

รายงานสถานการณ์ตลาดและเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา แนวโน้มความต้องการสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐฯ

การที่ประชากรสหรัฐฯ ได้รับวัคซีน (ข้อมูลล่าสุดของ CDC ณ วันที่ 13 กรกฎาคม 2564 ชาวอเมริกันในนิวยอร์กได้รับวัคซีนป้องกัน COVID 19 แล้วประมาณ 73.3% และในสหรัฐฯ ประมาณ 67.7%) และการที่เมืองสำคัญต่างๆ เริ่มเข้าสู่สภาวะปกติ ส่งผลให้ตลาดเกิดความต้องการสินค้าหลายรายการ ซึ่งหนึ่งในนั้นได้รวมถึงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับด้วย จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐฯ พบว่าธุรกิจมีความเชื่อมั่นว่าในปี 2564 ธุรกิจน่าจะโอกาสพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยสถิติตัวชี้วัดความเชื่อมั่นของธุรกิจ Jewelry Industry Confidence Index อยู่ที่ระดับ 82% ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 66%

แรงหนุนจากเงินออมที่เพิ่มขึ้นของครัวเรือน การเก็บตัวอยู่ที่บ้านเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการทำกิจกรรมทางสังคมและสังสรรค์เพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ได้มีการเริ่มเปิดเมือง ทั้งการจัดงานแต่งงาน การชมนคอนเสิร์ต การเข้าร่วมกิจกรรมสันทนาการและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนและญาติพี่น้อง ตลอดจนการเดินทางไปพักผ่อนในที่ต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่ช่วยผลักดันให้เกิดอุปสงค์ความต้องการในการซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้น

จากการสำรวจทัศนคติความนิยมของผู้ซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดสหรัฐฯ พบว่า เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับตนเองสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน แหวนหมั้นและแหวนร่วมสมัยต่างๆ ตลอดจนแหวนที่ใส่ซ้อนกันหลายๆ วง เป็นที่นิยมอย่างมาก นอกจากนี้ในกลุ่มเครื่องประดับโลหะพบว่าทองคำได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น รองลงมาคือทองคำขาว และทองคำสีชมพู เครื่องประดับมีค่าโดยเฉพาะเครื่องประดับเพชรสำหรับเจ้าสาวที่ตกแต่งด้วยพลอยสีน้ำจะเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปีนี้ นอกจากนี้แล้วเครื่องประดับที่ใช้เพชรสังเคราะห์ที่กำลังมาแรงและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภควัยทำงานในยุคปัจจุบันได้



นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ตลาดเครื่องประดับมีค่าสำหรับสุภาพบุรุษก็เป็นตลาดที่น่าสนใจ ถึงแม้จะมีสัดส่วนไม่มากนัก แต่ตลาดดังกล่าวเป็นตลาดที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในช่วงที่ผ่านมาและยังไม่มีการแข่งขันมากนัก จากข้อมูลของ



Euromonitor ระบุว่าในปี 2566 ตลาดเครื่องประดับของสุภาพบุรุษน่าจะมีการขยายตัวถึง 198

พันล้านบาท (6.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) จึงเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างแบรนด์และเจาะตลาดนี้ ตลอดจนเป็นการ

เพิ่มทางเลือกเพิ่มเติมให้กับกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นสุภาพบุรุษมากขึ้น และน่าทำให้การสวมใส่อัญมณีและเครื่องประดับนั้นไร้ขีดจำกัดในเรื่องเพศ ซึ่งน่าจะส่งผลต่อการขยายการจำหน่ายเครื่องประดับ “Neutral Gender” เข้าสู่ผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ซึ่งรวมถึงเพศทางเลือกต่อไปในอนาคต ความนิยมในการสวมใส่เครื่องประดับมีค่าในวงการบันเทิง วงการกีฬาได้ช่วยผลักดันให้เครื่องประดับขยายตัวเข้าสู่รูปแบบ unisex มากขึ้น โดยเทรนด์สินค้าน่าสนใจสำหรับผู้บริโภคในตลาดนี้ ได้แก่ สร้อยคอที่เป็นห่วงโซ่เส้นเดียว สร้อยข้อมือที่นิยมใส่ซ้อน



กันหลายๆ เส้น สร้อยข้อมือที่ประดับด้วยหินสี สร้อยคอมุก สร้อยคอราสี แหวนสัญลักษณ์ แหวนที่ตกแต่งด้วยพลอยสีที่มีรูปทรงหรือการออกแบบที่โดดเด่น เป็นต้น

