

รายงานการศึกษา

เสริมสร้างความเชื่อมั่น ต้นตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองให้เติบโต



กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

บทสรุปผู้บริหาร

สินค้าแบรนด์เนมมือสอง (Second-Hand Luxury Goods) คือ สินค้าจากแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับสูง ซึ่งเคยถูกครอบครอง (Pre-owned) หรือผ่านการใช้งานมาแล้ว (Used) และถูกขายต่อในสภาพที่ยังสามารถใช้งานได้ดีหรืออาจดูเหมือนใหม่ สินค้าประเภทนี้มักจะมีราคาแพงในกรณีของสินค้ามือหนึ่ง เช่น กระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า และอุปกรณ์ต่าง ๆ แต่ในตลาดสินค้ามือสองจะมีราคาลดลง ขณะที่ยังคงรักษาคุณค่าและความเป็นแบรนด์เนมไว้

ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองทั่วโลกมีการเติบโตต่อเนื่อง โดยในปี 2024 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองทั่วโลกมีมูลค่า 34,790 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.20 ของตลาดสินค้ามือสอง¹ ทั่วโลก ซึ่งมีมูลค่ารวมกว่า 424,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีโอกาสจะเติบโตถึง 50,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2028 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 10 โดยการเติบโตของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น **ความมีคุณภาพและความทนทาน** สินค้าแบรนด์เนมมือสองมักมีคุณภาพสูง ทนทาน และมีการออกแบบที่ไม่ล้าสมัย ส่งผลให้เป็นที่สนใจของนักสะสมแฟชั่นและเหมาะสมแก่การลงทุน **พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป** โดยเฉพาะผู้บริโภควัยเยาว์ อาทิ Millennials และ Gen Z ที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคำนึงถึงผลกระทบต่อโลกมากกว่าความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของ (ownership) **ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี** ทั้งเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจสอบสินค้าและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซสำหรับซื้อขายสินค้า ซึ่งช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองและเชื่อมโยงผู้ซื้อและผู้ขายทั่วโลก การเข้ามามีส่วนร่วมของบริษัทแบรนด์เนม มีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นในสินค้ามือสองและช่วยเพิ่มความต้องการสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้น รวมถึงการให้ความสำคัญในเรื่องความยั่งยืน เนื่องจากการซื้อสินค้ามือสองช่วยยืดอายุการใช้งานของสินค้าและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกี่ยวข้องกับทั้งการผลิตและการขนส่งสินค้า

ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้น โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา โดยในปี 2024 สหรัฐฯ มีมูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองอยู่ที่ 8,109.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 16,018.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2033 และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.46 ต่อปี ในช่วงปี 2025-2033 การดำเนินงานของกิจการค้าปลีกสินค้ามือสอง รวมถึงสินค้าแบรนด์เนมมือสองในสหรัฐฯ แบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ (1) บริษัทแสวงหากำไร และ (2) บริษัท/องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งมีรูปแบบการจำหน่ายที่หลากหลาย อาทิ Thrift Stores เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้ามือสองที่ได้รับมาจากการบริจาคเป็นหลัก โดยดำเนินการในรูปแบบองค์กรไม่แสวงหากำไร Branded Resale คือรูปแบบการค้าที่แบรนด์หรือผู้ค้าปลีกเป็นผู้รับซื้อและจำหน่ายสินค้ามือสองของตนเองโดยตรง หรือร่วมมือเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มออนไลน์ (Resale-as-a-Service) และ Online Resale Marketplace ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำหน้าที่เป็นร้านรับซื้อและฝากขายสินค้ามือสองสำหรับผู้บริโภครายย่อย ทั้งนี้ สหรัฐฯ ไม่ได้กำหนดกฎระเบียบบังคับให้มีการตรวจสอบและรับรองสินค้ามือสอง แต่กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้ามือสองส่วนใหญ่จะมีกระบวนการตรวจสอบและรับรองสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยนำเครื่องมือ เช่น การยืนยันข้อมูลผ่านระบบ Blockchain มาประยุกต์ใช้ ซึ่งนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

ขณะที่ประเทศญี่ปุ่น ในปี 2023 มีมูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง 0.37 ล้านล้านเยน (ประมาณ 8.15 หมื่นล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.40 จากปีก่อนหน้า คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 12 ของตลาดสินค้ามือสองที่มีมูลค่า 3.12 ล้านล้านเยน (ประมาณ 6.90 แสนล้านบาท) โดยธุรกิจสินค้าแบรนด์เนมมือสองในญี่ปุ่น

¹ สินค้ามือสองแบ่งตามประเภทสินค้า อาทิ เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า ยานพาหนะ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์กีฬา และสินค้าอื่น ๆ

มีการจำหน่ายสินค้าใน 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ (1) ธุรกิจจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า (Business-to-Customer: B2C) อาทิ ร้านขายสินค้ามือสอง ร้านรับจํานํา และแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึง (2) ลูกค้าจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า (Consumer-to-Consumer: C2C) ซึ่งเป็นการซื้อขายแบบไม่ต้องผ่านตัวกลางหรือผู้ค้าปลีก สามารถทำได้ผ่านแพลตฟอร์ม Free Market และการประมูลผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ ญี่ปุ่นมีระบบการตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่เข้มงวด เพื่อป้องกันการจำหน่ายสินค้าปลอมแปลง ซึ่งดำเนินการโดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง อาทิ The Association Against Counterfeit Product Distribution (AACD) เป็นสมาคมของสมาชิกที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการนำเข้าแบบคู่ขนาน (Parallel Importing)² และสินค้าแบรนด์เนมมือสองในญี่ปุ่นได้กำหนดมาตรฐาน AACD ซึ่งเป็นแนวทางในการกำหนดว่าสินค้าประเภทใดที่ไม่ควรถูกนำมาจำหน่ายตามมาตรฐาน AACD แต่ไม่ได้ตัดสินว่าสินค้าเป็นของแท้หรือของปลอม และ Luxury Brand Appraisers International Association (LAIA) ซึ่งเป็นสมาคมผู้ประเมินสินค้าแบรนด์เนมระดับนานาชาติ ที่ให้บริการใบรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนม ตามมาตรฐานของ LAIA นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายสินค้ามือสองจะต้องได้รับ “ใบอนุญาตประกอบธุรกิจสินค้ามือสอง (Secondhand Dealer License)” ซึ่งออกโดยสถานีตำรวจในแต่ละเขตพื้นที่

สำหรับประเทศไทยสินค้าแบรนด์เนมมือสองได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ในปี 2024 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทยมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 40,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของมูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมของไทยที่มีมูลค่าประมาณ 200,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10 - 15 ต่อปี ตั้งแต่หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนิติบุคคลธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องแต่งกายรองเท้า และเครื่องหนังที่ใช้แล้ว (TSIC 47742) ซึ่งครอบคลุมกลุ่มธุรกิจร้านค้าสินค้าแบรนด์เนมมือสอง ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 74 ราย ในปี 2021 เป็น 91 ราย ในปี 2022 และ 114 ราย ในปี 2023 และเมื่อพิจารณารายได้และกำไรสุทธิ ระหว่างปี 2021 ถึง 2023 พบว่า มีแนวโน้มรายได้รวมและกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยรายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 695.69 ล้านบาท เป็น 1,025.97 ล้านบาท และ 1,275.80 ล้านบาท ตามลำดับ และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น จากขาดทุน 8.88 ล้านบาท เป็นกำไร 20.66 ล้านบาท และ 27.53 ล้านบาท ตามลำดับ

ทั้งนี้ ประเทศไทยมีสมาคมแบรนด์เนมมือสอง (Secondhand Brandname Association : S-BA) ที่ให้บริการตรวจสอบสินค้าว่าเป็นของแท้หรือของปลอม พร้อมออกใบรับรองความแท้ของสินค้า ประกอบกับการออกใบอนุญาตประกอบวิชาชีพผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบสินค้าลักซูรี (Professional License, Luxury Brand Authentication Expert) เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานให้กับวงการตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง รวมถึงมีการรับรองโดยร้านค้า/ธุรกิจ อาทิ ร้าน Bagnifique Brandname เป็นศูนย์รับซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองในไทยที่เลือกใช้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า และบริษัท สทโคเมเฮียว จำกัด เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างเครือสหพัฒน์ และกลุ่ม KOMEHYO (โคเมเฮียว) ผู้นำด้านสินค้าแบรนด์เนมมือสองในประเทศญี่ปุ่น มีระบบการตรวจสอบสินค้าที่ใช้ทีมงานผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยี AI ผ่านกล้องจุลทรรศน์ (Microscope) สำหรับช่วยตรวจสอบ ทำให้การซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และเสริมสร้างความมั่นใจในการซื้อขาย

² การนำเข้าแบบคู่ขนาน (Parallel Importing) เป็นการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมของแท้ที่ถูกจัดจำหน่ายในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในญี่ปุ่นโดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของแบรนด์ ทำให้ความน่าเชื่อถือของสินค้าต้องพึ่งการตรวจสอบจากองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองทั้งในระดับประเทศและระดับโลก แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการผลักดันการค้าสินค้าแบรนด์เนมมือสองในอนาคต สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะเป็นหน่วยงานด้านนโยบายได้ทำการศึกษาตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองเพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมพร้อมสำหรับรับมือกับความเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทยให้มีการดำเนินการอย่างถูกต้องและเหมาะสม จึงได้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. สนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสินค้าแบรนด์เนมมือสองในรูปแบบของหน่วยงาน หรือ สมาคม ภายใต้การรับรองของภาครัฐ เพื่อสร้างการรับรู้และเครือข่ายที่เข้มแข็งระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องให้เป็นรูปธรรม ทั้งในส่วนของผู้ขายและผู้ตรวจสอบรับรองสินค้าแบรนด์เนมมือสอง เพื่อให้ระบบการแลกเปลี่ยนสินค้า และการตรวจสอบมีแนวทางที่ชัดเจนและได้มาตรฐาน โดยอาจสนับสนุนการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินการ ทั้งนี้ การรวมกลุ่มจะช่วยให้ต้นทุนที่เกิดขึ้น อาทิ ต้นทุนการดำเนินการและต้นทุนทางเทคโนโลยี เนื่องจากมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องใช้ประโยชน์ร่วมกันมากขึ้น นอกจากนี้ ยังจะส่งผลต่อเนื่องในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้นตามไปด้วย (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมการปกครอง กรมศุลกากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

2. ส่งเสริมให้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่มีมาตรฐาน ทั้งในส่วนของออนไลน์และออฟไลน์ โดยประสานความร่วมมือกับสมาคม ร้านค้า และแบรนด์สินค้าต่าง ๆ ในการจัดหาผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบ หรือผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมจากแบรนด์ เพื่อร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองให้มีมาตรฐาน ทั้งนี้ วิธีตรวจสอบควรดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมจากแบรนด์ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูล อาทิ ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือการยืนยันข้อมูลผ่านระบบ Blockchain เพื่อให้มีความแม่นยำสูงและน่าเชื่อถือ โดยสามารถอ้างอิงแนวปฏิบัติได้จากตัวอย่าง เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ The RealReal แพลตฟอร์มออนไลน์ Vestiaire Collective และสมาคม The Association Against Counterfeit Product Distribution (AACD) เป็นต้น (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมศุลกากร สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

