สูงขึ้นได้

6) ความเสี่ยงจากเทคโนโลยี Disruption เช่น 3D Printing และ CNC Machining ที่ช่วยสร้างสินค้าต้นแบบและแกะสลักลวดลายที่ซับซ้อนได้รวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจผลิตอัญมณีฯ ของไทย เนื่องจากคู่แข่งสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันแต่ใช้เวลาในการผลิตและต้นทุนที่ต่ำกว่า

ที่มา: รวบรวมโดย Krunghthai COMPASS

ธุรกิจผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับมีประเด็น ESG ในด้าน Environmental (E) ซึ่งเกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากขั้นตอนการผลิต 95% มาจากการทำเหมืองและการผลิตโลหะ ด้าน Social (S) จากการใช้แรงงานที่ไม่ได้รับค่าจ้างที่เป็นธรรมในเหมืองและโรงงานผลิต รวมถึงสภาพการทำงานที่ไม่ปลอดภัยและการขาดการดูแลสุขภาพของพนักงาน แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการมีความตื่นตัวในประเด็น ESG อย่างมาก สะท้อนจากการพยายามปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดโดย Responsible Jewellery Council (RJC) ครอบคลุม 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ 1. ที่มาของวัตถุดิบจะต้องมาจากแหล่งที่มีความรับผิดชอบ 2. สิทธิมนุษยชน สิทธิแรงงาน สภาพการทำงานและความปลอดภัย ซึ่งหากได้รับการรับรองจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท รวมถึงช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดและลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองจาก RJC ทั่วโลกมี 1,565 แห่ง ซึ่งมีผู้ประกอบการไทย 97 แห่ง เช่น บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี จำกัด (มหาชน) ส่วนผู้ประกอบการต่างประเทศ อาทิ Chow Tai Fook Jewellery Group, Tiffany & Co. และ Cartier

ตัวอย่าง ESG Rating ของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ที่มา: SETTRADE ข้อมูล ณ เม.ย. 2568

Company Symbol	Company Name	SET ESG Rating
PDJ	บมจ.บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี	BBB

ความเคลื่อนไหวด้าน ESG ของผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในต่างประเทศ

ที่มา: รวบรวมโดย Krungthai COMPASS

Chow Tai Fook Jewellery Group	- ภายในปี 2029 ตั้งเป้าหมายลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Intensity) อย่างน้อย 15% เมื่อเทียบกับปีงบประมาณ 2019 สำหรับทั้งกลุ่มบริษัท และลดลงอย่างน้อย 50% สำหรับศูนย์การผลิต - ในปีงบประมาณ 2024 บริษัทประสบความสำเร็จในการลดความเข้มข้นของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 34% เมื่อเทียบกับปีงบประมาณ 2019 - มีการติดตามและรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ช่วยเพิ่มความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูล
Tiffany & Co.	- ภายในปี 2025 ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG) รวมทั่วโลกใน Scope 1 และ Scope 2 ลง 70% เมื่อเทียบกับปีงบประมาณ 2018 - ตั้งเป้าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2025 ผ่านการตั้งเป้าหมายใช้พลังงานไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน 100% ทั่วโลก รวมถึงชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดจากการดำเนินงาน - เริ่มใช้เงินและทองคำรีไซเคิล 100% ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2023 ซึ่งเร็วกว่ากำหนดการเดิมในปี 2025 ช่วยลดการปล่อย CO₂ ได้ประมาณ 58,000 ตันต่อปี

Segment ที่มีโอกาสเติบโต และมีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด ESG ได้แก่

- 1) Sustainable Jewellery เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น อัญมณีที่ได้จากการทำเหมืองอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการสังเคราะห์ เช่น Synthetic Diamond ซึ่งเป็น Segment ที่มีโอกาสเติบโตเนื่องจากมีราคาถูกกว่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า ซึ่งเป็นการขยายตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี (Gen Z)
- 2) Traditional Jewellery อาจใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การบำบัดน้ำจากการทำเหมืองก่อนปล่อยคืนสู่แหล่งน้ำ และการรับรองมาตรฐาน Chain of Custody ของ RJC ที่ช่วยให้ตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าวัตถุดิบมาจากแหล่งที่มีความรับผิดชอบ
- 3) ตลาด Smart Jewellery เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเป็นเครื่องประดับแฟชั่นผสมผสานเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มการใช้งานที่หลากหลายมากกว่าความสวยงาม เช่น การติดตามสุขภาพ ความเครียด การนอนหลับ หรือตรวจวัดอัตราการเต้นของหัวใจ

ที่มา: BIS Research

มูลค่าตลาดของเพชรสังเคราะห์ (Million USD)

