

ส่อง Trend Jewellery ในออสเตรเลีย

ภาพรวมตลาดอัญมณีและเครื่องประดับออสเตรเลียมีการขยายตัวเพียงร้อยละ 1.1 มีมูลค่า 4.3 พันล้านเหรียญออสเตรเลีย แต่กลุ่มสินค้า Fashion Jewellery ยังมีการขยายตัวได้ดีโดยมีการขยายตัวร้อยละ 4.1 โดยเน้นความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแก่ผู้สวมใส่เป็นหลัก อีกทั้ง ตลาดเริ่มมีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ผลิตในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาทำตลาดในออสเตรเลีย ทำให้ผู้ค้าปลีกทั้งรายใหญ่และรายย่อยเริ่มปรับตัวตามสถานการณ์ตลาดมากขึ้น โดยปรับกลยุทธ์การตลาดที่เน้นการสื่อสารกับผู้ซื้อในทุกรูปแบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะการสร้างประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความประทับใจกับผู้ซื้อและนำไปสู่การบอกเล่าเรื่องราวความประทับใจผ่านสื่อ Social Media ซึ่งเป็นการทำตลาดที่มีต้นทุนต่ำอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยีเพื่อการสร้างสรรคและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง สร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับสินค้าโดยพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและเพิ่มยอดขายสินค้าได้มากขึ้น ทั้งนี้ แนวโน้มตลาดอัญมณีและเครื่องประดับออสเตรเลีย ปี 2563 พอสรุปได้ดังนี้



**การเติบโตของสินค้า Precious Metal** ราคาเครื่องประดับ Precious Metal ประเภท ทอง, แพลตินั่ม และ Palladium ที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นโอกาสให้เครื่องประดับเงินมีการขยายตัวในตลาด Precious Metal เพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพตลาดของผู้ประกอบการ



**การสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง** สังเกตได้จากการทำตลาดที่ประสบความสำเร็จของ Tiffany ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ได้ว่า ราคาสินค้าไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับเพียงอย่างเดียว การสื่อสารกับผู้บริโภคโดยการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับในตลาดเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการทำตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้ประสบความสำเร็จ



**การตลาดผ่าน Social Media** กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไม่ควรมองข้าม เนื่องจากเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างไร้ขีดจำกัดและครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้หลากหลาย



**การแสวงหาเครื่องประดับทองที่มาจากแหล่งผลิตอย่างมีจริยธรรม (Ethical Sourcing)** โดยปี 2562 ที่ผ่านมา ผู้ซื้อเริ่มให้ความสำคัญกับการสวมใส่เครื่องประดับทองประเภท Green Gold และ Recycled Gold มากขึ้น



**การเกิดขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ** ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์และดีไซน์สินค้าที่แปลกใหม่และใช้สื่อ Social Media นำเสนอสินค้าสร้างกระแสการติดตามและบอกต่อในกลุ่มผู้บริโภค



**กระแสนิยมสร้อยคอ** สร้อยคอเป็นเครื่องประดับที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาในตลาดออสเตรเลีย

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ



**การทำตลาดแบบผสมผสาน** (ร้านค้าและออนไลน์ควบคู่กัน) แม้ว่าการซื้อขายเครื่องประดับออนไลน์จะขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ผู้ซื้อยังคงนิยมเข้ามาลองสวมใส่และเลือกซื้อเครื่องประดับภายในร้านมากกว่าการซื้อออนไลน์ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ร้านค้าจำหน่ายควรทำการตลาดเพื่อการเข้าถึงลูกค้าทั้ง 2 รูปแบบควบคู่กันอย่างเหมาะสม อีกทั้ง กลุ่ม Millennials จะเลือกซื้อเครื่องประดับและนาฬิกาจากร้านค้าเนื่องจากมีความน่าเชื่อถือและบริการที่ดีกว่าการซื้อเครื่องประดับออนไลน์



**กระแสของ Lab Grown Diamond** แม้ว่าปี 2562 สินค้าประเภท Lab Grown Diamond จะมีการเติบโตสูงโดยได้รับอิทธิพลมาจากการสวมใส่ของบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นแรงกระตุ้น อย่างไรก็ตาม Lab Grown Diamond โดนกระแสวิจารณ์และต่อต้านเนื่องจากถูกกล่าวหาจากกรณีภาคการผลิตไม่ได้ให้ความสำคัญในการใช้ Renewable Energy เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้คาดการณ์ว่า ในปี 2563 กระแสความนิยมของ Lab Grown Diamond จะลดลงและผู้ซื้อจะแสวงหาเครื่องประดับที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติอย่างมีจริยธรรมและเป็นงานฝีมือมากขึ้น



**เครื่องประดับสำหรับผู้ชาย** ปัจจุบันผู้ชายเริ่มมองหาเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ทุกวันหรือสวมใส่ในโอกาสพิเศษมากขึ้น นอกเหนือจากการสวมใส่นาฬิกาและแหวนหมั้นแหวนแต่งงานเหมือนก่อน และแม้ว่าตลาดเครื่องประดับผู้ชายจะค่อนข้างเล็ก แต่ก็เป็ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพซึ่งผู้ผลิตไม่ควรมองข้าม เนื่องจากปัจจุบันผู้ชายเริ่มหันมาซื้อเครื่องประดับสวมใส่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

### **ผลกระทบต่อเศรษฐกิจออสเตรเลีย**

แม้ว่าตลาดสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจะมีการชะลอการเติบโตลงบ้างตามภาวะเศรษฐกิจและค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในออสเตรเลียยังคงมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและเริ่มนำสื่อ Social Media ที่มีต้นทุนไม่สูงมากมาเป็นเครื่องมือในการนำเสนอสินค้าแก่ผู้ซื้อโดยตรง อีกทั้ง ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ซื้อและให้ความสำคัญต่อการคัดสรรวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรม ซึ่งถือว่าเป็นค่านิยมที่สำคัญของผู้บริโภคปัจจุบัน

นอกจากนี้ ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับออสเตรเลียยังมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยได้เกิด Buying Group กลุ่มใหม่นอกจาก 3 Buying Group เดิม (Nationwide Jewellers, Leading Edge Jewellers และ Showcase Jewellers Australia) คือ Independent Jewellers Collection (IJC) ซึ่งเกิดขึ้นจากการรวมตัวของร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับอิสระ เพื่อให้การสนับสนุนและช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกให้ได้รับความเสมอภาคและเป็นธรรมในด้านต่างๆ อาทิ การเงิน การสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีทั้งในด้านการสื่อสารและการพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อยกระดับร้านค้าเครื่องประดับไปสู่ความเป็น Modern Retailing ในอนาคต

นโยบายภาครัฐ   
  เศรษฐกิจการลงทุน   
  แนวโน้มการตลาด   
  รายงานสินค้าและบริการ   
  อื่นๆ

### ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย

สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ยังมีการขยายตัวได้ดีในกลุ่ม Fashion Jewellery เพราะสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้ทั้งผ่านทางร้านค้าและช่องทางออนไลน์โดยสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะเครื่องประดับเงินซึ่งผู้ประกอบการไทย ควรให้ความสำคัญต่อการรักษาคุณภาพและพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ให้เป็นที่ต้องการของตลาด เช่น เครื่องประดับสำหรับผู้ชาย เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ให้มากขึ้น

.....

Source : นิตสาร Jewelleryworld, February 2020

- นโยบายภาครัฐ     เศรษฐกิจการลงทุน     แนวโน้มการตลาด     รายงานสินค้าและบริการ     อื่นๆ