3. สร้างมาตรฐานกำกับดูแลและมาตรการป้องกันสินค้าปลอมแปลง โดยประสานการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบและป้องกัน ในกรณีการค้าและการนำเข้าสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การกำหนดให้ร้านค้าต้องแสดงหลักฐานหรือใบรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมมือสอง (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมศุลกากร กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมการค้าต่างประเทศ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ)

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
1. คำนิยามสินค้าแบรนด์เนมมือสอง.....	1
2. ภาพรวมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของโลก.....	1
3. กรณีศึกษาตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของประเทศสำคัญ.....	5
4. ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทย.....	14
5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	17
เอกสารอ้างอิง	19

1. คำนิยามสินค้าแบรนด์เนมมือสอง

สินค้าแบรนด์เนม คือ สินค้าจากแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับสูง (Luxury or High-end Brands) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าไลฟ์สไตล์ หรือ Luxury Goods ที่ไม่ใช่สินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต แต่มีผลต่อจิตวิทยาและอารมณ์ของแต่ละบุคคล ทำให้สินค้าแบรนด์เนมเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นตามระดับรายได้ และไม่ได้จำกัดการเข้าถึงเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้สูงเท่านั้น ผู้มีรายได้ปานกลางและผู้มีรายได้ต่ำสามารถเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมได้ทั้งในรูปแบบของสินค้ามือหนึ่งและสินค้ามือสอง

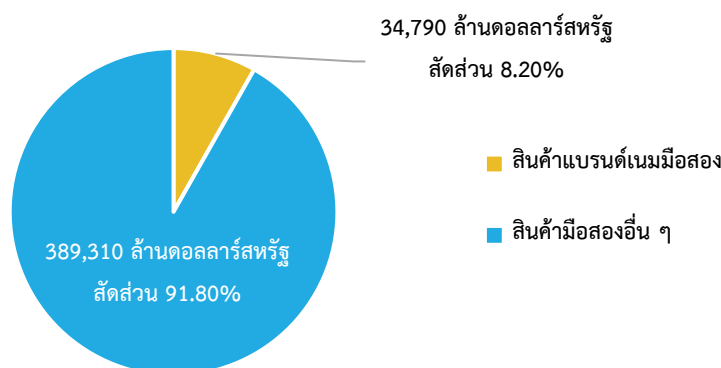
สินค้าแบรนด์เนมมือสอง (Second-Hand Luxury Goods) คือ สินค้าจากแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับสูงที่เคยถูกครอบครอง (Pre-owned) หรือผ่านการใช้งานมาแล้ว (Used) และถูกขายต่อในสภาพที่ยังสามารถใช้งานได้ดีหรือบางชิ้นอาจดูเหมือนใหม่ สินค้าประเภทนี้มักจะมีราคาแพงในกรณีของสินค้ามือหนึ่ง แต่ในตลาดสินค้ามือสองจะมีราคาลดลง ขณะที่ยังคงรักษาคุณค่าและความเป็นแบรนด์เนมไว้ เช่น กระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า และอุปกรณ์ต่าง ๆ

2. ภาพรวมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของโลก

2.1 มูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของโลก

ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง (Second-Hand Luxury Brand) ทั่วโลกมีการเติบโตต่อเนื่อง โดยได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น พฤติกรรมการซื้อสินค้าตามกระแสของกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ความนิยมแฟชั่นหรือของของกลุ่มคนเมือง ความนิยมสินค้ารุ่นพิเศษที่มีจำนวนจำกัด (Limited Collection) ประกอบกับราคาของสินค้าแบรนด์เนมมือสองสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าสินค้าแบรนด์เนมใหม่ ทำให้ผู้บริโภคหลายรายมองหาทางเลือกใหม่ในการเข้าถึงแบรนด์หรูในราคาที่ถูกลง โดยข้อมูลจากบริษัทวิจัยธุรกิจ The Business Research Company คาดว่า ในปี 2024 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองทั่วโลกมีมูลค่า 34,790 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.20 ของตลาดสินค้ามือสอง³ ทั่วโลก ซึ่งมีมูลค่ารวมกว่า 424,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีโอกาสจะเติบโตถึง 50,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2028 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 10

ภาพที่ 1 : สัดส่วนมูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง ปี 2024



ที่มา: สนค. ประมวลผลจากข้อมูลของ The Business Research Company

³ สินค้ามือสองแบ่งตามประเภทสินค้า อาทิ เพอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า ยานพาหนะ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์กีฬา และสินค้าอื่น ๆ

แนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองเป็นผลมาจากหลายปัจจัย ทั้งความชื่นชอบส่วนบุคคล ความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคมที่ทำให้รู้สึกถึงความพิเศษจากคนรอบข้าง รวมถึงการตระหนักรู้ถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงเร็ว (Fast Fashion) มีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดความต้องการสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้น อีกทั้งการมีกระบวนการตรวจสอบเพื่อป้องกันสินค้าแบรนด์เนมปลอมยังได้ช่วยส่งเสริมการขยายตัวของอุตสาหกรรม โดยการพัฒนาเทคโนโลยีเข้ามา มีบทบาทสำคัญในการใช้ตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองเพื่อรับรองความแท้ของสินค้า เช่น เทคโนโลยีบล็อกเชนและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้น อาทิ เสื้อผ้า เครื่องประดับ นาฬิกา และกระเป๋า นอกจากนี้ การขยายตัวของจำนวนร้านค้าทางการ (Flagship Store) ที่เป็นร้านค้าซึ่งเปิดภายใต้เจ้าของแบรนด์ ร้านค้าที่ได้รับอนุญาตจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวจากแบรนด์ และร้านค้าขายฝากที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมมือสองมีจำนวนมากขึ้น ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสอง

2.2 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในแต่ละภูมิภาค

แนวโน้มของการใช้สินค้าแบรนด์เนมมือสองได้รับความสนใจมากขึ้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยได้เปิดโอกาสให้การเข้าถึงสินค้าแบรนด์เนมง่ายขึ้น ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองจึงกลายเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก ผู้บริโภคในหลายภูมิภาคเริ่มหันมาเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสอง เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชียแปซิฟิก ลาตินอเมริกา และตะวันออกกลาง สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในเชิงทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในระดับโลก ซึ่งสามารถอธิบายภาพรวมถึงทิศทางการเติบโตของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในแต่ละภูมิภาคได้ ดังนี้

2.2.1 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในสหรัฐอเมริกา

การบริโภคสินค้าแบรนด์เนมมือสองในสหรัฐอเมริกากำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องจากแรงผลักดันหลายปัจจัย อาทิ **ราคาที่ย่อมเยา** สินค้าแบรนด์เนมมือสองมีราคาถูกกว่าสินค้าแบรนด์เนมมือหนึ่ง ช่วยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคทุกระดับสามารถเข้าถึงสินค้าของแบรนด์เนมได้ง่ายขึ้น **อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์** การแชร์ประสบการณ์ซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองของอินฟลูเอนเซอร์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ กระตุ้นให้ผู้ติดตามสนใจสินค้าแบรนด์เนมมือสอง และช่วยให้การซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองกลายเป็นที่นิยมและดูมีเสน่ห์มากขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของความไว้วางใจในแพลตฟอร์มการขายสินค้าแบรนด์เนมออนไลน์ เช่น The RealReal ให้บริการตรวจสอบคุณภาพและความแท้ของสินค้า โดยตรวจสอบด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงและผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในการซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองเพิ่มขึ้น

2.2.2 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในยุโรป

สินค้าแบรนด์เนมมือสองได้รับความนิยมในยุโรปจากการมีมรดกทางวัฒนธรรมด้านแฟชั่นหรูหราที่มีมายาวนานและการให้คุณค่ากับเรื่องราวเฉพาะตัวของสินค้า ผู้บริโภคในทวีปยุโรปให้ความสำคัญกับ **ความหายากและความพิเศษของสินค้า** ทำให้ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองกลายเป็นแหล่งที่น่าสนใจสำหรับนักสะสม ซึ่งช่วยผลักดันการเติบโตของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง ประกอบกับ**ราคาที่สามารเอื้อจนถึงได้ของสินค้าแบรนด์เนมมือสอง** เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดผู้บริโภคที่มองหาความคุ้มค่าให้หันมาสนใจในตลาดแบรนด์เนมมือสองเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ **การพัฒนาทางเทคโนโลยี** ช่วยให้แพลตฟอร์มออนไลน์สามารถเชื่อมต่อผู้ซื้อและผู้ขายได้อย่างสะดวกสบาย ส่งผลให้ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองเติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้ง**บริการตรวจสอบความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมมือสอง**ที่มีในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ช่วยตอบโจทยความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพและความแท้ของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจมากขึ้นและเพิ่มการยอมรับสินค้าแบรนด์เนมมือสองได้อย่างมาก

2.2.3 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในเอเชียแปซิฟิก

ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในเอเชียแปซิฟิกเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการเติบโตของรายได้สุทธิส่วนบุคคล (Disposable Income) และการมีฐานผู้บริโภคขนาดใหญ่ อาทิ จีน ที่มีส่วนแบ่งตลาดในการจัดหาและจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมมือสองกว่าร้อยละ 60 ของความต้องการรวมในตลาดเอเชียแปซิฟิก การเพิ่มขึ้นของอินฟลูเอนเซอร์และบุคคลที่มีชื่อเสียง อาทิ เกาหลีใต้ ซึ่งมีการใช้งานโซเชียลมีเดียสูงและมีอินฟลูเอนเซอร์จำนวนมาก โดยเฉพาะในวงการ K-pop ได้ช่วยส่งเสริมการซื้อขายสินค้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สอดคล้องกับการประเมินของบริษัท Morgan Stanley ผู้ให้บริการทางการเงิน พบว่าชาวเกาหลีใต้มีการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าฟุ่มเฟือยสูงที่สุดในโลกเฉลี่ย 325 ดอลลาร์สหรัฐต่อหัวต่อปี และการมีชื่อเสียงในฐานะศูนย์กลางสินค้าแบรนด์เนมที่เชื่อถือได้ โดยเฉพาะ ญี่ปุ่น ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่น ในการซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ การเติบโตของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่าง ๆ ยังได้ช่วยเพิ่มการเข้าถึงการซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้น เช่น แพลตฟอร์ม Alibaba และ JD.com ของจีน แพลตฟอร์ม Mercari และ Rakuten ของญี่ปุ่น และแพลตฟอร์ม KREAM ของเกาหลีใต้ เป็นต้น

