



Industry Analysis & ESG Reports | **ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ**

Key Highlights:

January 20, 2026

- รายได้รวมของธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2569-70 คาดว่าจะหดตัวที่ -7.6%YoY และ -4.2%YoY ตามลำดับ แบ่งเป็นตลาดส่งออก (75% ของยอดขายทั้งหมด) คาดว่าในปี 2569 และ 2570 จะหดตัว -11.2%YoY และ -3.0%YoY ตามลำดับ โดยเป็นผลจากการเก็บภาษีนำเข้าเต็มปีของสหรัฐฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกมีแนวโน้มชะลอตัว กดดันการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดหลัก เช่นฮ่องกง สหรัฐฯ ยุโรป ส่วนตลาดในประเทศ (25% ของยอดขายทั้งหมด) 2569-70 คาดว่าจะอยู่ที่ 7.0%YoY และ -8.0%YoY ตามลำดับ
- ค่าใช้จ่ายของธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2569-70 คาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จากต้นทุนราคาทองคำที่สูงขึ้น ซึ่งอาจจะกดดันอัตรากำไร นอกจากนี้ธุรกิจยังต้องเผชิญ 2 ความเสี่ยงสำคัญในปี 2569-70 ได้แก่ 1) การปรับขึ้นภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs) โดยสหรัฐฯ ได้ปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากไทยในอัตรา 19% ซึ่งกระทบต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังสหรัฐฯ รวมถึงแนวโน้มการแข่งขันของเงินบาท อาจบั่นทอนความสามารถในการส่งออกอัญมณี 2) การถูกตัดตลาดจากสินค้านำเข้าจากจีน และฮ่องกงที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามผลกระทบจากสงครามการค้า
- ในระยะข้างหน้าผู้ประกอบการสามารถต่อยอดสู่การผลิตอัญมณีที่มีความยั่งยืน โดยเฉพาะกลุ่ม Sustainable Jewellery เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการสังเคราะห์ (Lab-grown diamond) ซึ่งมีราคาย่อมเยา และสอดคล้องกับทัศนคติของคนรุ่นใหม่และแนวคิด ESG

Disclaimer: บทความนี้จัดทำขึ้นโดย บมจ. ธนาคารกรุงไทย (ธนาคาร) เพื่อนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์แก่สาธารณะ โดยรวบรวมและอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือ หรือการเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏ ณ ขณะจัดทำ ซึ่งข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ ธนาคารมิอาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์ ความถูกต้อง หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้นับถือหรือรับรองข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้คำแนะนำ ให้คำแนะนำ หรือการให้ข้อมูลใด ๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใด ๆ อีกทั้งธนาคารจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้บทความนี้หรือเนื้อหาในบทความนี้ ไม่ว่ากรณีใด ๆ ก็ตาม

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



นักวิเคราะห์

อติเดช พงศ์หวาน

0-2208-3598

atidej.phongwan@krungthai.com

ธุรกิจผลิตและค้าส่งอัญมณีและเครื่องประดับครอบคลุมการผลิตและขายอัญมณี และเครื่องประดับแท้ และเทียม โดยใช้วัตถุดิบทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้เป็นธุรกิจที่มีการเคลื่อนไหวตามทิศทางราคาอัญมณีและโลหะมีค่าโลก

ในปี 2569-70 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของไทยโดยรวมคาดมีแนวโน้มหดตัวที่ -7.6%YoY และ -4.2%YoY ตามลำดับ แบ่งเป็น 1) ตลาดส่งออก (สัดส่วน 75% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดว่าจะหดตัวที่ -11.2%YoY และ -3.0%YoY ตามลำดับ โดยการส่งออกในปี 2569 คาดจะหดตัวในตลาดหลักส่วนใหญ่ จากการเร่งนำเข้าในปีก่อนหน้านี้ (2568) และผลกระทบจากการขึ้นภาษีนำเข้าสหรัฐฯ เดิมปี อันจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกไปยังตลาดหลักอย่าง ออสเตรเลีย สหรัฐฯ ยุโรป ประกอบกับการแข็งค่าของเงินบาท ซึ่งคาดว่าจะ บั่นทอนความสามารถในการส่งออก ส่วนปี 2570 แนวโน้มตลาดส่งออกยังหดตัวต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งจาก การบริโภคที่ยังชะลอตัวในตลาดหลักอย่างประเทศออสเตรเลีย สหรัฐฯ และยุโรป 2) ตลาดในประเทศ (25% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดจะอยู่ที่ 7.0%YoY ในปี 2569 และ -8.0%YoY ในปี 2570 โดยการขยายตัวในปี 2569 มีปัจจัยหนุนจากราคาทองเจียที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 4,000 US\$/ออนซ์ จาก 3,373 US\$/ออนซ์ ในปี 2568 ถึงแม้ปริมาณการขายมีแนวโน้มจะลดลง -7.0%YoY อย่างไรก็ดี คาดว่าผู้ประกอบการ เช่น Jubilee จะออกโปรโมชั่นการตลาด ซึ่งคาดว่าจะช่วยพยุงยอดขายได้บางส่วน ส่วนในปี 2570 คาดว่ารายได้มีแนวโน้ม ลดลงตามราคาทองเจียที่คาดว่าจะลดลง -12.5%YoY เป็น 3,500 US\$/ออนซ์ ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันหลัก (ราคาทองอ้างอิง Bloomberg Consensus)

