



การส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ ช่วง 5 เดือนแรกปีนี้ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.55 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ผ่านมา โดยเป็นการเพิ่มขึ้นทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ยกเว้นกลุ่มผ้าทอมือ

### กลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด คือ เครื่องเงิน-ทอง 18,429.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.01 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ มีมูลค่าส่งออก 3,177.85 ล้านบาท ติดลบร้อยละ 2.82 กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม มีมูลค่าส่งออก 2,380.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.70 และกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก มีมูลค่าส่งออก 354.46 ล้านบาท เป็นกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.51

### สินค้า

สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง เครื่องประดับแท้ทำด้วยเงิน เครื่องประดับอัญมณีเทียม โดยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด (เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) 3 อันดับแรก ได้แก่ อัญมณีสังเคราะห์ (ร้อยละ 33.53) ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ (ร้อยละ 22.95) และเครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง (ร้อยละ 10.18) ส่วนสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวต่ำสุด (เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) 3 อันดับแรก ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากไหม (ติดลบร้อยละ 37.17) ผ้าผืนทำจากไหม (ติดลบร้อยละ 32.66) และโลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ (ติดลบร้อยละ 29.21)

### ตลาดส่งหลัก

ตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปหัตถอุตสาหกรรมสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง และ ญี่ปุ่น ซึ่งทั้ง 3 ตลาดมีส่วนการส่งออกรวมกันสูงถึง ร้อยละ 42.77 ในขณะที่ตลาดกาตาร์ เป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 41.46 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน-ทอง ขยายตัวร้อยละ 48.19 ลำดับถัดมา ได้แก่ จีน ขยายตัวร้อยละ 39.59 ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเครื่องเงิน-ทอง ขยายตัวร้อยละ 127.26 และฮองกง ขยายตัวร้อยละ 16.44 ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

สำหรับตลาดอาเซียน มีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม พม่า และมาเลเซีย แม้จะมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกรวมกันเพียง ร้อยละ 6.36 แต่ก็เป็นตลาดสำคัญสำหรับผ้าทอมือ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปหัตถอุตสาหกรรม และการขยายตัว ช่วงเดือน ม.ค.-พ.ค. 59

	4 กลุ่มผลิตภัณฑ์		เครื่องเงิน-ทอง		ผ้าทอมือ		หัตถกรรม		เซรามิก	
	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว	มูลค่าส่งออก	การขยายตัว
อันดับ 1	สหรัฐอเมริกา	กาตาร์	สหรัฐอเมริกา	จีน	สหรัฐอเมริกา	เซเนกัล	สหรัฐอเมริกา	เวียดนาม	สหรัฐอเมริกา	ตุรกี
อันดับ 2	ฮองกง	จีน	ฮองกง	กาตาร์	ญี่ปุ่น	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น	อินโดนีเซีย	เดนมาร์ก	มาเลเซีย
อันดับ 3	เยอรมนี	ฮองกง	เยอรมนี	เกาหลีใต้	พม่า	กัมพูชา	จีน	ฮองกง	เยอรมนี	จีน

ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)