

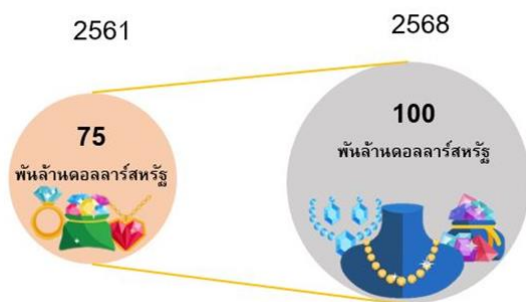
ส่วนวิจัยอุตสาหกรรม ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
มิถุนายน 2562

ส่องเทรนด์โลก

เทรนด์ใหม่เครื่องประดับแดนภารตะ

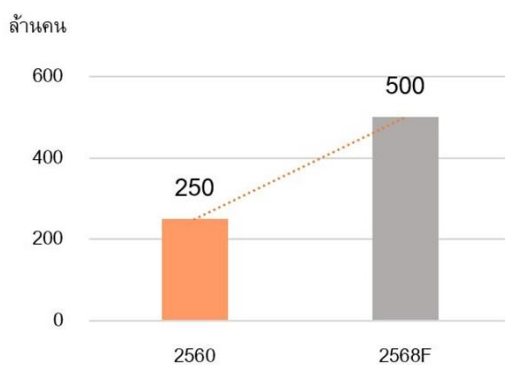


คาดการณ์มูลค่าตลาดอัญมณี
และเครื่องประดับในอินเดีย



ที่มา: India Brand Equity Foundation

คาดการณ์จำนวนผู้มีรายได้ปานกลางในอินเดีย



ที่มา: India Brand Equity Foundation

ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียนับว่ามีมูลค่าสูงเป็นอันดับต้นๆ ของโลก เพราะนอกจากขนาดของตลาดที่ใหญ่มากด้วยจำนวนประชากรมากถึง 1.3 พันล้านคนแล้ว การนิยมสวมใส่เครื่องประดับของชาวอินเดียยังเป็นการผสมผสานระหว่างการสวมใส่ตามแฟชั่นทั่วๆ ไปกับการสื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์และความเชื่อ เช่น สตรีชาวอินเดียที่แต่งงานแล้วจะสวมกำไลแขนและแหวนนิ้วทำเพื่อปกป้องสุขภาพสมรส และจะใส่เครื่องประดับห้วงจุมุกเพราะเชื่อว่าจะทำให้ลมหายใจบริสุทธิ์และช่วยให้สามีมีสุขภาพแข็งแรง ขณะที่สตรีที่ยังไม่แต่งงานบางคนใส่เครื่องประดับห้วงจุมุกเป็นแฟชั่น นอกจากนี้ชาวอินเดียยังใช้เครื่องประดับเพื่อสื่อถึงสถานะทางสังคม ทำให้การลงทุนซื้ออัญมณีและเครื่องประดับเก็บไว้เป็นทรัพย์สินยังเป็นที่นิยมในสังคมชาวอินเดีย สำหรับในปี 2561 ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียมีมูลค่าสูงถึงราว 75 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 100 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของเมืองและจำนวนผู้มีรายได้ปานกลางที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ India Brand Equity Foundation (IBEF) คาดว่ากลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางของอินเดียจะเพิ่มขึ้นจากราว 200-250 ล้านคน ในปี 2560 เป็น 500 ล้านคน ในปี 2568

นอกจากกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางที่เพิ่มขึ้นแล้ว คนรุ่นใหม่ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนมากถึง 353 ล้านคน ในปี 2573 ก็มีอิทธิพลต่อตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดีย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เปิดรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ทำให้พฤติกรรมในการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียมีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากเดิม และสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการไทยในการรุกตลาดเครื่องประดับอินเดีย อาทิ

พิธีแต่งงาน



ที่มารูปภาพ : www.praew.com

เทศกาลดีวาลี (Diwali)