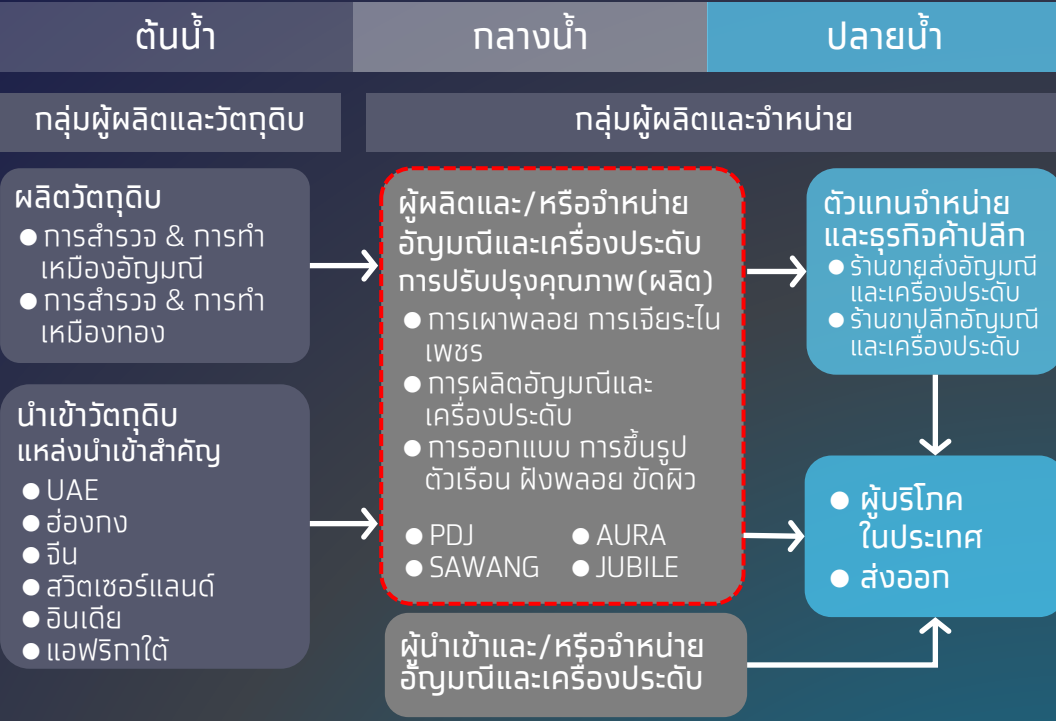
สำหรับอัตราค่าใน 2569-70 แม้ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปยังผู้ซื้อได้ แต่อัตรา ค่าจะถูกกดดันจากยอดขายที่อาจลดลง หากราคาสินค้ามีการปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนราคาทองที่อยู่ใน ระดับสูง นอกจากนี้ ธุรกิจยังต้องเผชิญความเสี่ยงสำคัญ ได้แก่ 1) การปรับขึ้นภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs) โดยสหรัฐฯ ปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากไทยเป็น 19% เดิมปีจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังสหรัฐฯ ทั้งนี้ การนำเข้าในปี 2568 เริ่มเห็นสัญญาณการหดตัวแล้ว ในช่วง 3Q68 และแนวโน้มการแข็งค่าของเงินบาทคาดว่าจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาใน ตลาดส่งออกลดลง 2) การถูกตัดตลาดจากสินค้านำเข้าที่มีราคาต่ำกว่าจากจีน และฮ่องกงที่โน้มเพิ่มขึ้น ตามผลกระทบสงครามการค้า โดยในช่วง ม.ค.-พ.ย. 2568 มียอดนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากจีน และฮ่องกงรวมขยายตัวถึง 76.7% เมื่อเทียบกับปี 2566 ส่วนหนึ่งเกิดจากผลกระทบจากสงครามการค้าที่ ทำให้การตัดตลาดรุนแรงขึ้น ซึ่งคาดว่าจะการถูกตัดตลาดจากจีนและฮ่องกงจะยังดำเนินต่อไปในระยะข้างหน้า ทั้งนี้ ปัญหาการถูกตัดตลาดจากสินค้านำเข้าจากจีน (China Flooding) อาจทวีความรุนแรงขึ้นจากการที่จีนไม่ สามารถส่งออกไปยังสหรัฐฯ ในบางหมวด เช่น เครื่องประดับแท้ที่ผลิตจากทองผสมโลหะอื่น (HS71131990002) เครื่องประดับแท้ทำจากเงิน (HS71131990002) ซึ่งหากมีการนำเข้าจากจีนเพิ่ม 10% ของยอดส่งออกจากจีนไปสหรัฐฯ ก็ใกล้เคียงกับยอดนำเข้าของไทยจากจีนทั้งปี 2567 แล้ว