ข้อมูลการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐฯ ของนิตยสาร JCK ระบุว่า การจำหน่ายแบบ E-Commerce มีแนวโน้มที่จะขยายตัวแบบก้าวกระโดดในอนาคต โดยธุรกิจส่วนใหญ่ระบุว่า การจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ช่วยให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตเป็นที่น่าพอใจ อย่างไรก็ตามก็ยังมีบางส่วนเห็นว่าการจำหน่ายแบบออนไลน์นั้นเป็นความท้าทายที่สำคัญต่อธุรกิจ ทั้งนี้หากไม่มีการปรับตัวอาจจะทำให้ธุรกิจเกิดการชะลอตัวได้ อย่างไรก็ตามก็มีการจำหน่ายทางออนไลน์ โดยอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทาง Social media และผ่านผู้ทรงอิทธิพลในแพลตฟอร์มต่างๆ สามารถช่วยในเรื่องการเจาะตลาดและขยายกลุ่มลูกค้าให้มีความหลากหลายครอบคลุมในพื้นที่ต่างๆ ในสหรัฐฯ ได้อย่างมาก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันฝ่ายจัดซื้อได้มีการลดการสต็อกสินค้าในคลังและบางธุรกิจมีการผนวกบริการ dropship คือ จัดส่งสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคปลายน้ำเพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บสินค้าและทำให้การจัดส่งสินค้ามีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพให้สินค้ามีความสามารถในการแข่งขันทางช่องทาง E-Commerce เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเป็นการเพิ่มทางเลือกสินค้าที่หลากหลายทั้งจากในประเทศและต่างประเทศให้กับผู้บริโภคด้วย



ข้อเสนอแนะของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก

1. จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้นำเข้าในเขตอาณา พบว่าผู้นำเข้ามีความสนใจสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยมาก เนื่องจากมีความเชื่อมั่นว่าสินค้าจากไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและโรงงานผลิตมีความน่าเชื่อถือ แต่ถึงกระนั้นยังคงมีปัจจัยเพิ่มเติมที่ผู้นำเข้าจะพิจารณา คือ การออกแบบ คุณภาพ ราคาและวิธีการส่งมอบสินค้า หากเป็นผู้นำเข้าในกลุ่มห้างสรรพสินค้าจะเริ่มมีการมองหาผู้ผลิตที่มีบริการสต็อกสินค้าและ dropship ได้ ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นที่นิยมอย่างมากสำหรับผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มห้างสรรพสินค้า

2. โอกาสในการสร้างแบรนด์ในตลาดสหรัฐฯ โดยอาศัยเครือข่าย Social Media เป็นวิธีการที่น่าสนใจและมีโอกาสเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากออนไลน์แพลตฟอร์มในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างการตระหนักในตัวสินค้าและแบรนด์ นอกจากนี้แล้วควรมีการวางแผนการจำหน่ายผ่านทาง E-Commerce ควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้เป็นมิตรต่อผู้เข้าชม ควรมีการวางแผนการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าและการบริการหลังการขายควบคู่ไปด้วย

3. นักออกแบบไทยควรสร้างโอกาสและควรมีการเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานออกแบบในต่างประเทศเพื่อสร้างเครือข่ายให้กับตนเองต่อไปในอนาคต

4. ในปัจจุบันนี้ การติดต่อผู้ค้ารายเดิมและการสร้างสัมพันธ์กับผู้ค้ารายใหม่ควรกระทำอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ และควรมีการพัฒนาการนำเสนอสินค้าให้มีความน่าสนใจ อย่างไรก็ตามก็ หากผู้ค้ามีความสนใจและต้องการเจรจาการค้ากับผู้ผลิตไทย สำนักงานฯ สามารถเป็นตัวกลางในการจัดการประชุมทางไกล (Zoom Meeting) ให้ได้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับทั้งผู้ค้าและผู้ผลิต ทั้งนี้ ขอให้ผู้ผลิตไทยติดต่อสอบถามสำนักงานฯ ที่ info@thaitradeny.com เพื่อจองวัน/เวลาในขั้นแรก ต่อไป

5. หากผู้ผลิตสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสนใจส่งออกสินค้ามายังตลาดสหรัฐฯ สามารถติดต่อสำนักงานฯ เพื่อสอบถามรายชื่อผู้นำเข้าในสินค้าเป้าหมายของตน ทั้งนี้ขอความกรุณาระบุหมายเลขพิกัดศุลกากร (HS Code number) เพื่อสำนักงานฯ จะได้คัดสรรรายชื่อผู้นำเข้าที่เหมาะสมให้ต่อไป

แหล่งที่มาของข้อมูล: JCK/National Jewelry/Euromonitor/CDC และสศต. นิวยอร์ก

