

พาณิชย์ มองหาโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการไทยจากเทรนด์แฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับของโลก

นายณภินทร ศรีสรรพวงค์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ได้มอบหมายให้สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ติดตามสถานการณ์ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เพื่อเตรียมความพร้อมและเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทย พร้อมทั้งจับกระแสแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับของปี 2567

สนค. ได้ติดตามสถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดอันดับ 3 ของประเทศอย่างต่อเนื่องมาอย่างยาวนาน โดยในปี 2566 พบว่า มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤศจิกายน อยู่ที่ 8,251.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.81 จากปีที่ผ่านมา ซึ่งมีมูลค่า 7,514.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการส่งออกเดือนพฤศจิกายนมีมูลค่า 708.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.91 เมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายนของปี 2565 ที่มีมูลค่า 688.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศที่ไทยส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ฮองกง สหรัฐอเมริกาและอินเดีย

จากข้อมูลเว็บไซต์ คิดค้า.com สามารถแบ่งกลุ่มธุรกิจการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยตามประเภทเจ้าของธุรกิจได้ 4 กลุ่ม คือ **กลุ่มที่ 1 ธุรกิจที่ชาวไทยเป็นเจ้าของทั้งหมด** ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดถึงร้อยละ 47.1 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย รองลงมาได้แก่ **กลุ่มที่ 2 ธุรกิจร่วมทุนไทย-ต่างชาติ** โดยที่ไทยถือหุ้นข้างมาก มีสัดส่วนรวมร้อยละ 29.8 **กลุ่มที่ 3 ธุรกิจที่ชาวต่างชาติเป็นเจ้าของทั้งหมด** มีสัดส่วนรวมร้อยละ 20.3 และ **กลุ่มที่ 4 ธุรกิจร่วมทุนไทย-ต่างชาติที่มีชาวต่างชาติถือหุ้นข้างมาก** มีสัดส่วนรวมร้อยละ 2.8 จึงเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการไทยนับเป็นผู้เล่นสำคัญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ประเทศอย่างมากและมีขนาดธุรกิจที่ค่อนข้างใหญ่ ซึ่งเมื่อแบ่งสัดส่วนตามขนาดธุรกิจ SML¹ พบว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) ร้อยละ 14.5 ธุรกิจขนาดกลาง (M) ร้อยละ 14.1 และธุรกิจขนาดใหญ่ (L) ร้อยละ 71.4

แม้ว่าประเทศไทยไม่ได้มีวัตถุดิบในประเทศเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกับในอดีต แต่ไทยมีจุดแข็งและเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับระดับโลก โดยเฉพาะหินสีจำพวกพลอย เครื่องประดับทอง และเงิน รวมถึงจุดเด่นของช่างฝีมือที่มีชื่อเสียงในหลายมิติ อาทิ ทักษะการออกแบบและขึ้นรูปเครื่องประดับ ฝีมือประณีตและคุณภาพในการเจียรระไนพลอย และความสามารถในการเผาพลอยที่ทำให้เกิดความกลมกลืนสะอาดทั่วทั้งเม็ด ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและพัฒนาสินค้าจนเป็นที่ยอมรับในตลาดคู่ค้าสำคัญ และทำให้ไทยยังเป็นแหล่งซื้อขายอัญมณีระดับโลก อาทิ จังหวัดจันทบุรี

¹ กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก (S): กลุ่มธุรกิจการผลิตที่มีรายได้รวมไม่เกิน 100 ล้านบาท หรือจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และกลุ่มธุรกิจบริการ การค้าส่ง และการค้าปลีกที่มีรายได้รวมไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30 คน

กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง (M): กลุ่มธุรกิจการผลิตที่มีรายได้รวมเกิน 100-500 ล้านบาท หรือจำนวนการจ้างงานเกิน 50-200 คน และกลุ่มธุรกิจบริการ การค้าส่ง และการค้าปลีกที่มีรายได้รวมเกิน 50-300 ล้านบาท หรือจำนวนการจ้างงานเกิน 30-100 คน

กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ (L) : กลุ่มธุรกิจการผลิตที่มีรายได้รวมเกิน 500 ล้านบาท หรือจำนวนการจ้างงานเกิน 200 คน และกลุ่มธุรกิจบริการ การค้าส่ง และการค้าปลีกที่มีรายได้รวมเกิน 300 ล้านบาท หรือจำนวนการจ้างงานเกิน 100 คน

สำหรับแนวโน้มอัญมณีและเครื่องประดับในปี 2567 อ้างอิงจากนิตยสาร Vogue ของสหรัฐอเมริกา ที่เผยแพร่เมื่อเดือนตุลาคม 2566 คาดการณ์ว่าจะเป็นการกลับมาในรอบ 18 ปีของเครื่องประดับสไตล์ Boho-Chic ที่มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ อิสระ มีความยืดหยุ่น (flexible) และสีสดใส แต่ยังคงให้ความสำคัญกับเครื่องประดับที่ทำจากวัสดุธรรมชาติและเครื่องเงิน นอกจากนี้ นิตยสาร Cosmopolitan ของสหรัฐอเมริกา ที่เผยแพร่เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2566 ยังคาดการณ์ว่า ไข่มุกเป็นเครื่องประดับอีกประเภทหนึ่ง ที่มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมในปัจจุบัน สอดคล้องกับความนิยมสวมใส่ไข่มุกของ influencer จากทั้งฝั่ง ตะวันออกและตะวันตกซึ่งถือเป็นตลาดคู่ค้าสำคัญของไทย

แนวโน้มดังกล่าว จึงเป็นโอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาดโลกและประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย ทั้งนี้ ภาครัฐยังคงให้การสนับสนุนโดยการช่วยเพิ่ม โอกาสและศักยภาพของผู้ประกอบการไทยหลากหลายรูปแบบ อาทิ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและ เครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ GIT หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ จัดโครงการเพื่อพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการรายภูมิภาค อาทิ โครงการมาเหนือ และโครงการอีสานมอร์เดิร์น เพื่อฝึกอบรมพัฒนา เทคนิคการผลิตและการตลาดเครื่องประดับ โดยนำเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย รวมถึงสร้างความเชื่อมั่น แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับผ่านมาตรฐาน GIT STANDARD นอกจากนี้ ยังมีโครงการซื้อด้วยความมั่นใจ (Buy With Confidence) ที่ออกใบรับรองมาตรฐานและตราสัญลักษณ์ให้แก่ร้านค้าเพื่อสร้างความมั่นใจ ให้ผู้บริโภค เป็นต้น

นายณรินทร์ กล่าวทิ้งท้ายว่า ไทยมีความพร้อมและความสามารถในอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับเป็นอย่างมาก พร้อมแนะนำให้ผู้ประกอบการไทยติดตามแนวโน้มความนิยมและผลิตสินค้าให้ตอบโจทย์ กับความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลง ควบคู่กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อให้ ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญของโลก โดยเสนอแนะให้ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของไทยดำเนินการ ดังนี้ **พัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์และมีเรื่องราว** ที่สะท้อนจุดเด่นของไทย **ส่งเสริมให้เกิดความยั่งยืน**ด้วยการเปิดเผยกระบวนการจัดหาและผลิตสินค้า เพื่อแสดง ถึงความโปร่งใสของห่วงโซ่อุปทาน ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม **ออกแบบสินค้า ให้ตอบสนองความต้องการของตลาด** โดยมีความยืดหยุ่น ไม่แบ่งแยกเพศ และสวมใส่ได้หลายโอกาส **เลือก ช่องทางการขายให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย** เพื่อผลักดันการค้าของผู้ประกอบการไทยในการเพิ่มรายได้ และขยายโอกาสทางการค้า พร้อมทั้งศึกษา **ทำความเข้าใจ และใช้สิทธิพิเศษทางภาษีจาก FTA รวมถึงหา พันธมิตรใหม่ ๆ** เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการค้า ทั้งในด้านการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับนำมาใช้ในการผลิตและ ด้านการส่งออกสินค้าสำเร็จรูปให้มากขึ้น ซึ่งกระทรวงพาณิชย์พร้อมให้การช่วยเหลือสนับสนุนภาคเอกชนอย่าง เต็มที่

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

17 มกราคม 2567