



ความท้าทายและทิศทางตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกปี 62

การค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกในปี 2561 ที่ผ่านมามีแนวโน้มขาลงตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งทำให้มีกลุ่มชนชั้นกลางขยายตัวเพิ่มขึ้นและกำลังซื้อของผู้บริโภคสูงขึ้น ประกอบกับราคาวัตถุดิบในภาพรวมปรับตัวในแนวลบไม่ว่าจะเป็นทองคำ เงิน และแพลทินัม ซึ่งทำให้เครื่องประดับมีราคาไม่สูงมากนัก อีกทั้งผู้ผลิตจำนวนมากก็หันมาพัฒนาสินค้าโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการผลิตและดีไซน์สินค้าหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ResearchAndMarkets.com ประเมินการณ์ว่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับโลกในปี 2561 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.5¹ เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่วนในปี 2562 ตลาดการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกจะเผชิญกับความท้าทายอะไรและมีทิศทางตลาดเป็นอย่างไรบ้างนั้น จะกล่าวในรายละเอียดต่อไป

ปัจจัยท้าทายการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลกปี 62

เนื่องจากอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ยอดขายของสินค้านี้จึงขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ฉะนั้น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไม่ว่าจะในแง่ลบหรือบวกก็จะส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับในทิศทางเดียวกัน สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อเศรษฐกิจโลกในปี 2562 นอกจากการกีดกันทางการค้า การออกจากความเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) และการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศสำคัญของโลกแล้ว ยังมีปัจจัยจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่หากผู้ประกอบการไม่สามารถผลิตสินค้าได้สอดคล้องกับความต้องการหรือดึงดูดใจผู้บริโภคได้ก็จะทำให้ขายสินค้าได้ยากมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การกีดกันทางการค้า

เริ่มจากสหรัฐฯ ดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้ามาตั้งแต่เดือนมีนาคม 2561 เพื่อลดการขาดดุลการค้า โดยการปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าเหล็กและอะลูมิเนียมจากแคนาดา เม็กซิโก และสหภาพยุโรป ซึ่งประเทศเหล่านี้ก็ตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากสหรัฐฯ เช่นเดียวกัน แต่ที่ทั่วโลกกำลังจับตาคือ การตอบโต้ทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่ได้ดำเนินการไปแล้วถึง 3 รอบ โดยสหรัฐฯ เรียกเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากจีนเพิ่มขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 25 รวมมูลค่ากว่า 250,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจีนก็ตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากสหรัฐฯ เป็นอัตราร้อยละ 25 รวมมูลค่าราว 110,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งการตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้านำเข้าระหว่างกันนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นสงครามการค้า

ทั้งนี้ แม้ว่าทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ได้พบปะหารือรอบกับ สี จิ้นผิง ประธานาธิบดีจีน หลังการประชุม G20 เมื่อช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน 2561 ซึ่งจีนและสหรัฐฯ ตกลงชะลอการปรับขึ้นภาษีนำเข้าสินค้ารอบใหม่ระหว่างกันเป็นการชั่วคราว เพื่อเข้าสู่กระบวนการเจรจาจับข้อพิพาททางการค้า ซึ่งหากการเจรจาไม่สามารถสรุปผลได้ภายในครึ่งแรกของปี 2562 ก็มีความเสี่ยงสูงต่อเศรษฐกิจของทั้ง 2 ประเทศที่อาจจะปรับตัวลดลงและประเทศคู่ค้าก็จะได้รับผลกระทบต่อกันเป็นลูกโซ่ นอกจากนี้ ผลกระทบจากการปรับขึ้นภาษีสินค้านำเข้าของทั้งสองประเทศในรอบปีที่ผ่านมา น่าจะเริ่มส่งผลกระทบชัดเจนต่อเศรษฐกิจของทั้ง 2 ประเทศในปี 2562 เป็นต้นไป ซึ่งอาจกดดันต่อการเติบโตของเศรษฐกิจโลก และนำไปสู่การลดการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้ในที่สุด