2.2.4 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในลาตินอเมริกา

การเติบโตของการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism) ช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าแบรนด์เนม โดยเฉพาะในเมืองใหญ่และศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำคัญของลาตินอเมริกา ขณะเดียวกันตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น จากความคุ้มค่าของราคา ด้วยราคาที่ต่ำกว่าสินค้าแบรนด์เนมหนึ่งถึงร้อยละ 40-70 อีกทั้งบางประเทศมีภาษีนำเข้าสินค้าที่สูง เช่น บราซิลและอาร์เจนตินา ทำให้สินค้าแบรนด์เนมมือสองที่นำเข้ามีราคาแพงมาก ส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองแทน นอกจากนี้ การเติบโตของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Enjoei ของบราซิล และ GoTrendier ของเม็กซิโก ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าแบรนด์เนมมือสองได้ง่ายขึ้น อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง คือ การรับรองความแท้ของสินค้า โดยร้านค้าและแพลตฟอร์มต่าง ๆ มีมาตรการตรวจสอบอย่างเข้มงวด เช่น แพลตฟอร์ม GoTrendier ที่มีระบบตรวจสอบภายใน และดำเนินมาตรการขึ้นเด็ตขาดกับร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าปลอมหรือละเมิดลิขสิทธิ์

2.2.5 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในตะวันออกกลางและแอฟริกา

ผู้บริโภคในตะวันออกกลางและแอฟริกา นิยมสินค้าแบรนด์เนมมือสองด้วยเหตุผลหลายปัจจัย อาทิ ความคุ้มค่าของราคา ราคาสินค้าแบรนด์เนมมือสองต่ำกว่าสินค้าแบรนด์เนมหนึ่งมาก ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าแบรนด์เนมในราคาที่จับต้องได้ โอกาสในการเป็นเจ้าของสินค้าหายาก สินค้าแบรนด์เนมบางรุ่นเลิกผลิตไปหรือมีจำนวนจำกัด แต่สามารถพบได้ในตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง และความนิยมสินค้าแบรนด์เนมเป็นสินทรัพย์ลงทุน ผู้บริโภคมองว่าสินค้าแบรนด์เนมบางประเภท เช่น นาฬิกา Rolex และกระเป๋า Hermès เป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการลงทุนที่สามารถสร้างกำไรได้ในอนาคต อย่างไรก็ตาม ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในตะวันออกกลางและแอฟริกาให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความแท้ของสินค้าเพื่อป้องกันสินค้าปลอม โดยมี 2 แนวทางหลัก คือ การรับรองโดยแพลตฟอร์มเอง เช่น แพลตฟอร์ม The Luxury Closet ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีทีมผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองความแท้ของสินค้าก่อนนำมาจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม และการรับรองโดยสถาบันรับรอง เช่น แพลตฟอร์ม Fashion & Co ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีการตรวจสอบและรับรองความแท้ของสินค้าโดยสถาบันรับรองชั้นนำที่มีความเชี่ยวชาญและเชื่อถือได้

2.3 ปัจจัยส่งเสริมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง

การซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองกลายเป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม จากข้อมูลตลาดสินค้าแบรนด์เนมข้างต้น สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองได้ ดังนี้

2.3.1 คุณภาพและความทนทาน สินค้าแบรนด์เนมมือสองมักมีคุณภาพสูงและทนทาน เนื่องจากมีการใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานสูง ทำให้สินค้าแบรนด์เนมมือสองยังคงมีสภาพดีและทนทานต่อการใช้งานในระยะยาว นอกจากนี้ การออกแบบที่ละเอียดและมีความพิถีพิถันยังช่วยให้สินค้าสามารถใช้งานได้ยาวนานและไม่ล้าสมัย เพราะแบรนด์เนมชั้นนำต่าง ๆ มักมีการออกแบบที่คงความคลาสสิกซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความหรูหรา เรียบง่าย แต่โดดเด่นและเป็นที่น่าจดจำ (All time iconic) ส่งผลให้เป็นที่น่าสนใจของนักสะสมแฟชั่นและเหมาะสมแก่การลงทุนด้วย

2.3.2 พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะผู้บริโภควัยเยาว์ อาทิ Millennials และ Gen Z ที่เป็กลุ่มผู้ซื้อหลักในตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มักให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและคำนึงถึงผลกระทบต่อโลกมากกว่าความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของ (ownership) ดังนั้น การซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองจึงเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์ เพราะช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และช่วยลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้สินค้าที่มีอยู่แล้ว แทนการสนับสนุนสินค้าผลิตใหม่

2.3.3 ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การตรวจสอบความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมมือสองเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจในการซื้อขาย โดยเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจสอบ เช่น บล็อกเชน ช่วยบันทึกข้อมูลการเปลี่ยนมือของสินค้าอย่างโปร่งใส การสแกนดิจิทัล เช่น QR Code และหมายเลขซีเรียล ช่วยให้ตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้าได้ง่าย และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถเปรียบเทียบลักษณะเฉพาะของสินค้าเพื่อตรวจสอบความแท้ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ นอกจากนี้ จำนวนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่เพิ่มขึ้น ได้ช่วยขยายโอกาสทางการค้าด้วยการเชื่อมโยงผู้ขายและผู้ซื้อทั่วโลก โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้ยังได้มีการปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบความแท้ของสินค้า รวมถึงลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าที่ดีและสร้างความมั่นใจยิ่งขึ้นให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย อาทิ Vestiaire Collective ของฝรั่งเศส และ The RealReal ของสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2.3.4 บริษัทแบรนด์เนมเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ละแบรนด์ของสินค้าแบรนด์เนมได้เข้ามามีส่วนร่วมกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและร้านขายฝาก เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนและช่วยอำนวยความสะดวกในการขายต่อ โดยการที่บริษัทสินค้าแบรนด์เนมเข้ามามีส่วนร่วมได้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในสินค้ามือสองและเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความต้องการสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้นด้วย อาทิ การให้บริการเช่าชุดแฟชั่นของ Rent the Runway ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเสื้อผ้าดีไซน์เนอร์โดยไม่ต้องเป็นเจ้าของ และเมื่อปี 2020 The RealReal ได้ประกาศความร่วมมือกับ Gucci เพื่อเปิดร้านออนไลน์ที่มีสินค้า Gucci มือสอง โดยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 10 ในช่วงปี 2024-2029

2.3.5 การให้ความสำคัญในเรื่องความยั่งยืน ผู้บริโภคตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้น โดยการซื้อสินค้ามือสองช่วยยืดอายุการใช้งานของสินค้าและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการขนส่งสินค้าผลิตใหม่ จากข้อมูลของ Oxfam องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำงานขับเคลื่อนเพื่อบรรเทาความยากจนทั่วโลก พบว่า หากผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรร้อยละ 50 ซื้อเสื้อผ้ามือสอง จะสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 12,500 ล้านกิโลกรัม ซึ่งเทียบเท่ากับเครื่องบินที่บินรอบโลกมากกว่า 17,000 ครั้ง โดยผลการวิจัยนี้ถูกเผยแพร่ร่วมกับแคมเปญ Second-Hand September ประจำปีของ Oxfam ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้ามือสองและบริจาคสินค้าที่ไม่ต้องการ เพื่อร่วมลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

3. กรณีศึกษาตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของประเทศสำคัญ

3.1 สหรัฐอเมริกา

3.1.1 ภาพรวมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง

1) มูลค่าตลาด

ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของสหรัฐอเมริกามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจาก IMARCGroup ระบุว่า ในปี 2024 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของสหรัฐอเมริกามีมูลค่า 8,109.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 16,018.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2033 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.46 ต่อปี ในช่วงปี 2025-2033 การเติบโตของตลาดนี้ได้รับแรงผลักดันจากหลายปัจจัย อาทิ การเพิ่มขึ้นของรายได้ ความต้องการสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่เพิ่มขึ้น การขยายตัวของตลาดอีคอมเมิร์ซ และความนิยมที่เพิ่มขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองของผู้บริโภค

2) รูปแบบการจำหน่าย

การดำเนินงานของกิจการค้าปลีกสินค้ามือสอง รวมถึงสินค้าแบรนด์เนมมือสอง สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ (1) บริษัทแสวงหาผลกำไร และ (2) บริษัท/องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งกฎหมายของแต่ละรัฐจะมีข้อกำหนดและกฎระเบียบที่แตกต่างกัน

(1) Thrift Stores เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้ามือสองที่ได้รับมาจากการบริจาคเป็นหลัก โดยดำเนินการในรูปแบบองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (non-profit organization) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือสังคมหรือองค์กรเพื่อการกุศล เช่น Goodwill Industries International⁴ ที่นำรายได้จากการจำหน่ายสินค้ามือสองไปช่วยสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะเพื่อการจ้างงาน และการให้คำปรึกษาด้านอาชีพ หรือ The Salvation Army⁵ ที่นำรายได้ไปบริจาคให้กับสถานสงเคราะห์คนไร้บ้านและงานด้านการบรรเทาภัยพิบัติ หรือ Habitat for Humanity ReStore⁶ ที่บริหารโดยองค์กร Habitat for Humanity ซึ่งจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำและของใช้ในครัวเรือนมือสอง โดยรายได้จะนำไปสนับสนุนโครงการสร้างและปรับปรุงที่อยู่อาศัยสำหรับครอบครัวที่มีรายได้น้อย เป็นต้น

(2) Branded Resale โดยแบรนด์หรือผู้ค้าปลีกเป็นผู้รับซื้อและจำหน่ายสินค้ามือสองของตนเองโดยตรง หรือร่วมมือเป็นพันธมิตรกับแพลตฟอร์มออนไลน์ (Resale-as-a-Service) เพื่อจำหน่ายสินค้ามือสองที่ได้รับการรับรองจากแบรนด์

ปัจจุบันมีแบรนด์แฟชั่นกว่า 155 แบรนด์⁷ ที่หันมาเพิ่มช่องทางค้าปลีกที่ให้บริการรับซื้อกลับและจำหน่ายสินค้ามือสองของแบรนด์ตัวเอง เช่น Patagonia, Lululemon, REI, The North Face, Arc’teryx, Levi’s, Allbirds, On, American Eagle, H&M, Zara, J.Crew และ Kate Spade เป็นต้น โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบและขั้นตอนการดำเนินการคล้ายกัน คือ ลูกค้าคัดเลือกและรวบรวมสินค้าภายใต้แบรนด์นั้น ๆ ที่ใช้แล้ว แต่อยู่ในสภาพดีและใช้งานได้ (ตามเงื่อนไขและคุณสมบัติที่ร้านค้ากำหนด) นำมาแลกคืน (Trade-In) ภายในร้านค้า (In-Store) หรือจัดส่งคืนทางไปรษณีย์ (Mail-In) เพื่อรับส่วนลดในรูปแบบ Gift Card หรือ Merchandise Credit เพื่อใช้ในการซื้อสินค้ากับทางร้านครั้งต่อไป ทั้งนี้ ร้านค้าจะเป็นผู้ประเมินและตรวจสอบสภาพสินค้าว่าเป็นไปตามเงื่อนไขและคุณสมบัติที่กำหนดและอยู่ในข่ายที่จะได้รับส่วนลดหรือไม่

