



การส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ปี 2559 (ม.ค. - ธ.ค.59)  
มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 59,245.97 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 0.37 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

### กลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด คือ เครื่องเงิน-ทอง 44,198.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.32 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ มีมูลค่าส่งออก 7,520.51 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.99 กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม มีมูลค่าส่งออก 6,639.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.87 และกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก มีมูลค่าส่งออก 888.09 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.62

### สินค้า

สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง เครื่องประดับแท้ทำด้วยเงิน เครื่องประดับอัญมณีเทียม ในขณะที่สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด (เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) 3 อันดับแรก ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ผ้าพันคอ (ร้อยละ 21.13) ผ้าผืนทำจากวัสดุทออื่นๆ (ร้อยละ 9.98) และเครื่องประดับอัญมณีเทียม (ร้อยละ 8.55)

### ตลาดส่งออกหลัก

ตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปหัตถอุตสาหกรรมสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง และ เยอรมนี ซึ่งทั้ง 3 ตลาดมีส่วนการส่งออกรวมกันสูงถึง ร้อยละ 41.72 ในขณะที่ตลาดจีน เป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 30.23 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน-ทอง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก ลำดับถัดมา ได้แก่ เวียดนาม ขยายตัวร้อยละ 14.22 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ และกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และลีกเตนสไตน์ ขยายตัวร้อยละ 8.16 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน-ทอง

สำหรับตลาดอาเซียน มีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม พม่า และมาเลเซีย แม้จะมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกรวมกันเพียง ร้อยละ 6.69 แต่ก็เป็นตลาดสำคัญสำหรับผ้าทอมือ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ทั้งนี้ ในปี 2559 พบว่า ฟิลิปปินส์ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสูงสุด ถึงร้อยละ 87.87 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน

ตารางแสดง 3 อันดับประเทศ ที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปหัตถอุตสาหกรรม และการขยายตัวสูงสุด  
ช่วงเดือน ม.ค.-ธ.ค.59 จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

	รวม 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์		เครื่องเงิน-ทอง		ผ้าทอมือ		หัตถกรรม		เซรามิก	
	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว
อันดับ 1	สหรัฐอเมริกา	จีน	สหรัฐอเมริกา	จีน	สหรัฐอเมริกา	เซเนกัล	สหรัฐอเมริกา	ฟิลิปปินส์*	สหรัฐอเมริกา	โปแลนด์
อันดับ 2	ฮองกง	เวียดนาม	ฮองกง	กาตาร์	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	ญี่ปุ่น	เวียดนาม	เดนมาร์ก	ตุรกี
อันดับ 3	เยอรมนี	ลีกเตนสไตน์	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์	พม่า	จีน	จีน	อินโดนีเซีย	เยอรมนี	เม็กซิโก

ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)