



การส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ ช่วง ม.ค. – พ.ย.59 ปีนี้  
มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 55,194.98 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 0.63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

### กลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด คือ เครื่องเงิน-ทอง 41,325.50 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.09 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ มีมูลค่าส่งออก 6,894.36 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.13 กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม มีมูลค่าส่งออก 6,156.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.97 และกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก มีมูลค่าส่งออก 818.70 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.19

### สินค้า

สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องประดับที่ทำด้วยทอง เครื่องประดับที่ทำด้วยเงิน เครื่องประดับอัญมณีเทียม ในขณะที่สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด (เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) 3 อันดับแรก ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ (ร้อยละ 19.55) เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน (ร้อยละ 8.84) และผ้าฝ้ายทำจากวัตถุดิบอื่น ๆ (ร้อยละ 8.50)

### ตลาดส่งออกหลัก

ตลาดที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปหัตถอุตสาหกรรมสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง และ เยอรมนี ซึ่งทั้ง 3 ตลาดมีส่วนการส่งออกรวมกันสูงถึง ร้อยละ 42.14 ในขณะที่ตลาดจีน เป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดร้อยละ 28.99 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน-ทอง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก ลำดับถัดมา ได้แก่ เวียดนาม ขยายตัว ร้อยละ 13.31 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และสวิตเซอร์แลนด์ ขยายตัวร้อยละ 10.12 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน-ทอง

สำหรับตลาดอาเซียน มีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม พม่า และมาเลเซีย แม้จะมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกรวมกันเพียง ร้อยละ 6.73 แต่ก็เป็ตลาดสำคัญสำหรับผ้าทอมือ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ทั้งนี้ ในรอบ 11 เดือนที่ผ่านมา พบว่า **โปแลนด์** มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิกสูงสุด ถึงร้อยละ 76.06 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

### ตารางแสดง 3 อันดับประเทศ ที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปหัตถอุตสาหกรรม และการขยายตัวสูงสุด ช่วงเดือน ม.ค.-พ.ย.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	เคนกัล	สหรัฐอเมริกา	ฟิลิปปินส์	สหรัฐอเมริกา	โปแลนด์
อันดับ 2	ฮองกง	เวียดนาม	ฮองกง	กาตาร์	ญี่ปุ่น	เบลเยียม	ญี่ปุ่น	เวียดนาม	เดนมาร์ก	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์
อันดับ 3	เยอรมนี	สวิตเซอร์แลนด์	เยอรมนี	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์	พม่า	ฮองกง	จีน	อินโดนีเซีย	เยอรมนี	เม็กซิโก

ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ ประมวลผลโดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)