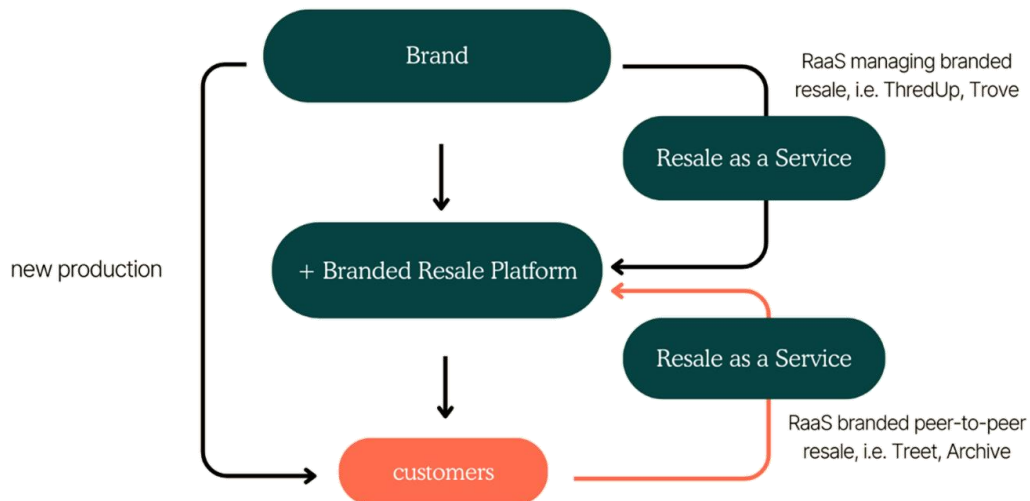
⁴ Goodwill Industries International. (2024). <https://www.goodwill.org/>

⁵ The Salvation Army. (2024). <https://www.salvationarmyusa.org/usn/>

⁶ Habitat for Humanity. (2024). <https://www.habitat.org/restores>

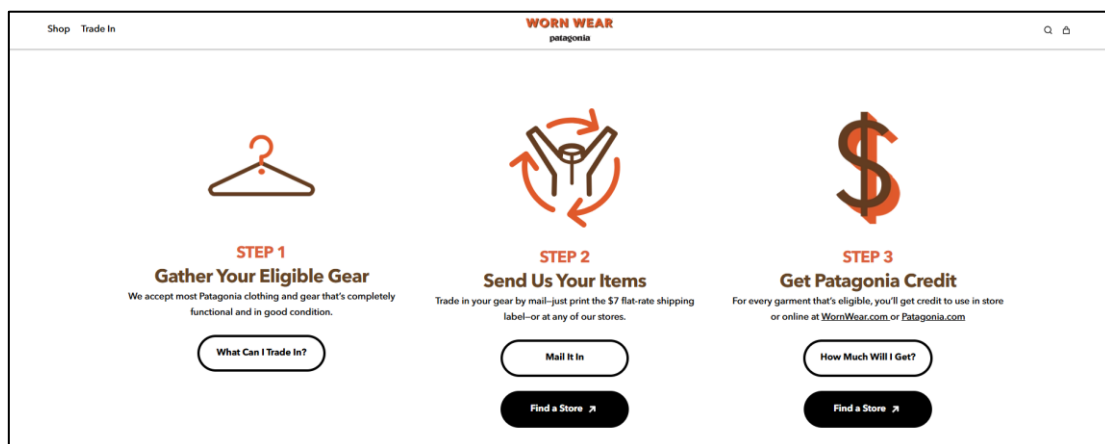
⁷ ThredUp. (November 2024). The Recommerce 100. <https://www.recommerce100.com/>

ภาพที่ 2 : แนวทางการให้บริการของแบรนด์ในการรับซื้อสินค้ากลับและจำหน่ายสินค้ามือสอง



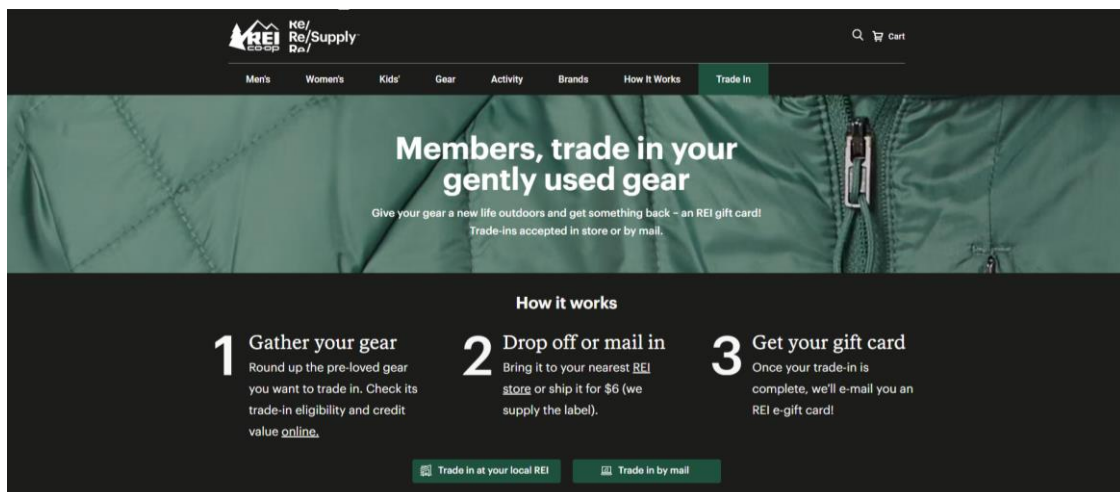
ที่มา: Beni. Out with the New

ภาพที่ 3 : ขั้นตอนการให้บริการของแบรนด์ในการรับซื้อสินค้ากลับ



ที่มา: Patagonia Worn Wear

ภาพที่ 4 : ขั้นตอนการให้บริการของแบรนด์ในการรับซื้อสินค้ากลับ



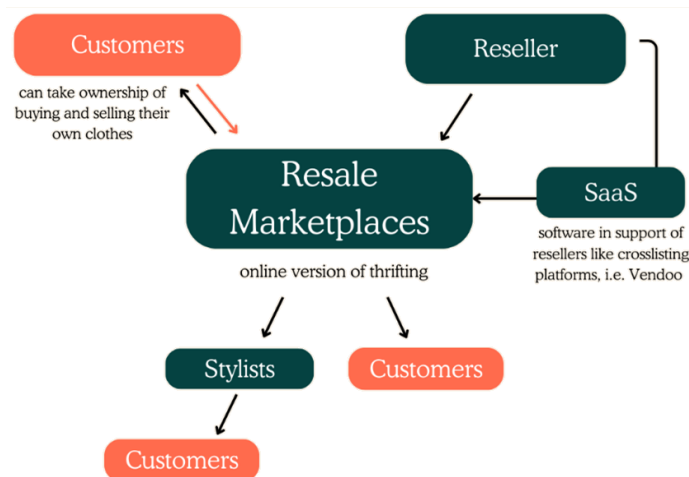
ที่มา: REI Re/Supply

(3) Online Resale Marketplace⁸ เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำหน้าที่เป็นร้านรับซื้อและฝากขายสินค้ามือสองสำหรับผู้บริโภครายย่อย โดยรูปแบบการดำเนินธุรกิจสามารถแบ่งเป็น

(3.1) Peer-to-Peer Marketplace ซึ่งเป็นการซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยแพลตฟอร์มจะหักเปอร์เซ็นต์จากราคาขายและผู้ขายจะได้รับส่วนที่เหลือ หรือ

(3.2) Managed Marketplace ซึ่งผู้ขายจะจัดส่งสินค้ามือสองไปยังแพลตฟอร์ม เพื่อให้แพลตฟอร์มเป็นผู้ดำเนินการในส่วนของการรวบรวมและขั้นตอนการขายต่อภายใต้เงื่อนไขค่าธรรมเนียมและค่าคอมมิชชั่นที่แพลตฟอร์มกำหนดไว้ ทั้งนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ดังกล่าวมีหลากหลายประเภท เช่น Mass Marketplace สำหรับสินค้าชั้นนำทั่วไป อาทิ ebay, Poshmark, Depop, Facebook Marketplace, Mercari, Rent the Runway หรือ Luxury Marketplace สำหรับสินค้าแบรนด์เนม อาทิ The RealReal, Vestiaire Collective, Farfetch หรือ Specialty Marketplace ที่มุ่งเน้นสินค้าเฉพาะทาง อาทิ เสื้อผ้าแนวสตรีท (GOAT) งานแต่งงาน (Nearly Newlywed) หรือเด็ก (Kidizen)

ภาพที่ 5 : แนวทางการซื้อขายสินค้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

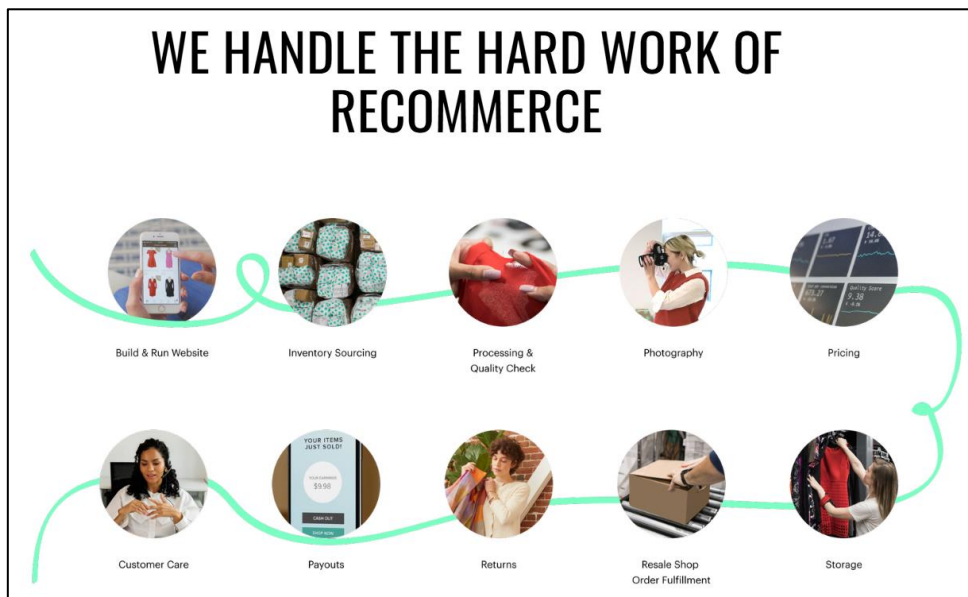


ที่มา: Beni. Out with the New

(4) Resale-as-a-Service (RaaS) ดำเนินการทั้งในรูปแบบแพลตฟอร์มออนไลน์ (Resale Marketplace) ที่ทำหน้าที่เป็นร้านรับซื้อและฝากขายสินค้ามือสองออนไลน์สำหรับผู้บริโภครายย่อย และนอกเหนือจากธุรกิจหลักดังกล่าว ยังเป็นผู้ให้บริการทางธุรกิจแบบครบวงจร (การสร้างเว็บไซต์และช่องทางจำหน่าย การพัฒนาระบบรับซื้อและจำหน่ายสินค้า การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง การตรวจสอบคุณภาพสินค้า การถ่ายภาพสินค้า การตั้งราคา การลงรายการสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการจัดส่งสินค้า ตลอดจนบริการด้านการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก) ในลักษณะ Resale-as-a-Service เพื่อช่วยพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจการจำหน่ายสินค้ามือสองให้กับแบรนด์และผู้ค้าปลีกต่าง ๆ โดยผู้นำตลาดในด้าน RaaS ได้แก่ บริษัท ThredUp ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มธุรกิจ Recommerce ให้กับผู้ค้าปลีกที่มีชื่อเสียง เช่น Gap, Tommy Hilfiger, Reformation, Kate Spade และอื่น ๆ อีกจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีบริษัท Trove ซึ่งให้บริการในรูปแบบ end-to-end products and services solutions ที่ช่วยให้แบรนด์ดัง ๆ หลายแห่ง เช่น Patagonia, REI, Allbirds และ Levi's สามารถสร้างโมเดลธุรกิจ Recommerce ที่ประสบความสำเร็จ