¹ Worldwide Gems & Jewelry Market by Product, Distribution Channel and Geography - Growth, Trends and Forecasts (2018-2023), Retrieved December 12, 2018. From <https://www.businesswire.com>

2) การออกจากการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit)

หลังจากสหราชอาณาจักร (ประกอบด้วยอังกฤษ เวลส์ สกอตแลนด์ และไอร์แลนด์เหนือ) ได้ลงมติด้วยเสียงข้างมากให้ออกจากการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป (อียู) หรือ “Brexit” เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2559 ซึ่งสหราชอาณาจักรจะพ้นจากความเป็นสมาชิกของอียูอย่างเป็นทางการในวันที่ 29 มีนาคม 2562 แม้ว่าสหราชอาณาจักรจะสามารถบรรลุข้อตกลงการออกจากอียู (Withdrawal Agreement) และกรอบความร่วมมือกับอียูได้ก่อนวันที่ 29 มีนาคม 2562 รวมถึงมีช่วงเวลาเปลี่ยนผ่านให้ทั้งสองฝ่ายได้ปรับตัวอีก 21 เดือน ก่อนการแยกตัวจะมีผลสมบูรณ์ในวันที่ 1 มกราคม 2564 นั้น แต่นักวิเคราะห์ก็ยังคงคาดการณ์ว่า Brexit จะยังคงเป็นปัจจัยลบต่อเศรษฐกิจของสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะถ้าหากสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบการนำเข้า การค้าและการลงทุนเป็นของตนเอง ก็จะส่งผลให้การค้าและการลงทุนกับสหราชอาณาจักรมีความยุ่งยากมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องใช้เวลาสักกระยะหนึ่งในการปรับตัว

3) การดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศสำคัญของโลก

ประเทศสำคัญของโลกเริ่มถอนมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ โดยธนาคารกลางสหรัฐฯ (Fed) ได้ทำการทยอยถอนสภาพคล่องออกจากตลาดอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ธนาคารกลางยุโรป (ECB) ประกาศยุติมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ในช่วงสิ้นปี 2561 ส่วนธนาคารกลางญี่ปุ่นก็ทยอยลดการซื้อสินทรัพย์ลงอย่างต่อเนื่อง เหล่านี้อาจทำให้ระดับสภาพคล่องทั่วโลกมีแนวโน้มลดลง และอาจจะส่งผลให้เศรษฐกิจของโลกในปี 2562 ชะลอตัวลงได้ ซึ่งน่าจะกระทบต่อความต้องการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยอย่างอัญมณีและเครื่องประดับให้ลดลงตามไปด้วย

4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากกลไกทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนเป็นอย่างมาก ลูกค้านี้ปัจจุบันจึงให้ความสำคัญและพึ่งพาโลกดิจิทัลกันมากขึ้น อาทิ เมื่อผู้บริโภคต้องการจะซื้อสินค้าสักชิ้นหนึ่ง ก็มักจะหาข้อมูลสินค้าจากอินเทอร์เน็ตก่อนการตัดสินใจซื้อและซื้อสินค้าที่อยู่ในกระแสหรือมีการแชร์ประสบการณ์การซื้อ/ใช้สินค้าจากลูกค้ารายอื่นๆ รวมถึงสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ฉะนั้น หากผู้ประกอบการตามกระแสความต้องการของลูกค้าไม่ทัน และไม่เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ รวมถึงให้ข้อมูลของสินค้าไม่เพียงพอ ก็จะทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีโอกาสค้างสต็อกได้มาก นอกจากนี้ อิทธิพลของเทคโนโลยียังทำให้คนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มชาวมิลเลนเนียล² ที่มักใช้เทคโนโลยีได้อย่างคล่องแคล่ว ให้ความสนใจซื้อสินค้าจำพวกเทคโนโลยี และแกดเจ็ตต่างๆ รวมถึงใช้จ่ายเงินเพื่อหาประสบการณ์ชีวิตโดยการท่องเที่ยวมากกว่า การซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เหล่านี้นับเป็นปัจจัยท้าทายของผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่จะต้องจับตาและปรับตัวพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่นและดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้มากขึ้น

