

คำถาม : ข้อควรทราบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปออสเตรเลียมีอะไรบ้าง

คำตอบ : ออสเตรเลียเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่น่าสนใจ เนื่องจากออสเตรเลียนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับถึงปีละราว 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งแม้ว่ากว่าร้อยละ 50 ของมูลค่านำเข้าดังกล่าวเป็นการนำเข้าทองคำจากเหมืองทองคำในต่างประเทศที่ชาวออสเตรเลียเข้าไปลงทุนก็ตาม แต่นับว่าออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงในการรองรับอัญมณีและเครื่องประดับส่งออกจากไทย เนื่องจากออสเตรเลียนับเป็นตลาดที่ประชากรส่วนใหญ่มีกำลังซื้อสูง (รายได้เฉลี่ยต่อหัวราว 29,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี ในช่วงปี 2544-2547) ขณะเดียวกันชาวออสเตรเลียนิยมอัญมณีและเครื่องประดับนำเข้าซึ่งมีราคาไม่สูงนักและมีรูปแบบหลากหลายกว่าที่ผลิตในประเทศ นอกจากนี้ สิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับออสเตรเลีย (Thailand-Australia Free Trade Agreement : TAFTA) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 มกราคม 2548 โดยออสเตรเลียได้ปรับลดอัตราภาษีนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เรียกเก็บจากไทยเหลือร้อยละ 0 (จากเดิมร้อยละ 5) ทำให้คาดว่าไทยจะสามารถขยายตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปออสเตรเลียได้มากขึ้น จากปัจจุบันที่มีมูลค่าส่งออกราว 64 ล้านดอลลาร์สหรัฐในแต่ละปี

ข้อมูลเบื้องต้นที่น่าสนใจสำหรับการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปออสเตรเลีย มีดังนี้

- **ลักษณะตลาด** แม้ออสเตรเลียมีวัตถุดิบอัญมณีในประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะทองคำ (ออสเตรเลียเป็นผู้ผลิตทองคำรายใหญ่อันดับ 3 ของโลก รองจากแอฟริกาใต้ และสหรัฐฯ) เพชร (เป็นแหล่งผลิตเพชรสีชมพูที่มีชื่อเสียงของโลก) ไช่มุก และเงิน อย่างไรก็ตาม อัญมณีซึ่งนำมาเจียรไนและขึ้นรูปเป็นเครื่องประดับมีไม่เพียงพอกับความต้องการเนื่องจากค่าจ้างแรงงานในประเทศค่อนข้างสูง ส่งผลให้ออสเตรเลียต้องพึ่งพาการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 70-80 ของมูลค่าซื้อขายอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด

- **รสนิยม** อัญมณีและเครื่องประดับซึ่งเป็นที่นิยมของชาวออสเตรเลีย คือ เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน เพชรที่เจียรไนแล้วซึ่งนำมาขึ้นรูปเป็นแหวนสำหรับใช้ในงานแต่งงาน และเครื่องประดับเทียม นอกจากนี้ เครื่องประดับทองฝังไพลิน (Blue Sapphire) โดยเฉพาะแหวนทอง 14 กะรัต ฝังไพลิน ซึ่งไทยมีความเชี่ยวชาญในการผลิต เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงรสนิยมของชาวออสเตรเลียในการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ ผู้ส่งออกไทยควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ออสเตรเลีย อาทิ งาน JAA Australia Jewellery Fair ซึ่งจัดปีละ 2 ครั้ง ในช่วงต้นเดือนมีนาคม และปลายเดือนสิงหาคม

- **คู่แข่งและส่วนแบ่งตลาด**

-**คู่แข่งในตลาดระดับกลางและระดับบน** ได้แก่ **อิตาลี** ซึ่งเป็นผู้ส่งออกเครื่องประดับที่สำคัญอันดับ 1 ของออสเตรเลีย ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22 ในตลาดเครื่องประดับทอง ขณะที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 18.5 ในตลาดเครื่องประดับเงิน ทั้งนี้ อิตาลีเน้นผลิตเครื่องประดับเป็นชุดใหญ่ และมีตราสินค้าเป็นของตนเอง

-**คู่แข่งในตลาดระดับกลางถึงล่าง** ได้แก่ **จีน** ซึ่งผลิตสินค้าเช่นเดียวกับไทย ส่วนใหญ่เป็นเครื่องประดับแยกเป็นชิ้นจำพวก ตุ้มหู แหวน รวมถึงเครื่องประดับตามแฟชั่น ซึ่งมีมูลค่าไม่สูงนัก

- **การเสนอราคา** ผู้นำเข้าออสเตรเลียไม่นิยมต่อราคาสินค้า ผู้ส่งออกจึงควรเสนอราคาที่เหมาะสมที่สุดเพียงครั้งเดียว เพราะหากกำหนดราคาสูงเกินไปจะไม่สามารถแข่งขันกับอัญมณีและเครื่องประดับราคาถูกจากจีน

- **ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้นำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของออสเตรเลียส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีก โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายสำคัญ คือ ห้างสรรพสินค้า และร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อในออสเตรเลีย ผู้ส่งออกไทยควรลงโฆษณาในนิตยสาร หรือสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับแฟชั่น อัญมณีและเครื่องประดับ อาทิ นิตยสาร Australian Jeweller

นอกจากนี้ เพื่อให้การเจาะตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในออสเตรเลียประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการไทยควรใช้ประโยชน์จากอัตราภาษีนำเข้าที่ลดลงภายใต้ข้อตกลง FTA ไทย-ออสเตรเลีย รวมทั้งเร่งหาพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนเน้นวางกลยุทธ์เพื่อรองรับการแข่งขันที่อาจทวีความรุนแรงขึ้นจากการบรรลุข้อตกลง FTA ระหว่างออสเตรเลียและจีน ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในอนาคตอันใกล้

ส่วนวิเคราะห์ธุรกิจ ฝ่ายวิชาการ

มิถุนายน 2549