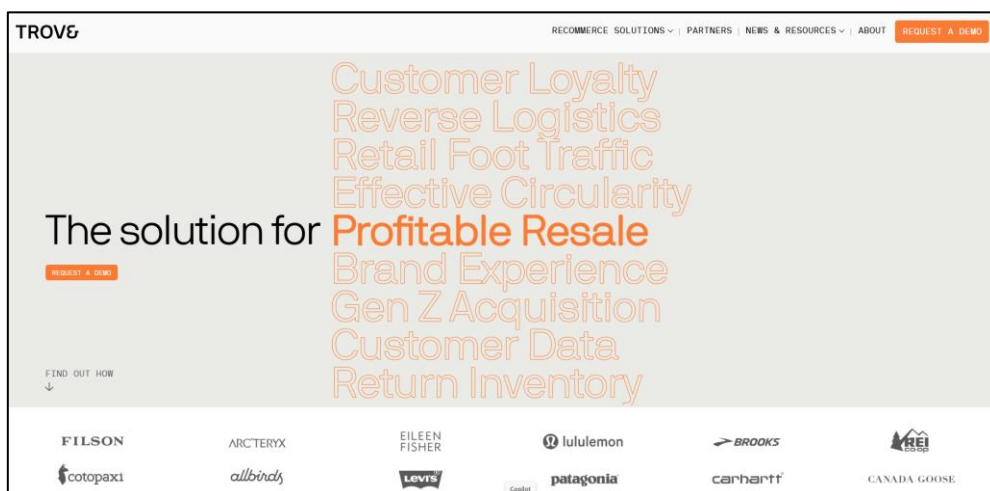
⁸ Out with the New. (June 2, 2023). The Ultimate Guide to Resale Marketplaces. <https://outwiththenew.joinbeni.com/p/the-ultimate-guide-to-resale-marketplaces>

ภาพที่ 6 : การให้บริการของแพลตฟอร์มธุรกิจ ThredUp



ที่มา: ThredUp

ภาพที่ 7 : การให้บริการของแพลตฟอร์มธุรกิจ Trove



ที่มา: Trove

(5) Franchise Resale Retailers บริษัท Winmark Corporation⁹ เป็นผู้นำด้านร้านค้าปลีกสินค้ามือสองในรูปแบบแฟรนไชส์ ได้แก่ Once Upon a Child (เสื้อผ้าและของเล่นสำหรับเด็ก) Plato's Closet (เสื้อผ้าวัยรุ่น) Play It Again Sports (อุปกรณ์กีฬา) Style Encore (เสื้อผ้าสตรี) และ Music Go Round (เครื่องดนตรี)

3) ลักษณะการทำธุรกิจของร้านค้าปลีกสินค้ามือสอง

(1) Thrift Store เป็น Second hand store ที่เจ้าของกิจการคือองค์กรการกุศล โรงพยาบาล โรงเรียน และโบสถ์ ที่จดทะเบียนเป็น not-for-profit และร้านเป็นเจ้าของสินค้า ที่มีหลากหลายชนิด และเงินที่ได้จากการขายสินค้าจะถูกนำไปใช้ในกิจกรรมเพื่อการกุศล ร้านค้ารูปแบบนี้ที่มีขนาดใหญ่ มีร้านค้าจำนวนมากและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายในสหรัฐฯ คือ Salvation Army และ Goodwill เป็นต้น

⁹ Winmark Corporation. (2024). <https://winmarkcorporation.com/>

ภาพที่ 8 : ลักษณะของ Thrift Store



ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน

(2) Second-hand Store เจ้าของคือนักธุรกิจทั่วไปทำธุรกิจในลักษณะ for-profit สินค้าที่นำมาวางจำหน่ายเป็นสินค้าที่เจ้าของร้านเสาะแสวงหามาเอง

ภาพที่ 9 : ลักษณะของ Second-hand Store



ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน

(3) Consignment Shop บริหารกิจการโดยบุคคลทั่วไป สินค้าที่นำมาวางจำหน่ายเป็นสินค้าที่เจ้าของสินค้านำสินค้ามาฝากขาย ดังนั้น Consignment Shop จึงไม่ใช่เจ้าของสินค้า ระยะเวลาที่ร้านค้าจะนำสินค้าออกวางจำหน่ายและเปอร์เซ็นต์ที่จะแบ่งให้เจ้าของสินค้าจะแตกต่างกันไป แต่ปกติแล้วร้านค้าจะนำสินค้าออกวางขายนานประมาณ 30 – 90 วัน เมื่อขายสินค้าได้จะแบ่งเงินเปอร์เซ็นต์ให้แก่เจ้าของสินค้า ส่วนใหญ่ในอัตราระหว่างร้อยละ 40 – 60 ของราคาที่ได้ขายได้

ภาพที่ 10 : ลักษณะของ Consignment Shop



ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน

(4) Vintage shops ธุรกิจขายสินค้ามือสองที่เป็นสินค้าเก่า สินค้าหายาก หรือสินค้าที่เป็นของสะสม เจ้าของกิจการต้องเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องสินค้าที่ตนแสวงหาขาย โดยอาจจะไปหาสินค้าจากเจ้าของเดิมหรือค้นหาจากร้าน Thrift Store มาวางขาย หรือแม้กระทั่งรับจ้างเสาะหาสินค้าให้ตามที่ลูกค้าร้องขอ

ภาพที่ 11 : ลักษณะของ Second-hand Store



ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน

3.1.2 การรับรอง/การตรวจสอบ

จากข้อมูลของสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน ระบุว่า สหรัฐฯ ไม่ได้กำหนดกฎระเบียบบังคับให้มีการตรวจสอบและรับรองสินค้ามือสอง แต่กลุ่มผู้จำหน่ายหรือร้านค้าที่จำหน่ายสินค้ามือสองส่วนใหญ่จะมีกระบวนการตรวจสอบและรับรองสินค้าที่จำหน่ายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ที่สนใจซื้อสินค้ามือสอง โดยนำเครื่องมือ อาทิ ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ หรือการยืนยันข้อมูลผ่านระบบ Blockchain มาประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

ตัวอย่างร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่มีการตรวจสอบและรับรองสินค้า

1) The RealReal แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสอง มีแนวทางการตรวจสอบและรับรองสินค้า ดังนี้

(1) การใช้ทีมผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบสินค้า ทั้งนักอัญมณีศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านนาฬิกา และผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบแบรนด์ ในการตรวจสอบสินค้าอย่างละเอียด เช่น การตรวจสอบวัสดุ การเย็บหมายเลขซีเรียล และลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่ไม่สามารถเลียนแบบได้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

(2) การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงสำหรับตรวจสอบสินค้า อาทิ ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Machine Learning เทคโนโลยีเหล่านี้จะทำการวิเคราะห์ลักษณะต่างๆ ของสินค้า เช่น การวางโลโก้ การเย็บและวัสดุที่ใช้ โดยเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลของสินค้าของแท้ที่มีอยู่แล้ว เพื่อตรวจสอบคุณภาพและความแท้ของสินค้า

2) Vestiaire Collective แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสอง มีแนวทางการตรวจสอบและรับรองสินค้า ดังนี้

(1) การใช้ทีมผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบสินค้า เพื่อควบคุมคุณภาพและตรวจสอบความแท้ของสินค้า ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ได้รับการฝึกฝนร่วมกับแบรนด์สินค้าต่าง ๆ กว่า 60,000 ชั่วโมง โดยมีศูนย์ตรวจสอบสินค้าทั้งในสหรัฐฯ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส ฮองกง และสิงคโปร์

(2) การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงสำหรับตรวจสอบสินค้า อาทิ ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Machine Learning เพื่อยกระดับความแม่นยำในการตรวจสอบสินค้าควบคู่กับการตรวจสอบโปรไฟล์ของลูกค้าเพื่อช่วยให้สามารถเสริมสร้างความมั่นใจในการซื้อและขาย

ทั้งนี้ สินค้ามือสองที่จำหน่ายในสหรัฐฯ จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยของสินค้า (Consumer Product Safety Commission: CPSC) เช่นเดียวกับสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ ซึ่งกฎระเบียบนี้บังคับใช้กับผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคทุกราย นอกจากนี้ สินค้ามือสองจะต้องเป็นสินค้าที่ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยกรณีของสินค้ามือสองที่นำเข้า จะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำกับดูแลและตรวจสอบ อาทิ หน่วยงานศุลกากรและป้องกันชายแดนสหรัฐฯ (CBP) เป็นต้น

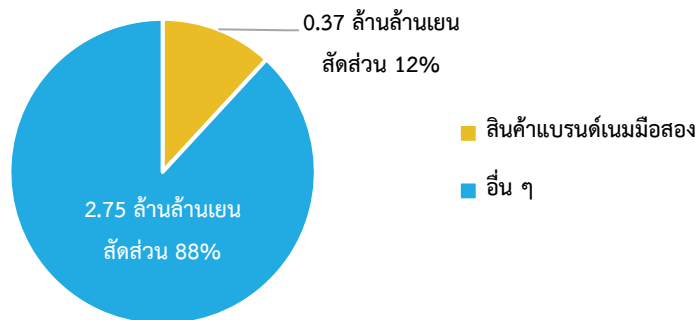
3.2 ญี่ปุ่น

3.2.1 ภาพรวมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง

1) มูลค่าตลาด

สินค้าแบรนด์เนมมือสองมีส่วนค่อนข้างมากในตลาดสินค้ามือสองของญี่ปุ่น เห็นได้จากข้อมูลของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ Reuse Keizai Shimbun ระบุว่า ในปี 2023 ตลาดสินค้ามือสองในญี่ปุ่น มีมูลค่า 3.12 ล้านล้านเยน (ประมาณ 6.90 แสนล้านบาท) โดยมีสัดส่วนของสินค้าแบรนด์เนมมือสองร้อยละ 12 หรือมูลค่ากว่า 0.37 ล้านล้านเยน (ประมาณ 8.15 หมื่นล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.40 จากปีก่อนหน้า