แนวโน้มตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสำคัญของโลก

สหรัฐอเมริกา ตลาดผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งในปี 2561 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐฯ ขยายตัวค่อนข้างดี เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยกระทรวง

² กลุ่มมิลเลนเนียล หรือผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี 2524 – 2539 (คำจำกัดความของ Pew Research Center) ซึ่งกำลังจะกลายมาเป็นกลุ่มแรงงานหลักและกำลังซื้อสำคัญของตลาดในอนาคต โดยมีจำนวนมากกว่า 1,800 ล้านคน จากจำนวนประชากรรวมทั้งโลกที่มีกว่า 7,000 ล้านคน

พาณิชย์ของสหรัฐฯ ได้ประมาณการยอดขายเครื่องประดับในสหรัฐฯ ปี 2561 อยู่ที่ราว 68 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

สำหรับในปี 2562 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสหรัฐฯ จะเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจที่อาจเติบโตในอัตราลดลง อันเป็นผลมาจากมาตรการกีดกันทางการค้าที่สหรัฐฯ ได้ดำเนินการไปแล้ว และมีแนวโน้มเรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นจากประเทศต่างๆ และธนาคารกลางสหรัฐฯ ยังคงปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นโยบายการเงินกลับเข้าสู่ภาวะปกติรวมถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการลดภาษีธุรกิจ³ ของสหรัฐฯ ที่เริ่มทยอยหมดลง จากปัจจัยเหล่านี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) จึงคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ในปี 2562 จะขยายตัวได้ในอัตราร้อยละ 2.5 ลดลงร้อยละ 0.4 จากปี 2561 ที่คาดว่าเศรษฐกิจสหรัฐฯ จะมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ราวร้อยละ 2.9

ส่วนการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของชาวสหรัฐฯ นั้น นอกจากจะให้ความสำคัญกับรูปแบบเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์และมีเรื่องราวแล้ว ผู้บริโภคชาวสหรัฐฯ ยังมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงสังคม แร่ขุด สิ่งแวดล้อม และการทำธุรกิจโดยปราศจากคอร์รัปชันมากขึ้นด้วย ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการหลายรายในสหรัฐฯ ได้ตระหนักถึงเรื่องนี้เช่นกัน อาทิ Tiffany & Co. ได้รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนประจำปี ซึ่งแสดงถึงข้อตกลงที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้น สินค้าที่จะส่งเข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ จึงควรคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และไม่เอาเปรียบแรงงาน ก็จะทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดสหรัฐฯ ได้

อินเดีย เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของโลก ซึ่งในแง่ของตลาดผู้บริโภคนั้น ความต้องการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียในช่วงปีที่ผ่านมาถูกขับเคลื่อนจากกลุ่มชนชั้นกลางซึ่งมีจำนวนมากขึ้นและรายได้เพิ่มสูงขึ้นตามการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และจะยังคงเป็นปัจจัยหลักผลักดันตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียให้เติบโตต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ อินเดียมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เร็วที่สุดในโลก โดย IMF คาดการณ์ว่าในปี 2561 เศรษฐกิจของอินเดียจะเติบโตได้ร้อยละ 7.3 และจะขยายตัวสูงขึ้นเป็นร้อยละ 7.4 ในปี 2562 ซึ่งเศรษฐกิจของอินเดียมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนอาจก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก⁴ ภายในปี 2570 (ข้อมูลจาก The Economist Intelligence Unit) ส่วนจำนวนชนชั้นกลางของอินเดียในปัจจุบันมีอยู่ราวร้อยละ 19 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ (อินเดียมีประชากรทั้งหมด 1,359.76 ล้านคน⁵) คาดว่าชนชั้นกลางของอินเดียจะเพิ่มจำนวนเป็นเท่าตัวในปี 2568⁶