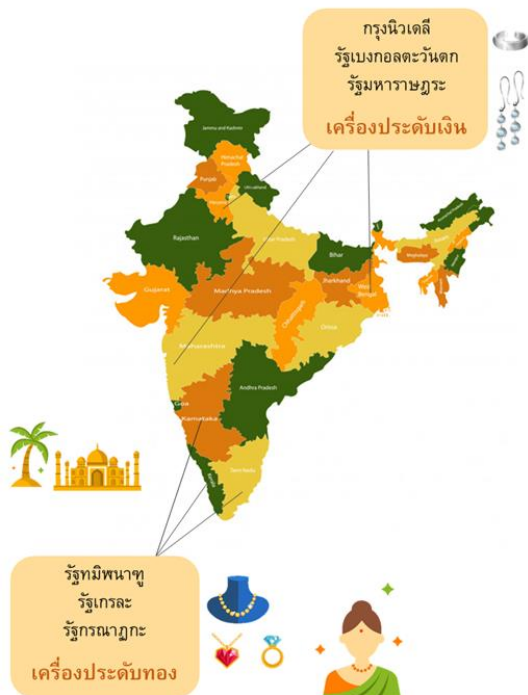
ที่มารูปภาพ : <http://www.thaigoodview.com>

❤️ ชาวอินเดียนิยมเลือกซื้อเครื่องประดับในโอกาสพิเศษต่าง ๆ มากขึ้น

ปัจจุบันชาวอินเดียโดยเฉพาะชาวอินเดียนรุ่นใหม่ที่เคยไปศึกษาในต่างประเทศหันมาเลือกซื้อเครื่องประดับเป็นของขวัญให้แก่กันในเทศกาลและวันสำคัญตามแบบตะวันตกอย่างวันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ และวันคริสต์มาส เพิ่มเติมจากเดิมที่นิยมซื้อเครื่องประดับเฉพาะในโอกาสสำคัญอย่างงานแต่งงาน ซึ่งมักจัดในช่วงเดือนพฤศจิกายนไปจนถึงเดือนพฤษภาคมของปีถัดไป โดยนิยมใช้เครื่องประดับทองเป็นสินสอดและเป็นเครื่องประดับของเจ้าสาว ทั้งนี้ มีการประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องประดับสำหรับงานแต่งงานว่าสูงถึงร้อยละ 35-45 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการจัดงานแต่งงาน คิดเป็นมูลค่าสูงถึงปีละ 15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และเทศกาลดีวาลี (Diwali) หรือเทศกาลแห่งแสงซึ่งถือเป็นการต้อนรับปีใหม่ของศาสนาฮินดู จัดในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี เทศกาลนี้ชาวอินเดียนิยมซื้อเครื่องประดับเพื่อมอบเป็นของขวัญแก่สมาชิกในครอบครัวและญาติพี่น้อง ทั้งนี้ World Gold Council ประเมินว่าการซื้อเครื่องประดับทองในเทศกาลดีวาลีมีเพิ่มขึ้นจากช่วงปกติถึงร้อยละ 10-15 จะสังเกตได้ว่าความถี่ในการซื้อเครื่องประดับของชาวอินเดียที่เพิ่มขึ้น นับเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดเครื่องประดับในอินเดีย โดยเฉพาะเครื่องประดับที่ออกแบบมาเป็นพิเศษเพื่อจำหน่ายในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญต่าง ๆ อาทิ จิวelry สำหรับวันวาเลนไทน์ เพื่อให้ถูกใจผู้ซื้อมากขึ้น