ภาพที่ 12 : สัดส่วนมูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในญี่ปุ่น ปี 2023



ที่มา: สนค. ประมวลผลจากข้อมูลของ Reuse Keizai Shimbun

ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองในญี่ปุ่น อาทิ **สินค้ามีคุณภาพ** คนญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมในการดูแลและรักษาสิ่งของของตนเอง ทำให้สินค้าแบรนด์เนมมือสองยังคงอยู่ในสภาพดีเยี่ยม **กระบวนการตรวจสอบและความน่าเชื่อถือ** ญี่ปุ่นมีกระบวนการตรวจสอบสินค้าที่เข้มงวด มาตรฐานการบริการลูกค้าที่สูง และมีชื่อเสียงด้านคุณภาพสินค้า ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ และ **แนวโน้มความยั่งยืน** ผู้บริโภคญี่ปุ่นยุคใหม่ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงนิยมสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากกว่าสินค้า Fast Fashion ซึ่งช่วยลดจำนวนขยะและทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

2) รูปแบบการจำหน่าย

ธุรกิจการจำหน่ายสินค้ามือสองในประเทศญี่ปุ่นได้รับความนิยมและมีมาตรฐานกำกับดูแลที่เข้มงวด โดยผู้ประกอบการที่ต้องการจำหน่ายสินค้ามือสองจะต้องได้รับ “ใบอนุญาตประกอบธุรกิจสินค้ามือสอง (Secondhand Dealer License)” ซึ่งออกโดยสถานีตำรวจในแต่ละเขตพื้นที่ ใบอนุญาตนี้ครอบคลุมสินค้า 13 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) งานศิลปะ (2) เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม (3) นาฬิกาและอัญมณี (4) รถยนต์และอุปกรณ์ (5) มอเตอร์ไซค์และอุปกรณ์ (6) จักรยาน (7) เครื่องใช้ในสำนักงาน (8) กล้องและอุปกรณ์ (9) เครื่องมือ (เครื่องดนตรี กีฬา เฟอร์นิเจอร์) (10) เครื่องจักร (11) เครื่องหนังและยาง (12) หนังสือและนิตยสาร และ (13) บัตรกำนัลเงินสด

ธุรกิจสินค้าแบรนด์เนมมือสองในญี่ปุ่นมีการจำหน่ายสินค้าใน 2 รูปแบบหลัก ได้แก่

(1) **ธุรกิจจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า (Business-to-Customer: B2C)** เป็นรูปแบบที่ธุรกิจจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมมือสองโดยตรงให้กับผู้บริโภค อาทิ ร้านขายสินค้ามือสอง เช่น Komehyo, Second Street ร้านรับจำนำ เช่น Daikokuya, Nanboya และ แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Rakuten, Yahoo Auctions

(2) **ลูกค้าจำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้า (Consumer-to-Consumer: C2C)** เป็นการซื้อขายระหว่างผู้บริโภคด้วยกันเอง โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางหรือผู้ค้าปลีก ซึ่งสามารถทำได้ผ่านแพลตฟอร์ม Free Market ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในญี่ปุ่น อาทิ Mercari, Rakuten, Yahoo (Online) และ การประมูลผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ แพลตฟอร์ม Yahoo Auction Japan

3.2.2 การรับรอง/การตรวจสอบ

ญี่ปุ่นมีระบบการตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่เข้มงวด เพื่อป้องกันการจำหน่ายสินค้าปลอมแปลง ซึ่งดำเนินการโดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) The Association Against Counterfeit Product Distribution (AACD)

AACD เป็นสมาคมที่ประกอบด้วยผู้จัดจำหน่ายกว่า 100 ราย ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการนำเข้าแบบคู่ขนาน (Parallel Importing)¹⁰ และสินค้าแบรนด์เนมมือสองในประเทศญี่ปุ่น โดยเป้าหมายหลักของ AACD คือ การสร้างตลาดที่โปร่งใสและเชื่อถือได้ รวมถึงป้องกันและกำจัดสินค้าปลอมแปลงออกจากตลาด ซึ่งผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าแบรนด์เนมและสินค้าแบรนด์เนมมือสองของแท้ได้อย่างปลอดภัย

AACD ได้กำหนด “มาตรฐาน AACD (AACD Criteria)” ขึ้นมา ซึ่งเป็นแนวทางในการกำหนดว่าสินค้าประเภทใดที่ไม่ควรถูกนำมาจำหน่าย เรียกว่า “สินค้าที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน AACD (Nonconforming Goods)” อย่างไรก็ตาม AACD ไม่ได้เป็นผู้ตัดสินว่าสินค้าเป็นของแท้หรือของปลอม แต่เป็นผู้รับรองว่าสินค้าเป็นไปตามมาตรฐาน AACD แม้ว่ามาตรฐานเหล่านี้จะไม่มีผลบังคับทางกฎหมาย แต่บริษัทสมาชิกตกลงที่จะปฏิบัติตามโดยสมัครใจ

มาตรฐาน AACD อ้างอิงมาจากรฐานข้อมูลที่ AACD รวบรวมไว้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งสมาคมในปี 1989 โดย AACD จะจัดซื้อสินค้าแบรนด์เนมของแท้จากร้านค้าปลีกภายในและภายนอกประเทศญี่ปุ่นที่บริหารจัดการโดยแบรนด์เจ้าของสินค้าโดยตรง และนำมาวิเคราะห์คุณลักษณะของสินค้าในแต่ละแบรนด์เพื่อนำมาจัดทำเป็นฐานข้อมูลในการอ้างอิง ประกอบไปด้วยข้อมูล อาทิ ภาพถ่ายระยะใกล้ของสินค้า รายละเอียดของสินค้า ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เช่น การตรวจสอบด้วยกล้องจุลทรรศน์ดิจิทัล 3 มิติ และการวิเคราะห์ส่วนประกอบด้วยรังสีเอกซ์ฟลูออเรสเซนต์ (Fluorescent X-ray) โดยเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญของ AACD จะใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบสินค้าอย่างละเอียด เพื่อพิจารณาว่าสินค้านั้นเป็นไปตามมาตรฐานของ AACD หรือไม่

อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ AACD ไม่สามารถตรวจสอบสินค้าทุกชิ้นที่จำหน่ายโดยบริษัทสมาชิกได้อย่างเพียงพอ AACD จึงได้จัดตั้งระบบ “ผู้ตรวจสอบมาตรฐาน AACD ที่ได้รับการรับรอง (Certified AACD Criteria Examiners)” โดยผู้ที่ต้องการเป็นผู้ตรวจสอบมาตรฐาน AACD ต้องผ่านการอบรมเป็นระยะเวลา 18 ชั่วโมง และสอบผ่านเพื่อรับใบรับรองผู้ตรวจสอบ และต้องเข้าร่วมการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาคุณสมบัติ โดยต้องต่ออายุใบรับรองทุก 5 ปี ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบ

2) Luxury Brand Appraisers International Association (LAIA)

LAIA เป็นสมาคมผู้ประเมินสินค้าแบรนด์เนมระดับนานาชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อมอบความมั่นใจและข้อมูลที่เชื่อถือได้แก่ผู้บริโภคและเจ้าของสินค้าโดยการออกใบรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนม ซึ่งบริการของสมาคมเปิดกว้างสำหรับสินค้าทุกแบรนด์ และไม่จำกัดการให้บริการเฉพาะสมาชิก แม้ว่าสมาคมจะมีฐานการดำเนินงานในญี่ปุ่น แต่ยังสามารถให้บริการตรวจสอบแก่ลูกค้าทั่วโลก

การออกใบรับรองสินค้าจาก LAIA เป็นกระบวนการที่ช่วยรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าสินค้าที่ซื้อเป็นของแท้ โดยมีขั้นตอนการออกใบรับรองสินค้า ดังนี้

¹⁰ การนำเข้าแบบคู่ขนาน (Parallel Importing) เป็นการนำเข้าสินค้าแบรนด์เนมของแท้ที่ถูกจัดจำหน่ายในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในญี่ปุ่นโดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของแบรนด์ ทำให้ความน่าเชื่อถือของสินค้าต้องพึ่งการตรวจสอบจากองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก

ภาพที่ 13 : ขั้นตอนการออกใบรับรองสินค้าโดย LAIA



ที่มา: สนค. ประมวลผลจากข้อมูลของ Luxury Brand Appraisers International Association (LAIA)

(1) การกรอกข้อมูลและจัดส่งสินค้าที่ต้องการตรวจสอบ

ขั้นตอนแรก คือ การกรอกข้อมูลสินค้าที่ต้องการตรวจสอบในแบบคำขออนุมัติของ LAIA โดยลูกค้าต้องระบุชื่อแบรนด์ ชื่อสินค้า ราคาซื้อ ประวัติการซ่อมแซม และอื่น ๆ รวมถึงข้อมูลการติดต่อและที่อยู่สำหรับจัดส่งของลูกค้า หลังจากนั้น ลูกค้าดำเนินการจัดส่งสินค้าตามที่ระบุในแบบคำขอมานที่สมาคม เพื่อให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบสินค้าต่อไป โดยประเภทของสินค้าแบรนด์เนมที่ LAIA ตรวจสอบจะครอบคลุมกระเป๋าถือ นาฬิกา เครื่องประดับ กระเป๋าตังค์ รองเท้า และเสื้อผ้า

(2) การตรวจสอบและออกใบรับรองสินค้า

หลังจากที่มีการส่งสินค้ามาที่สมาคมแล้ว เจ้าหน้าที่จะใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ในการตรวจสอบ โดยสินค้าแบรนด์เนมที่ผ่านมาตรฐานของ LAIA จะได้รับใบรับรองความแท้ของสินค้า สำหรับสินค้าแบรนด์เนมที่ไม่ตรงตามมาตรฐานของ LAIA จะได้รับใบรับรองที่ระบุว่า “ไม่เป็นไปตามมาตรฐานของ LAIA” ซึ่งเจ้าหน้าที่จะมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบ พร้อมระบุเหตุผลที่ไม่สามารถออกใบรับรองความแท้ของสินค้าได้ โดยใบรับรองความแท้ของสินค้าที่ออกโดย LAIA จะประกอบไปด้วยข้อมูลดังนี้