จากรายงานของ India Brand Equity Foundation (IBEF) พบว่า ปัจจุบันตลาดอัญมณีและเครื่องประดับอินเดียมีมูลค่าราว 75 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่ามูลค่าตลาดจะเพิ่มขึ้นเป็น 100 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2568 โดยชาวอินเดียส่วนใหญ่นิยมซื้อเครื่องประดับทอง ทั้งเพื่อการลงทุนเก็งกำไรและแสดงสถานะทางสังคม ส่งผลให้อินเดียเป็นประเทศที่มีการบริโภคทองคำมากเป็นอันดับ 2 ของโลก (รองจากจีน) ซึ่งมีการบริโภคทองคำเฉลี่ยปีละ 849 ตัน⁷ และส่วนมากเป็นการนำทองคำมาผลิตเป็นเครื่องประดับทองเพื่อจำหน่ายในประเทศและอีกส่วนหนึ่งส่งออกต่างประเทศ

³ ทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ได้ลงนามในกฎหมายปฏิรูปภาษีครั้งใหญ่ที่สุดในรอบ 30 ปี ซึ่งมีผลบังคับใช้แล้วตั้งแต่เมื่อช่วงต้นปี 2561 โดยการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลจากร้อยละ 35 เหลือร้อยละ 21

⁴ จากข้อมูลของ IMF ระบุว่า ในปี 2561 ประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่ที่สุด 3 อันดับแรกคือ สหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยอินเดียอยู่ในอันดับที่ 7 ของโลก

⁵ United Nations estimates. November 2018.

⁶ GEMS AND JEWELLERY. Retrieved November 22, 2018. From <https://www.ibef.org>

⁷ Top 10 Gold Consuming Countries, Retrieved November 22, 2018. From <https://www.providentmetals.com>

สำหรับแนวโน้มการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียนั้น ด้วยปัจจุบันชาวอินเดียยอมรับไลฟ์สไตล์แบบตะวันตกมากขึ้น จึงทำให้การบริโภคเครื่องประดับเปลี่ยนแปลงไป ชาวอินเดียโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มต้องการซื้อเครื่องประดับที่มีความทันสมัยและหลากหลายดีไซน์มากขึ้น ซึ่งนอกจากชาวอินเดียจะยังคงนิยมซื้อเครื่องประดับทองแล้ว ยังมีแนวโน้มต้องการซื้อเครื่องประดับแพลทินัม เครื่องประดับเพชร และอัญมณีต่างๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย

จีน นับเป็นผู้บริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับขนาดใหญ่เป็นอันดับต้นๆ ของโลก โดยมีสัดส่วนการร้อยละ 30 ของการบริโภคเครื่องประดับของโลก ในปี 2561 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของจีนเติบโตได้ในแนวกว้าง เนื่องจากเศรษฐกิจจีนปรับตัวดีขึ้น และรัฐบาลลดภาษีมูลค่าเพิ่มลงจากร้อยละ 17 เหลือร้อยละ 16 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 9 พฤษภาคม 2561 ดึงดูดให้ชาวจีนที่มีกำลังซื้อโดยเฉพาะกลุ่มคนชั้นกลางที่มีอยู่กว่า 400 ล้านคน (จากข้อมูลของ National Development and Reform Commission (NDRC)) มีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเครื่องประดับแบรนด์เนม ทั้งนี้ Statista ได้คาดการณ์ว่า ในปี 2561 รายได้จากเครื่องประดับหูในจีนมีมูลค่าราว 14.25 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าราวร้อยละ 1.1

สำหรับแนวโน้มตลาดอัญมณีและเครื่องประดับจีนในปี 2562 อาจถูกบั่นทอนการเติบโตจากปัจจัยเสี่ยงทางเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนในนโยบายกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าส่งออกหลักของจีน รวมถึงปัญหาภายในของจีนเองที่มีความเสี่ยงจากธนาคารเงา⁸ (Shadow Banking) และหนี้ของภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับสูง เหล่านี้อาจทำให้เศรษฐกิจจีนเติบโตในอัตราชะลอตัวในปี 2562 ทั้งนี้ IMF คาดการณ์ว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนมีแนวโน้มลดลงกว่าร้อยละ 1.60 ในปี 2562 เมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของชาวจีน อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายซื้อสินค้าของชาวจีนยังมีปัจจัยหนุนอยู่บ้างจากการที่รัฐบาลจีนออกมาตรการเพิ่มสิทธิลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา เพื่อกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ต้นปี 2562 ซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับจีนไม่หดตัวลงไปมากนัก