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

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจ

ที่มา: รวบรวมโดย Krungthai COMPASS

ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ



ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ

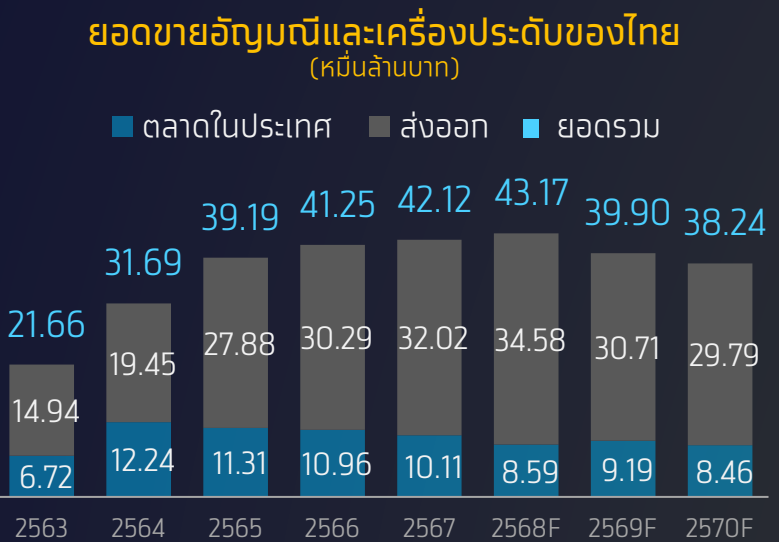
ที่มา: SETSMART ณ บ.ย. 2568 และคำนวณโดย Krungthai COMPASS

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

ปี 2567 (ล้านบาท)				9M/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%	31,020.1 (+11.7%)	1,517.2 (+6.9%)	772.9 (-7.8%)	11.0%

ในปี 2569-70 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับคาดว่าจะหดตัวทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ส่งผลให้มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับรวมหดตัว -7.6%YoY และ -4.2%YoY ตามลำดับ โดยตลาดส่งออก ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 75% ของมูลค่าตลาดรวม คาดว่าจะหดตัว -11.2%YoY และ -3.0%YoY ตามลำดับ ขณะที่ตลาดในประเทศที่มีสัดส่วนประมาณ 25% ของมูลค่าตลาดรวม คาดจะอยู่ที่อัตรา 7.0%YoY และ -8.0%YoY

ที่มา: BOL-enlite, กระทรวงพาณิชย์ และคาดการณ์โดย Krungthai COMPASS



	อัตราการเติบโต (%YoY)	
	2569F	2570F
มูลค่าตลาดในประเทศ	7.0%	-8.0%
มูลค่าการส่งออก	-11.2%	-3.0%
รวม	-7.6%	-4.2%