1. หมายเลข LAIA: ใช้เพื่อค้นหาข้อมูลสินค้าที่ถูกจัดเก็บในฐานข้อมูลของสมาคม ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เพื่อความปลอดภัยและโปร่งใส
2. รายละเอียดสินค้า: ประกอบด้วยชื่อแบรนด์ ชื่อสินค้า วัสดุ สี รหัสของรุ่นผลิตภัณฑ์ และหมายเลขประจำตัวผลิตภัณฑ์
3. ภาพสินค้า: ภาพถ่ายด้านหน้าของสินค้าที่ได้รับการตรวจสอบ
4. การรับรองจาก LAIA: ข้อมูลยืนยันการรับรองจาก LAIA พร้อมโลโก้ลายน้ำที่ช่วยป้องกันการคัดลอก

ภาพที่ 14 : ใบรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมที่ออกโดย LAIA

ที่มา: Luxury Brand Appraisers International Association (LAIA)

(3) การชำระเงินค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียมสำหรับการออกใบรับรองสินค้าจะครอบคลุมถึงค่าประเมิน ค่าจัดเตรียมใบรับรองสินค้า และค่าออกใบรับรองสินค้า หากสินค้าไม่ตรงตามมาตรฐานของ LAIA และไม่สามารถออกใบรับรองได้ ทางสมาคมจะออกใบรับรองที่ระบุว่า "ไม่เป็นไปตามมาตรฐานของ LAIA" โดยจะมีค่าธรรมเนียม 3,300 เยน (รวมภาษี) สำหรับการตรวจสอบดังกล่าว

(4) การจัดส่งสินค้าและใบรับรองสินค้า

เมื่อ LAIA ได้ตรวจสอบและออกใบรับรองสินค้าเสร็จสิ้น และลูกค้าได้ชำระค่าธรรมเนียมครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว LAIA จะดำเนินการจัดส่งสินค้าและใบรับรองสินค้าไปยังที่อยู่สำหรับการจัดส่งของลูกค้าตามระบุในขั้นตอนที่ 1 ทั้งนี้ ลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งดังกล่าว

4. ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทย

4.1 ภาพรวมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง

4.1.1 มูลค่าตลาด

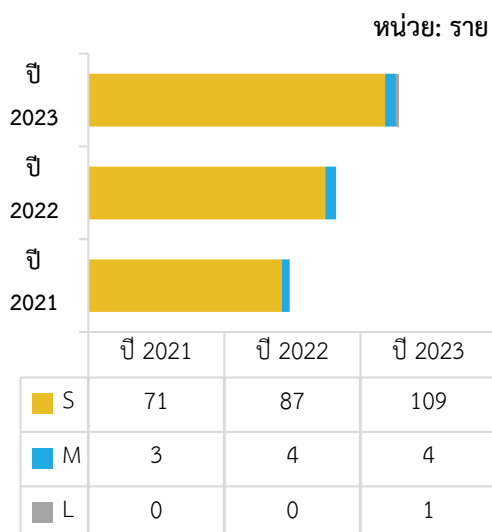
สินค้าแบรนด์เนมมือสอง (Second-Hand Luxury Brand) ในไทย ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยข้อมูลจาก Bagnifique.brandname ธุรกิจศูนย์รับซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองในไทย เปิดเผยว่า ปี 2024 ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทยมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ 40,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของมูลค่าตลาดสินค้าแบรนด์เนมของไทยที่มีมูลค่าประมาณ 200,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10 - 15 ต่อปี ในช่วงตั้งแต่หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

ปัจจัยหลักที่สนับสนุนการเติบโตตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทย มาจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์และต้องการเป็นเจ้าของสินค้าที่มีคุณภาพสูงในราคาที่จับต้องได้ ซึ่งสินค้าแบรนด์เนมมือสองตอบโจทย์ดังกล่าว เนื่องจากเป็นสินค้าคุณภาพสูงที่มีราคาต่ำกว่าสินค้าแบรนด์เนมมือหนึ่งจากร้านค้าของแบรนด์ มากถึงร้อยละ 30 - 70 รวมไปถึงเป็นสินค้าเพื่อการสะสมหรือการลงทุน สำหรับสินค้ารุ่นพิเศษ รุ่น Limited Edition (ผลิตในจำนวนจำกัด) รุ่นที่มีการ Co-op (ร่วมผลิตกับแบรนด์สินค้าอื่น ๆ) หรือสินค้าบางรุ่นที่เลิกผลิตแล้ว ทำให้กลายเป็นสินค้าหายาก (Rare Item) ที่ไม่สามารถหาซื้อจากร้านค้าของแบรนด์ และมีราคาที่พุ่งสูงขึ้น นอกจากนี้ สินค้าแบรนด์เนมมือสองยังมีสถานะเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงสามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย เนื่องจากยังคงเป็นสินค้าคุณภาพสูงที่มีความต้องการจากทั้งผู้บริโภคและร้านรับซื้อ

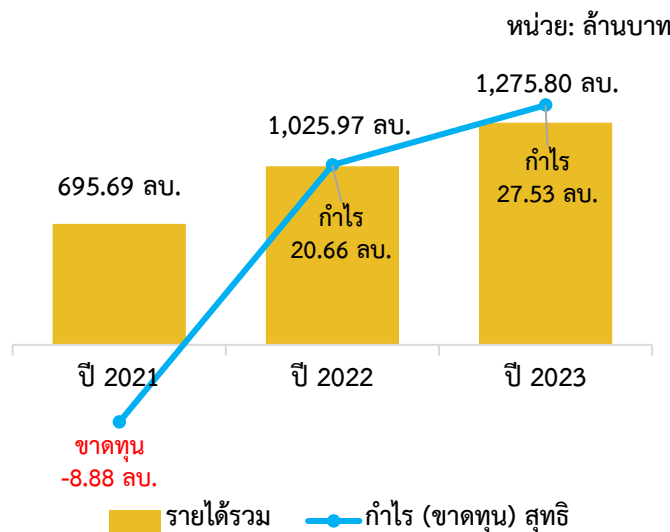
4.1.2 จำนวนนิติบุคคลและการเติบโตร้านขายปลีกเครื่องแต่งกาย รองเท้า และเครื่องหนังที่ใช้แล้ว

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าสะท้อนให้เห็นการเติบโตของธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องแต่งกาย รองเท้า และเครื่องหนังที่ใช้แล้ว (TSIC 47742) ซึ่งครอบคลุมกลุ่มธุรกิจร้านค้าสินค้าแบรนด์เนมมือสอง โดยเมื่อพิจารณาจำนวนนิติบุคคลธุรกิจร้านขายปลีกเครื่องแต่งกายฯ พบว่า เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจาก 74 ราย ในปี 2021 เป็น 91 ราย ในปี 2022 และ 114 ราย ในปี 2023 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณารายได้และกำไรสุทธิระหว่างปี 2021 ถึง 2023 พบว่า มีแนวโน้มรายได้รวมและกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยรายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 695.69 ล้านบาท เป็น 1,025.97 ล้านบาท และ 1,275.80 ล้านบาท ตามลำดับ และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากขาดทุน 8.88 ล้านบาท เป็นกำไร 20.66 ล้านบาท และ 27.53 ล้านบาท ตามลำดับ

**ภาพที่ 15 : จำนวนนิติบุคคลธุรกิจร้านขายปลีก
เครื่องแต่งกาย รองเท้า และเครื่องหนังที่ใช้แล้ว
แบ่งตามประเภทธุรกิจ**



**ภาพที่ 16 : กำไร (ขาดทุน) สุทธิ ของธุรกิจขายปลีก
เครื่องแต่งกาย รองเท้า และเครื่องหนังที่ใช้แล้ว
(รวมทุกภาค ทุกขนาด)**



ที่มา: สนค. ประมวลผลจากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

4.2 การรับรอง/การตรวจสอบโดยสมาคม

4.2.1 สมาคมแบรนด์เนมมือสอง (Secondhand Brandname Association : S-BA)

ปัจจุบันประเทศไทยมีสมาคมแบรนด์เนมมือสอง ซึ่งจดทะเบียนเป็นสมาคมกับกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2019 ประกอบไปด้วยสมาชิกกว่า 200 ร้านค้า มีวัตถุประสงค์ในการเป็นศูนย์กลางการสร้างค่านาเชื่อถือให้กับตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทย จัดอบรมให้ความรู้ในการตรวจสอบสินค้าของแท้-ของปลอม ทั้งกระเป๋า นาฬิกา เสื้อผ้า หรือเครื่องประดับ ตรวจประเมินราคา รวมทั้งให้บริการตรวจสอบของแท้-ของปลอม กับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และบุคคลทั่วไป พร้อมทั้งออกใบรับรองสินค้าของแท้ เพื่อสนับสนุนสินค้าลิขสิทธิ์ และป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์หลอกขายจากมิฉาชีพ ตัวอย่างหน่วยงานภาครัฐที่สมาคมช่วยตรวจคัดแยกสินค้าแท้ปลอม อาทิ สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.) และสภาอากาศไทย

สมาคมฯ รับตรวจสอบและออกใบรับรองสินค้าแบรนด์เนม โดยการตรวจสอบสินค้าแต่ละชิ้นจะดำเนินการโดยให้ร้านค้าที่เป็นสมาชิกของสมาคม อย่างน้อย 5 ร้านค้าขึ้นไป ร่วมกันตรวจสอบสินค้าทั้งกระเป๋าแบรนด์เนมและเครื่องประดับแบรนด์หรู และสมาคมฯ จะออกใบรับรองความแท้ให้กับสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบว่าเป็นแบรนด์เนมแท้ หากพบว่าเป็นของปลอม สมาคมฯ จะออกเป็นใบเสร็จในการตรวจสอบสินค้า เพื่อใช้เรียกร้องขอรับเงินคืนจากร้านค้าที่ซื้อมา ซึ่งหากลูกค้าไม่ได้รับเงินคืน สามารถนำไปฟ้องร้องแจ้งความดำเนินคดีได้ ทั้งนี้ สมาคมฯ มีทนายความคอยให้ความช่วยเหลือด้วยเช่นกัน

ภาพที่ 17 : ตัวอย่างใบรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมที่ออกโดยสมาคมแบรนด์เนมมือสอง



ที่มา: สมาคมแบรนด์เนมมือสอง

นอกจากนี้ สมาคมฯ ยังมีการออกใบอนุญาตประกอบวิชาชีพผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบสินค้าลักซอรี (Professional License, Luxury Brand Authentication Expert) หรือเรียกว่า บัตรผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบสินค้าลักซอรี เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานให้กับวงการตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมเพิ่มความน่าเชื่อถือและสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง โดยข้อมูลในใบประกอบวิชาชีพฯ จะระบุหมายเลขผู้เชี่ยวชาญ (Expert No.) และแบรนด์ที่ผ่านการทดสอบ (Tested in Authentication)

ภาพที่ 18 : ตัวอย่างใบอนุญาตประกอบวิชาชีพผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบสินค้าลักซอรีที่ออกโดยสมาคมแบรนด์เนมมือสอง



ที่มา: สมาคมแบรนด์เนมมือสอง

4.2.2 การรับรองโดยร้านค้า/ธุรกิจ อาทิ

(1) Bagnifique Brandname

ธุรกิจศูนย์รับซื้อขายสินค้าแบรนด์เนมมือสองในไทย ปัจจุบันมีหน้าร้าน 5 สาขา และมีช่องทางการซื้อขายออนไลน์ ที่รวบรวมสินค้าแบรนด์เนมมือสองกว่า 10,000 รายการ มูลค่ารวม 500 ล้านบาท ให้บริการตั้งแต่การรับซื้อ การนำสินค้ากลับมาแลกเปลี่ยน และฝากขาย Bagnifique มีจุดแข็งคือ โมเดลธุรกิจแบบ **“รับซื้อ และจ่ายเงินทันที”** ทำให้ Bagnifique มีสินค้าพร้อมจำหน่ายจำนวนมาก เพิ่มความสะดวกให้กับผู้ขายสินค้า ขณะที่ร้านค้าส่วนใหญ่ในตลาดเป็นการฝากขาย สำหรับรูปแบบการตรวจสอบสินค้า ใช้ผู้เชี่ยวชาญของ Bagnifique ในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า

(2) บริษัท สหโคเมเฮียว จำกัด

ร้านค้าแบรนด์เนมมือสองที่เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างเครือสหพัฒน์ และกลุ่ม KOMEHYO (โคเมเฮียว) ผู้นำด้านสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศญี่ปุ่นกว่า 76 ปี ปัจจุบันมี 5 สาขาในไทย มีระบบการตรวจสอบสินค้าที่ใช้ทีมงานผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยทุกคนได้ผ่านการฝึกอบรมและสอบเพื่อให้ได้ใบประกอบวิชาชีพ ทั้งด้านการรับซื้อ การดูแลรักษาสินค้า และการตั้งราคาขาย ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยี AI ผ่านกล้องจุลทรรศน์ (Microscope) ที่ถูกออกแบบขึ้นโดย KOMEHYO โดยใช้ฐานข้อมูลของ KOMEHYO จึงช่วยตรวจสอบความละเอียดของสินค้าทั้งกระเป๋า เครื่องประดับ นาฬิกา และปากกา ได้ถึงร้อยละ 99 ทำให้การซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐาน สร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

(3) Circular of Lux

ร้าน Circular of Lux ของบริษัท สยามพิวรรธน์ รีเทล โฮลดิ้ง จำกัด ให้บริการส่งต่อและแลกเปลี่ยนสินค้า Luxury Brand ชื่อนำให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากศูนย์การค้าในเครืออย่าง Siam Paragon และ ICONSIAM ปัจจุบันมีสินค้าให้เลือกกว่า 300 รายการ ทั้งกระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า แฟชั่น เครื่องประดับ และอื่น ๆ โดยสินค้าทั้งหมดจะผ่านการตรวจสอบตามขั้นตอนและเงื่อนไขที่กำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และได้รับประกาศนียบัตร พร้อมทั้งใช้เทคโนโลยี AI เพื่อให้ตรวจสอบได้อย่างละเอียดแม่นยำ นอกจากนี้ Circular of Lux ยังมีระบบการจัดเก็บสินค้าที่ได้มาตรฐานเทียบเท่าร้านค้าชั้นนำระดับโลก มีระบบรักษาอุณหภูมิตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจะได้รับการดูแลและสามารถส่งต่อถึงผู้รับได้อย่างมีคุณภาพ

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากอิทธิพลของหลายปัจจัย อาทิ พฤติกรรมการซื้อสินค้าตามกระแสของกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ความนิยมสินค้านิยามพิเศษที่มีจำนวนจำกัด (Limited Collection) ประกอบกับราคาของสินค้าแบรนด์เนมมือสองสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าสินค้าแบรนด์เนมใหม่ ทำให้สินค้าแบรนด์เนมมือสองถือเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะเป็นหน่วยงานด้านนโยบายได้ทำการศึกษาตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสอง เนื่องจากเห็นโอกาสและมูลค่าตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปัจจุบันพบว่ามีผู้นิยมสะสมสินค้าแบรนด์เนมเพื่อเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สิน ซึ่งสร้างรายได้ให้กับธุรกิจนี้ สนค. จึงได้จัดทำรายงานการศึกษานี้ เพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมพร้อมสำหรับรับมือกับความเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมตลาดสินค้าแบรนด์เนมมือสองของไทยให้มีการดำเนินการอย่างถูกต้องและเหมาะสม จึงได้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

5.1 สนับสนุนการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสินค้าแบรนด์เนมมือสองในรูปแบบของหน่วยงาน หรือ สมาคม ภายใต้การรับรองของภาครัฐ เพื่อสร้างการรับรู้และเครือข่ายที่เข้มแข็งระหว่างผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นรูปธรรม ทั้งในส่วนของผู้ขายและผู้ตรวจสอบรับรองสินค้าแบรนด์เนมมือสอง เพื่อให้ระบบ การแลกเปลี่ยนสินค้า และการตรวจสอบมีแนวทางที่ชัดเจนและได้มาตรฐาน โดยอาจสนับสนุนการนำเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในการดำเนินการ ทั้งนี้ การรวมกลุ่มจะช่วยให้ต้นทุนที่เกิดลดลง อาทิ ต้นทุนการดำเนินการและต้นทุน ทางเทคโนโลยี เนื่องจากมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องใช้ประโยชน์ร่วมกันมากขึ้น นอกจากนี้ ยังจะส่งผลต่อเนื่อง ในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมมือสองมากขึ้นตามไปด้วย (หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมการปกครอง กรมศุลกากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

5.2 ส่งเสริมให้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองที่มีมาตรฐาน ทั้งในส่วนของออนไลน์และออฟไลน์ โดยประสานความร่วมมือกับสมาคม ร้านค้า และแบรนด์สินค้าต่าง ๆ ในการจัดหาผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบ หรือผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมจากแบรนด์ เพื่อร่วมกันกำหนด หลักเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาตรวจสอบสินค้าแบรนด์เนมมือสองให้มีมาตรฐาน ทั้งนี้ วิธีตรวจสอบควรดำเนินการ โดยผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการฝึกอบรมจากแบรนด์ ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูล อาทิ ระบบ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือการยืนยันข้อมูลผ่านระบบ Blockchain เพื่อให้มีความแม่นยำสูงและน่าเชื่อถือ โดยสามารถอ้างอิงแนวปฏิบัติได้จากตัวอย่าง เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ The RealReal แพลตฟอร์มออนไลน์ Vestiaire Collective และสมาคม The Association Against Counterfeit Product Distribution (AACD) เป็นต้น (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมศุลกากร สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ กรมทรัพย์สินทางปัญญา)

5.3 สร้างมาตรฐานกำกับดูแลและมาตรการป้องกันสินค้าปลอมแปลง โดยประสานการทำงาน ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบและป้องกัน ในกรณีการค้าและการนำเข้าสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การกำหนดให้ร้านค้าต้องแสดงหลักฐานหรือใบรับรองความแท้ของสินค้าแบรนด์เนมมือสอง (หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมศุลกากร กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมการค้าต่างประเทศ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ)

เอกสารอ้างอิง

- การเงินการธนาคาร. 2568. **ลักซ์วรีมือสอง โตไม่แพ้ สยามพิวรรธน์ เปิดฝากขาย แบรินด์เนม**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://moneyandbanking.co.th/2024/89327/>.
- ผู้จัดการออนไลน์. 2568. **แบรินด์เนมมือ2รุ่ง ตลาดพุ่ง 4 หมื่นล้าน ไทยทะยานจ่อฮับอาเซียน**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://mgronline.com/business/detail/9680000010658#google_vignette.
- สมาคมแบรินด์เนมมือสอง. 2568. **รับตรวจสอบสินค้าแบรินด์เนม**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.brandname-association.com/17400579/รับตรวจสอบสินค้าแบรินด์เนม>.
- สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน. 2567. **ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการค้าปลีกสินค้ามือสองของประเทศสหรัฐอเมริกา**.
- สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก. 2567. **การประกอบกิจการตลาดค้าปลีกสินค้ามือสองในประเทศสหรัฐอเมริกา**.
- สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ นครโอซากา. 2567. **ข้อมูลประกอบกิจการสินค้ามือสองในญี่ปุ่น**.
- AACD. 2025. **About AACD (Outline)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.aacd.gr.jp/en/outline-2>.
- CNBC. 2023. **South Koreans are the world's biggest spenders on luxury goods**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.cnbc.com/2023/01/13/south-koreans-are-the-worlds-biggest-spenders-on-luxury-goods.html>.
- LAIA. 2568. **ข้อมูลสมาคม**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://laia.or.jp/company/>.
- IMARC. 2567. **United States Secondhand Luxury Goods Market Report by Product Type, Demography, Distribution Channel, and Region 2025-2033** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.imarcgroup.com/united-states-secondhand-luxury-goods-market?utm_source=chatgpt.com.
- The Business Research Company. 2024. **Comprehensive Luxury Resale Market Analysis 2024: Size, Share, And Key Trends**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://blog.tbrc.info/2024/10/luxury-resale-market-size/>.
- The Business Research Company. 2025. **Second-Hand Product Global Market Report 2025 – By Product (Furniture, Clothing, Vehicles, Electronics, Sporting Goods, Other Products), By Price (Mid-range Segment, High-end Segment), By Distribution Channel (Online, Offline), By Application (Commercial, Recreational, Residential, Other Applications), By End Users (Individuals, Businesses, Institutions) – Market Size, Trends, And Global Forecast 2025-2034**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/second-hand-product-global-market-report>.
- The Japan Times. 2025. **Not even Japan is safe from counterfeit luxury goods**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.japantimes.co.jp/life/2025/03/01/style-design/fashion-secondhand-luxury-fakes/>.

The RealReal. 2568 **The RealReal ‘Opens’ an Installation on Canal Street, Starting a Conversation About Fakes** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://investor.therealreal.com/news-releases/news-release-details/realreal-opens-installation-canal-street-starting-conversation/>.

The Reuse Economic Journal. 2024. **Reuse Market Data 2023**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://www.recycle-tsushin.com/news/detail_10109.php.

Vestiaire Collective. 2568. **15 Years of Pre-loved Fashion You Can Trust** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://us.vestiairecollective.com/journal/trust-expert-authentication/>.

Zen Marker. 2024. **Luxury Resale in Japan: How Japan’s Secondhand Market is Driving Sustainability in Fashion**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://zenmarket.jp/en/blog/post/14880/luxury-resale-in-japan>.



ที่ปรึกษา

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

นางสาววรพัตร์ ฐิตะดิลก

ผู้อำนวยการกองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

คณะผู้จัดทำ

นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
นางสาวเต็มศิริ กฤษณะวงษ์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
นางศุจิรัตน์ สิกธีโรจน์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
นางสาวพรปวีณ์ รัสมิ์	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
นางสาวกุลจิรา ปานทอง	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
สินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์



สำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



คิดค้า.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



www.tpsgo.th



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507 7049