ในแง่การบริโภคนั้น จีนนับเป็นตลาดผู้บริโภคทองคำที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งมีการบริโภคทองคำประมาณปีละเกือบ 1,000 ตัน⁹ ทั้งนี้ การบริโภคในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับจีนกว่าครึ่งหนึ่งเป็นการบริโภคเครื่องประดับทอง โดยเฉพาะเครื่องประดับทอง 24 กะรัต เพื่อเก็บสะสมเป็นสินทรัพย์และแสดงสถานะทางสังคม อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันชาวจีนมีแนวโน้มซื้อทองคำแท่งเพื่อการลงทุนเชิงกำไรมากขึ้น และชาวจีนรุ่นใหม่นิยมเครื่องประดับทองลดทอนสมัยใหม่มากกว่ารูปแบบเรียบง่ายหรือแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ เครื่องประดับแพลทินัมและเครื่องประดับตกแต่งอัญมณี ยังมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยอัญมณีที่ชาวจีนชื่นชอบมาประดับตกแต่งเป็นเครื่องประดับ ได้แก่ เพชร (ซึ่งนิยมมากในตลาดคู่แต่งงาน) ทับทิม แซฟไฟร์ หยก ไข่มุก อำพัน และโทแพซ อีกทั้งชาวจีนยังมีแนวโน้มซื้อสินค้ามีแบรนด์ เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงการสั่งผลิตสินค้าตามคำสั่งของลูกค้า (Made to Order) โดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการดีไซน์และเลือกวัสดุประกอบต่างๆ ด้วย

⁸ ธนาคารเงา คือ การทำธุรกรรมปล่อยสินเชื่อ โดยไม่ผ่านการกำกับดูแลที่เหมาะสมจากภาครัฐ ซึ่งธุรกิจดังกล่าวอาจเกิดขึ้นในภาคธนาคารหรือภาคที่ไม่ใช่ธนาคารก็ได้ ทั้งนี้ ธนาคารเงาของจีนแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ 1) สถาบันรับฝากเงินที่ไม่ได้รับการกำกับดูแลเหมือนธนาคารพาณิชย์ เช่น ธนาคารเถื่อน 2) สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารที่ทำหน้าที่คล้ายธนาคารพาณิชย์ เช่น ไร่รับจำนำ สถาบันรับประกันความน่าเชื่อถือของธุรกิจ และบริษัท Microcredit ที่ให้สินเชื่อกับธุรกิจ SMEs 3) ธุรกรรมของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่นอก Balance Sheet เช่น ธุรกรรม Wealth Management Products (WMPs), Retrieved December 11, 2018. From https://www.bot.or.th/Thai/phrasiam/Documents/Phrasiam_5_2557/No.08.pdf

⁹ Top 10 Gold Consuming Countries, Retrieved November 22, 2018. From <https://www.providentmetals.com>

ตนเอง ทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งรูปแบบนี้จะเป็นที่นิยมมากขึ้นในอนาคต

สหราชอาณาจักร ในรอบปี 2561 ที่ผ่านมามีตลาดเครื่องประดับในสหราชอาณาจักรค่อนข้างซบเซา เนื่องจากได้รับปัจจัยลบจากเศรษฐกิจชะลอตัวหลังผลมติดอกจากสหภาพยุโรปหรือ Brexit ส่งผลให้นักลงทุนลดความเชื่อมั่นทางการค้าและการลงทุน และผู้บริโภคก็ขาดความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยตามไปด้วย ในขณะที่ได้รับปัจจัยบวกจากกลุ่มผู้มีกำลังซื้อที่ยังคงใช้จ่ายซื้อเครื่องประดับอยู่บ้าง ทั้งนี้ จากข้อมูลของ Statista ประเมินการว่ายอดขายในตลาดเครื่องประดับของสหราชอาณาจักรในปี 2561 อยู่ที่ราว 3.29 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวได้เพียงประมาณร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับปี 2560 ซึ่งสถานการณ์ความไม่แน่นอนหลัง Brexit จะยังคงเป็นปัจจัยลบต่อเศรษฐกิจและจะกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของชาวสหราชอาณาจักรในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า

ทั้งนี้ ในปัจจุบันชาวสหราชอาณาจักรนิยมเครื่องประดับทองสีเหลืองและเครื่องประดับเงินชุบทองสีเหลือง 18 กะรัต โดยได้รับอิทธิพลอย่างมากจากเมแกน มาร์เกิล ดัชเชสแห่งซัสเซกซ์ที่สวมใส่เครื่องประดับทองสีเหลืองออกงานต่างๆ รวมถึงแหวนหมั้นสีทองของเจ้าชายแฮร์รี ดยุกแห่งซัสเซกซ์ และคาดว่าเครื่องประดับทองสีเหลืองยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องในปี 2562 ส่วนทางด้านดีไซน์นั้น ชาวสหราชอาณาจักรมีแนวโน้มต้องการเครื่องประดับที่มีดีไซน์แปลกเก๋ ในราคาที่เข้าถึงได้

เยอรมนี ในปี 2561 ตลาดเครื่องประดับเยอรมนีถูกขับเคลื่อนจากความเชื่อมั่นในการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากบรรยากาศทางเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้น จึงทำให้ชาวเยอรมนีใช้จ่ายเพื่อซื้อเครื่องประดับเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ เครื่องประดับทอง เครื่องประดับแพลทินัม และเครื่องประดับเพชร ในขณะที่เครื่องประดับเงินชะลอตัวลงเล็กน้อย ทั้งนี้ จากข้อมูลของ Statista ประเมินการว่ายอดขายเครื่องประดับในตลาดเยอรมนีในปี 2561 อยู่ที่ราว 4.79 พันล้านเหรียญสหรัฐ เติบโตสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าราวร้อยละ 1.3 สำหรับในปี 2562 การค้าเครื่องประดับในเยอรมนีจะได้รับปัจจัยบวกจากภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งนักวิเคราะห์ต่างคาดว่ายังอยู่ในสภาพดีและขยายตัวต่อไปได้

ปัจจุบันผู้บริโภคชาวเยอรมันนิยมซื้อเครื่องประดับที่มีความเป็นยูนิค มีคุณภาพสูง ชิ้นงานต้องมีลวดลายละเอียด สวยงาม และประณีต จึงมีแนวโน้มนิยมซื้อสินค้าทำด้วยมือมากขึ้น รวมถึงเครื่องประดับที่ใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ชิ้นงานจนสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้า อีกทั้งผู้บริโภคชาวเยอรมันยังมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตร ใส่ใจต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย

ญี่ปุ่น ตลาดเครื่องประดับของญี่ปุ่นในปี 2561 พุ่งตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อุปสงค์ภายในประเทศเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีปัจจัยหนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น ประกอบกับรัฐบาลญี่ปุ่นยังคงภาษีมูลค่าเพิ่มไว้ที่ร้อยละ 8 ทั้งนี้ Yano Research Institute ประเมินการตลาดสินค้าเครื่องประดับและสินค้านำเข้าของญี่ปุ่นในปี 2561 ว่าขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ราวร้อยละ 1.30 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หรือมีมูลค่าอยู่ที่ราว 960 พันล้านเยน (ประมาณ 8.46 พันล้านเหรียญสหรัฐ)¹⁰ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้ประกาศปรับขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 8 เป็นร้อยละ 10 แล้ว และจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562 เป็นต้นไป ซึ่งจะทำให้สินค้าเครื่องประดับมีราคาแพงขึ้น อันอาจกระตุ้นความต้องการบริโภคเครื่องประดับในตลาดญี่ปุ่นให้ลดน้อยลงได้

ทั้งนี้ เครื่องประดับที่ทำจากทองคำ เงิน และแพลทินัม รวมถึงเครื่องประดับเพชรเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทางด้านดีไซน์นั้น ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบเครื่องประดับทำด้วยมือแนวน่ารัก โดยนำตัวการ์ตูนญี่ปุ่นและ

¹⁰ อัตราแลกเปลี่ยนจาก <https://th.exchange-rates.org> ณ วันที่ 13 ธันวาคม 2561: 10,000 เยน = 88.1698 เหรียญสหรัฐ

วัฒนธรรมของเอเชียมาเป็นลวดลายเครื่องประดับ ซึ่งรูปแบบนี้ก็จะยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่อง หากแต่จะมีความต้องการลวดลายที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ชาวญี่ปุ่นยังมีแนวโน้มซื้อเครื่องประดับชิ้นเล็ก น้ำหนักเบา และสามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาสมากขึ้นด้วย

สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ นอกจากจะเป็นผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่เพื่อส่งออกต่อไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลางแล้ว สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังเป็นตลาดผู้บริโภคเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกด้วย โดยในปี 2561 ตลาดค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ไม่ค่อยสดใสนัก เนื่องจากผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย อันเนื่องมาจากเศรษฐกิจที่เติบโตได้ไม่คั่นัก¹¹ และความขัดแย้งกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค อีกทั้งรัฐบาลได้เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 5 และมีการเก็บภาษีนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 5 อย่างจริงจังจากเดิมที่เคยผ่อนปรนมาโดยตลอด (มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2561 เป็นต้นมา) ซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีนำเข้าดังกล่าวจะยังคงส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับของชาวสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ต่อเนื่องในปี 2562

ด้านการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับนั้น ชาวสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์บริโภคเครื่องประดับทองมากที่สุดในกลุ่มของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ นับเป็นตลาดผู้บริโภคเครื่องประดับทองรายใหญ่ใน 5 อันดับแรกของโลก โดยนิยมซื้อชิ้นงานขนาดใหญ่ด้วยลวดลายสไตล์อาหรับ และมีแนวโน้มต้องการบริโภคเครื่องประดับเพชร และเครื่องประดับแพลทินัมมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ เนื่องจากมีชาวต่างชาติอาศัยอยู่ในดูไบ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จำนวนมาก จึงมีความต้องการบริโภคเครื่องประดับทันสมัยหลากหลายดีไซน์ในตลาดแห่งนี้ด้วย

สำหรับการเข้าถึงตลาดในประเทศดังกล่าวข้างต้นนั้น นอกจากจะต้องผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับนานาชาติ เพื่อพบปะกับผู้นำเข้าจากประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางปกติที่ทำกันมานานนั้น อีกหนึ่งช่องทางที่ควรให้ความสำคัญมากขึ้นก็คือ ช่องทางออนไลน์ทั้งในลักษณะการเปิดร้านค้าบนหน้าเว็บไซต์/เพจ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นช่องทางที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้คนเข้าถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นมาก และเป็นช่องทางที่ประหยัดต้นทุน ทำให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคปลายทางได้โดยตรงและเป็นวงกว้าง ทั้งนี้ ResearchAndMarkets.com ได้คาดการณ์ว่าตลาดเครื่องประดับออนไลน์โลกในช่วงปี 2561-2565 จะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยถึงปีละเกือบร้อยละ 16 เลยทีเดียว ฉะนั้น การค้าออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่ผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับไม่ควรพลาดโอกาส เพราะอาจทำให้ยอดขายของบริษัทเพิ่มขึ้นเกินกว่าที่คาดคิดไว้ก็เป็นได้

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
มกราคม 2562

¹¹ World Bank ได้คาดการณ์ว่าสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงร้อยละ 2 ในปี 2561 และมีอัตราเงินเฟ้อสูงถึงร้อยละ 4.2, Retrieved December 12, 2018. From <https://www.worldbank.org/en/country/gcc/publication/uae-economic-outlook-october-2018>