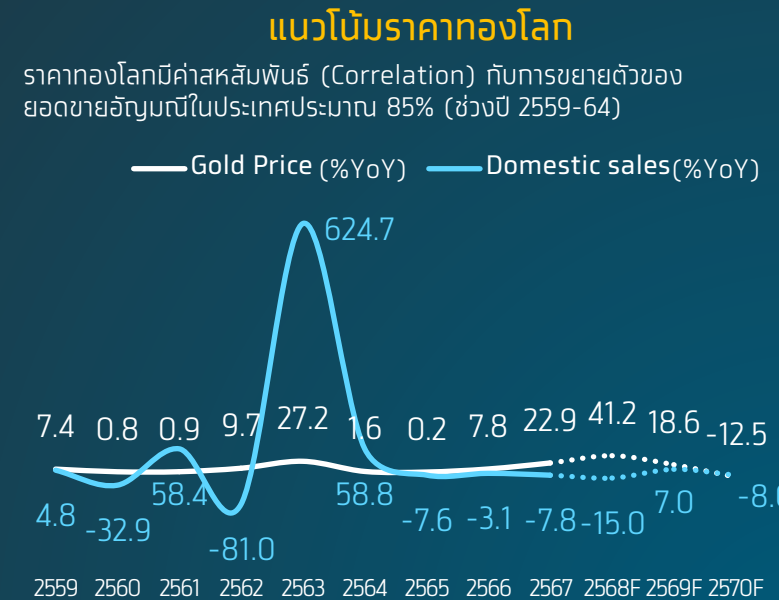
มูลค่าตลาดส่งออกอัญมณีฯ ในปี 2569-70 คาดว่าจะหดตัว -11.2%YoY และ -3.0%YoY ตามลำดับ โดยในปี 2569 คาดจะหดตัวในตลาดส่งออกหลักส่วนใหญ่จากการชะลอตัวเศรษฐกิจจากผลกระทบของการเก็บภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ เต็มปี และเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่า โดยตลาดสหรัฐฯ (21%) คาดจะหดตัวจากการขึ้นภาษีนำเข้าเต็มปี และการเร่งนำเข้า(Front Loading) ซึ่งเริ่มเห็นสัญญาณการหดตัวแล้วในปี 2568 จากตัวเลขส่งออกไปสหรัฐฯ ช่วง ม.ค.-ก.ค. 68 ที่ขยายตัว9.6%YoY ขณะที่ในช่วง ส.ค.-ต.ค. 68 กลับไปหดตัวหนักที่ -29.7%YoY ส่วนตลาดฮ่องกง (26%) ซึ่งนำเข้าสินค้าจากไทยเพื่อ Re-Export ไปจีน มีแนวโน้มลดลงตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน สะท้อนได้จากการ ส่งออกอัญมณีฯ ของฮ่องกง ไปจีนหดตัวถึง -13%YoY ในช่วง 9M2568 ซึ่งมีทิศทางเดียวกันกับการส่งออกยุโรป ส่วนในปี 2570 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับโดยรวมยังคงหดตัวต่อเนื่อง ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการบริโภคที่ยังชะลอตัวในตลาดหลักอย่าง ฮ่องกง ยุโรป และ สหรัฐฯ โดยการชะลอตัวของการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับในยุโรป ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ European Commission

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, Trademap, European Commission Autumn 2025 Economic Forecast
หมายเหตุ: แถบสีขึ้นอยู่กับการขยายตัวของมูลค่านำเข้า โดยแบ่งเป็น 6 ช่วง (มากกว่า 20% เขียวเข้ม/10%-20% เขียว/0%-10% เขียวอ่อน/(-10%)-(0%) เหลือง/(-20%)-(-10%) แดง/ติดลบมากกว่า -20% แดงเข้ม)
มูลค่าส่งออก คำนวณจากมูลค่าส่งออกสินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ ไม่รวมทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูป และพลอยกึ่ง (HS7110)

ประเทศ	มูลค่าส่งออก (ล้านบาท)			อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าส่งออก (%YoY)			สัดส่วน (%)
	2566	2567	2568 ม.ค.-ก.ค.	2566	2567	2568 ม.ค.-ก.ค.	2567
	2566	2567	2568 ม.ค.-ก.ค.	2566	2567	2568 ม.ค.-ก.ค.	2567
ฮ่องกง	78,253	83,749	74,845	133.0%	7.0%	-2.8%	26.2%
EU (27)	67,191	69,972	53,451	2.8%	4.1%	-11.0%	21.9%
สหรัฐฯ	58,677	68,267	56,383	-11.6%	16.3%	-3.0%	21.3%
อินเดีย	19,954	25,750	40,353	-43.0%	29.0%	92.6%	8.0%
เยอรมนี	17,867	19,969	17,163	-10.8%	11.8%	1.6%	6.2%
รวม	302,946	320,189	300,058	8.5%	5.7%	9.2%	100.0%

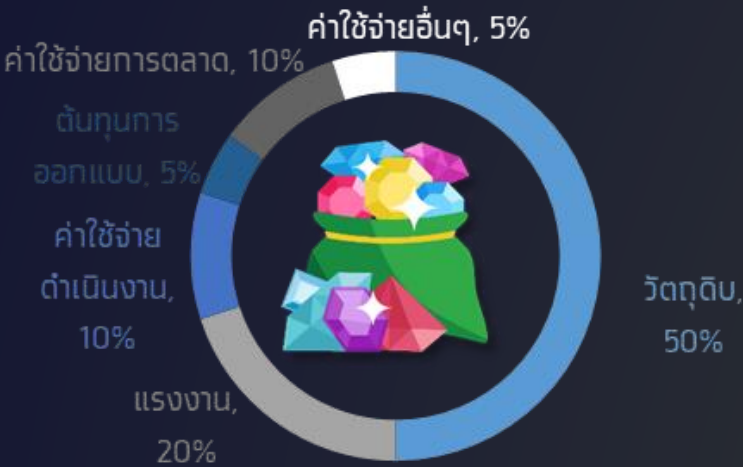
ในปี 2569-70 คาดว่ามูลค่าตลาดอัญมณีฯ ในประเทศจะปรับตัวขึ้น 7.0%YoY และหดตัว -8.0%YoY ตามลำดับ โดยการขยายตัวในปี 2569 มีปัจจัยหนุนหลักจากราคาทองเจ็ลลี่ที่สูงขึ้นมาอยู่ที่ 4,000 US\$/ออนซ์ จาก 3,373 US\$/ออนซ์ ในปี 2568 แม้ปริมาณการขายคาดว่าจะลดลงทั้งจากปัจจัยด้านราคาและความระมัดระวังการใช้จ่ายส่วนตลาดในปี 2570 คาดจะหดตัวจากราคาทองเจ็ลลี่ที่คาดว่าจะลดลง -12.5%YoY เป็น 3,500 US\$/ออนซ์ เป็นปัจจัยกดดันหลัก ส่วนปริมาณการขายในปี 2570 คาดจะเพิ่มขึ้นจากการบริโภคภาคเอกชนที่คาดว่าจะปรับตัวขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทยอยเพิ่มขึ้นจาก 32.8 ล้านคน ในปี 68 เป็น 34.5 ล้านคน และ 36.4 ล้านคน ตามลำดับ ในปี 69-70 ซึ่งเป็นอีกหนึ่งแรงซื้ออัญมณีและเครื่องประดับสำคัญ

ที่มา: BOL-enlite, World Gold Council และคาดการณ์โดย Krungthai COMPASS

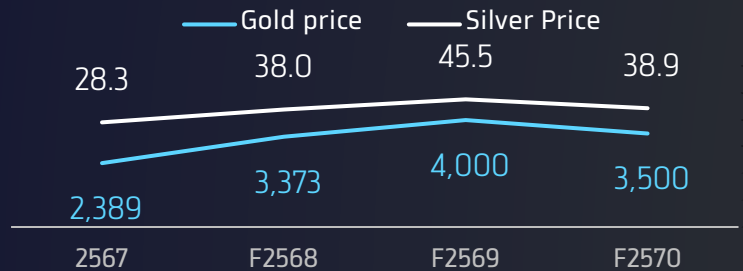


ต้นทุนของธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับกว่า 50% เป็นต้นทุนค่าวัตถุดิบ อีก 20% เป็นต้นทุนค่าแรงงาน และส่วนที่เหลือ 30% เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ อาทิ ต้นทุนการออกแบบ ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายด้านการตลาด โดยในช่วง 1-2 ปีนี้ แม้ผู้ประกอบการจะส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปยังผู้บริโภค แต่อัตรากำไรของธุรกิจอาจลดลงหากราคาสินค้ามีการปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนราคาทอ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

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, Bloomberg, LBMA
รวบรวมโดย Krungthai COMPASS



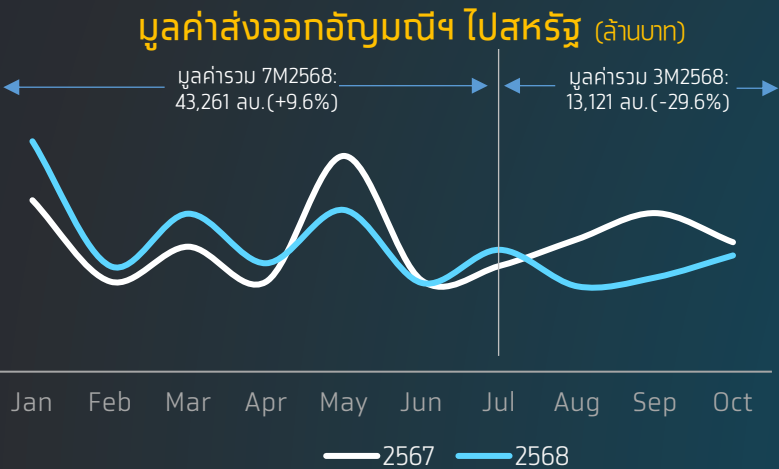
แนวโน้มราคาวัตถุดิบของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (US\$: ออซ)



ในช่วงปี 2569-70 ธุรกิจผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ คาดจะเผชิญกับความเสี่ยงสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่

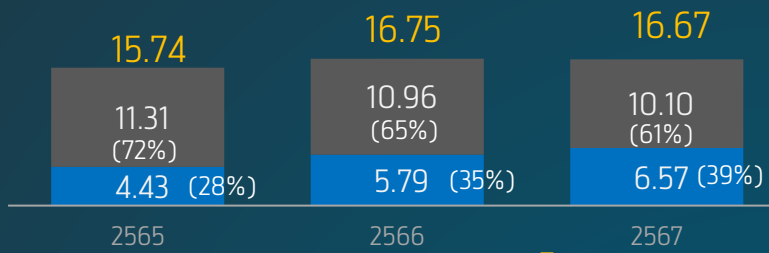
1) การส่งออกมีแนวโน้มจะได้รับผลจากการปรับขึ้นภาษีตอบโต้ของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs) โดยในปี 2569 สหรัฐฯ เริ่มปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากไทยเป็น 19% เต็มปี ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีฯ ไปยังสหรัฐฯ ทั้งนี้ การเร่งนำเข้า (front loading) ในปี 2568 โดยช่วง ม.ค.-ก.ค. 2568 ขยายตัวถึง 9.6%YoY ขณะที่ช่วง ส.ค.-ต.ค. 2568 หดตัว -29.6% และมีแนวโน้มทำให้การส่งออกในระยะต่อไปลดลง ประกอบกับแนวโน้มค่าเงินบาทปี 2569-2570 ที่โน้มแข็งค่าขึ้นประมาณ 10% เมื่อเทียบกับปี 2567 จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออก ลดลง

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) อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2568-70:บาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับ



2) ตลาดในประเทศมีแนวโน้มได้รับผลจากการนำเข้าอัญมณีจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น การตีตลาดจากสินค้านำเข้าจากจีน และฮ่องกง ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในช่วง ม.ค.-พ.ย. 2568 มียอดนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากจีนและฮ่องกงรวมขยายตัวถึง 76.7% เมื่อเทียบกับช่วงปี 2566 ส่วนหนึ่งเกิดจากผลกระทบจากสงครามการค้าที่ทำให้การตีตลาดรุนแรงขึ้น ซึ่งคาดว่าจะการถูกตีตลาดจากจีนและฮ่องกงจะยังดำเนินต่อไปในระยะข้างหน้า อันจะส่งผลให้ผู้ผลิตอัญมณีฯ ในประเทศเผชิญกับความท้าทายในการรักษาส่วนแบ่งในตลาด ทั้งนี้ ผลสำรวจโดยสภาอุตสาหกรรม (FTI) ระบุว่า ผู้บริหารจาก 47 อุตสาหกรรมถึง 70% มองว่าสินค้าผลิตในประเทศจะได้รับผลเชิงลบจากสินค้าจีนที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาด โดยอัญมณีและเครื่องประดับเป็น 1 ในอุตสาหกรรมที่ได้รับการสำรวจ

มูลค่าตลาดอัญมณีฯ ในประเทศ (หมื่นล้านบาท)



มูลค่านำเข้าอัญมณีฯ ของไทย

ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)		อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่านำเข้า (%YoY)		สัดส่วน
	2567	2568 ม.ค.-พ.ย.	2567	2568 ม.ค.-พ.ย.	
จีน	8,474	10,465	28.9%	33.5%	12.9%
สหรัฐอเมริกา	3,819	10,342	-5.8%	200.9%	5.8%
ฮ่องกง	7,620	9,596	59.5%	37.9%	11.6%
ฝรั่งเศส	6,769	9,951	-30.9%	56.3%	10.3%
อิตาลี	6,782	5,263	6.4%	-15.4%	10.3%
รวมทั้งสิ้น	65,744	81,736	13.5%	35.4%	100.0%

ที่มา: รวบรวมโดย Krungthai 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

ซึ่งในปี 2569 นี้ ผู้ประกอบการควรต้องติดตามมาตรฐาน RJC นี้อย่างใกล้ชิด เนื่องจากจะมีการแต่งตั้งผู้นำร่วม (Co-Chairs) ใหม่ของคณะกรรมการมาตรฐาน RJC ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายและด้านความยั่งยืน โดยผู้นำใหม่นี้จะมีหน้าที่กำกับ พัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานสำคัญของ RJC ให้มีความเข้มข้น และมีความสอดคล้องกับข้อกำหนดด้าน ESG มากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อวิธีการประเมินและการนำมาตรฐานไปใช้ในอุตสาหกรรมอัญมณีทั่วโลก

ตัวอย่าง ESG Rating ของผู้ประกอบการในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ที่มา: SETTRADE ข้อมูล ณ ธ.ค. 2568

Company Symbol	Company Name	SET ESG Rating
AURA	บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)	AA

ความเคลื่อนไหวด้าน ESG ของผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศ

ที่มา: รวบรวมโดย Krungthai COMPASS

PRANDA Jewelry	- ภายในปี 2573 ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1-3) อย่างน้อย 25% เมื่อเทียบกับปีฐาน 2564 - เริ่มติดตั้งระบบการผลิตไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) เพื่อเป็นส่วนสำคัญสำหรับการใช้พลังงานที่ยั่งยืน - เริ่มนำรถยนต์ไฟฟ้า (EV) มาใช้แทนรถยนต์เดิมที่เสื่อมสภาพเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
Aurora Design	- ตั้งเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2608 - ตั้งเป้าหมายใช้ทองคำรีไซเคิลในการผลิต Jewelry เป็น 70% ภายในปี 2593 เพื่อลดผลกระทบจากการทำเหมือง - เครื่องประดับที่รับซื้อคืนกว่า 80% ถูกนำมาปรับสภาพและหมุนเวียนกลับเข้าสู่กระบวนการจัดจำหน่ายสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) - ติดตั้งระบบการผลิตไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดต้นทุนพลังงานขององค์กร

Segment ที่มีโอกาสเติบโต และมีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด ESG ได้แก่

ตลาดเพชรสังเคราะห์ (Lab-grown diamond/LGD) ซึ่งเป็น Sustainable Jewelry ประเภทหนึ่งเป็น Segment ที่มีโอกาสเติบโตราว 8.8%CAGR จาก 18.91 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2566 เป็น 34.06 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2573 จาก 1. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยให้กระบวนการผลิตมีคุณภาพสูงขึ้นทั้งแบบ Chemical Vapor Deposition และ High Pressure High Temperature ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงแล้วกว่า 90% จากช่วงเริ่มต้น (ปี 2551) ส่งผลให้อัตราการขยายผลิตภัณฑ์แนวโน้มเพิ่มขึ้น 2. ความคุ้มค่าด้านราคาที่มีความย่อมเยากว่า โดยเพชรสังเคราะห์มีราคาถูกกว่าเพชรเหมือง 60-95% 3. ทัศนคติของคนรุ่นใหม่ที่มองว่าเป็นทางเลือกที่เป็นไปตามสิทธิมนุษยชนและสิทธิแรงงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า ทั้งนี้เพชรสังเคราะห์ยังตอบโจทย์ด้านความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มักเกิดขึ้นจากการทำเหมือง และลดความกังวลต่อที่มาของเพชรและการใช้แรงงาน

ที่มา: nextmsc, labgrowncentral, lgdtimes

มูลค่าตลาด Lab-grown diamond (Billion USD)