❤️ เครื่องประดับอื่น ๆ นอกจากเครื่องประดับทอง ได้รับความสนใจมากขึ้น

แม้ชาวอินเดียโดยรวมยังคงชื่นชอบเครื่องประดับทอง โดยเฉพาะชาวอินเดียในรัฐทมิฬนาฑู รัฐเกรละ รัฐกรณาฏกะ ที่อยู่ทางภาคใต้ของประเทศ ซึ่งมีการซื้อทองคำและเครื่องประดับทองสูงถึงร้อยละ 90 ของการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมดของทั้งประเทศ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าเครื่องประดับเงินเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะจากชาวอินเดียที่อยู่ในวัยเริ่มทำงานและยังมีรายได้ไม่สูงนัก เนื่องจากเครื่องประดับเงินมีราคาเฉลี่ยราว 2,000 รูปี หรือราว 1,100 บาท ต่ำกว่าเครื่องประดับทองที่มีราคาเริ่มต้นที่ 20,000 รูปี หรือราว 11,000 บาท ประกอบกับชาวอินเดียนรุ่นใหม่เปิดรับกระแสแฟชั่นและรสนิยมจากต่างประเทศมากขึ้น ทำให้อินเดียมีความต้องการซื้อเครื่องประดับอื่น ๆ ที่ไม่ได้ทำจากทองคำแท้มากขึ้น ปัจจุบันแบรนด์เครื่องประดับชื่อดังหลายแบรนด์เริ่มนำเครื่องประดับเงินมาจำหน่ายในอินเดีย อาทิ Tiffany & Co. และ Damas Jewelry อนึ่ง จากศักยภาพของไทยในการผลิตและส่งออกเครื่องประดับเงินจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก จึงเป็นโอกาสของไทยในการเข้าไปรุกตลาดเครื่องประดับเงินในอินเดียที่กำลังได้รับความนิยม สำหรับเครื่องประดับที่ทำด้วยเงินที่ชาวอินเดียนิยมมากที่สุด คือ สร้อยข้อเท้า ซึ่งผู้ประกอบการอาจออกแบบให้ร่วมสมัยเหมาะกับการใช้ชีวิตประจำวัน อาทิ มีน้ำหนักเบา โดยเน้นเจาะตลาดตามหัวเมืองใหญ่ๆ ที่มีคนรุ่นใหม่อาศัยอยู่จำนวนมาก เช่น เมืองมุมไบ รัฐมหาราษฏระ เมืองกัลกัตตา รัฐเบงกอลตะวันตก และกรุงนิวเดลี



สัญลักษณ์ “โอม”



ที่มารูปภาพ : freeyourmindexperience.com

แหวนสัญลักษณ์ “โอม”



ที่มารูปภาพ : ritaaccessoriesstore.com

มีข้อแนะนำว่าแม้ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียยังมีโอกาสอีกมาก แต่การจะประสบความสำเร็จในตลาดอินเดียได้นั้น นอกจากต้องใส่ใจศึกษารสนิยม วัฒนธรรม และประเพณี ของชาวอินเดียอย่างลึกซึ้งแล้ว ผู้ประกอบการยังควรติดตามการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวอินเดียอย่างสม่ำเสมอ พร้อมหาทางปรับการผลิตและการออกแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป อาทิ การขยายตลาดในพื้นที่ทางเหนือ ซึ่งนิยมเครื่องประดับที่มีลวดลายทางศาสนาอย่างสัญลักษณ์ ॐ หรือที่เรียกว่า “โอม” ซึ่งเป็นคำศักดิ์สิทธิ์ในภาษาฮินดีที่เชื่อว่าจะนำพาความสำเร็จ ความร่ำรวย และความโชคดีมาให้ นอกจากนี้ ควรพัฒนาการผลิตเพื่อทำให้เครื่องประดับมีน้ำหนักเบาลง พร้อมออกแบบชิ้นงานให้เล็กกลง เพื่อให้สะดวกต่อการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน รวมถึงใช้วัตถุดิบอื่นๆ แทนทองคำหรือเพชรเพื่อให้มีราคาย่อมเยา เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคในช่วงวัยและฐานะทางเศรษฐกิจที่มีความหลากหลายขึ้น

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด