

ข่าวประชาสัมพันธ์ DITP ชีเทรนด์จิวเวอรีงานแต่ง อินเดียและเครื่องประดับโซกลางกำลังมาแรงแนะผู้ ประกอบการไทยริบคว้าโอกาสเจาะตลาดใหม่ต่าง ประเทศ



ข่าวประชาสัมพันธ์

DITP ชีเทรนด์จิวเวอรีงานแต่งอินเดียและเครื่องประดับโซกลางกำลังมาแรงแนะผู้ประกอบการไทยริบคว้าโอกาสเจาะตลาดใหม่ต่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ จัดสัมมนา “แนวโน้มความต้องการของตลาดต่างประเทศ สำหรับสินค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่” หรือ “New Opportunities in Jewelry Business” เพื่อชี้ช่องโอกาสในการรุกตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางที่กำลังมาแรง ได้แก่ สินค้าเครื่องประดับในโอกาสงานแต่งงานของอินเดีย และกลุ่มสินค้าเครื่องประดับแนวโซกลาง ความเชื่อ และ ของขวัญ

งานสัมมนา ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเร็วๆ นี้ ณ โรงแรมพูลแมน จี กรุงเทพฯ ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก และ ดีไซน์เนอร์ไทยเข้าร่วมงานอย่างคับคั่ง โดยนางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์ ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานฯ และร่วมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานแสดงสินค้าสร้างโอกาสใหม่ทางการค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair

นางจันทิรา เปิดเผยว่า “กรมฯ ได้ประชาสัมพันธ์งาน Bangkok Gems & Jewelry Fair ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมได้เชิญชวนผู้ประกอบการและผู้ซื้อจากต่างประเทศมาเข้าร่วมงานผ่านเครือข่ายสำนักงานในต่างประเทศ โดยได้แนะนำให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่ตามความต้องการของตลาด โดยเฉพาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งมีโอกาสทางการค้าสูง และในงาน BGJF ครั้งที่ 59 กรมฯ ได้เตรียมจัด Showcase สินค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ ‘60+’ เครื่องประดับสำหรับผู้สูงอายุ ‘Metro Men’ เครื่องประดับสำหรับผู้ชาย ‘Pet Parade’ เครื่องประดับสำหรับสัตว์เลี้ยง ‘Arts & Crafts’ เครื่องประดับจากโลหะและหินที่เป็นงานศิลปหัตถกรรม ‘The Moment’ เครื่องประดับสำหรับงานแต่งงาน ซึ่งจะเน้นตลาดอินเดียและจีน และ ‘Spiritual Power’ เครื่องประดับแนวความเชื่อและโซกลาง โดยการจัด showcase นี้ มี

วัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ซื้อจากต่างประเทศในวงกว้างมากขึ้นและสร้างความน่าสนใจ ความแปลกใหม่สำหรับผู้ซื้อที่จะตัดสินใจงาน นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยเหลือเลือกสินค้าที่น่าสนใจให้ผู้ซื้อเห็นได้ชัดเจน และเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับ Exhibitor ทำให้ลูกค้าสามารถตามไปที่ดูหาได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนในงาน”

ด้านรองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ และอาจารย์กิตติพงศ์ บุญเกิด คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นวิทยากรร่วมกันให้ความรู้ผู้ประกอบการในเรื่อง “ช่องทางการตลาดของเครื่องประดับสำหรับพิธีแต่งงานอินเดีย” กล่าวถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดีย ซึ่งมีขนาดใหญ่มาก ในปี 2558 มีมูลค่าตลาดสูงถึง 5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 13 และ คาดว่าในปี 2561 จะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ อินเดียเป็นประเทศที่บริโภคทองคำสูงที่สุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 29 ของการบริโภคทองคำโลก และเป็นแหล่งเจียระไนเพชรที่ใหญ่ที่สุดในโลก อัญมณีและเครื่องประดับสำหรับพิธีแต่งงานมีมูลค่าตลาดสูงถึง 5 แสนล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 25-30 ในธรรมเนียมพิธีแต่งงานของอินเดีย เจ้าสาวอินเดียจะสวมใส่อัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ 9 ชิ้น (ศิระชะจรดเท้า) ได้แก่ ต่างหู แหวน สร้อยข้อเท้า กำไลข้อมือ เครื่องประดับที่เอว สร้อยคอ แหวนนิ้วเท้าเครื่องประดับบนศิระชะ (ที่ห้อยหน้าผาก) และเครื่องประดับจมูก นอกจากนี้ ชาวอินเดียนิยมสวมใส่ เครื่องประดับสมัยใหม่สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการเจาะตลาดนี้ได้

ขณะที่นางจිරนันท์ วงษ์มงคล อดีตผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญร่วมให้ความรู้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าเครื่องประดับแนวโซคลงและของขลังว่า กัมพูชาเป็นตลาดที่ไทยส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสูงเป็นอันดับที่ 4 มีมูลค่าสูงถึงเกือบ 900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผู้บริโภคกัมพูชานิยมซื้อเครื่องประดับเพื่อการลงทุนไม่เพียงเพื่อสวมใส่เพื่อความสวยงามเท่านั้น โดยนอกจากเครื่องประดับ ที่เป็นเครื่องราง เช่นพญานาค กำลังเป็นที่นิยมแล้ว อัญมณีและเครื่องประดับ เช่น ทอง เพชร และหินสีฝีมือ คนไทยก็เป็นที่นิยมในหมู่ชาวกัมพูชาเช่นกัน โดยกลุ่มชนชั้นสูงจะนิยมเครื่องประดับทอง และเพชรที่มีขนาดใหญ่ และปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับเครื่องประดับมากขึ้น กลุ่มชนชั้นกลางจะนิยมเครื่องประดับเพชรและทองที่ขนาดไม่ใหญ่มากนัก กลุ่มผู้ชายจะนิยมเพชร เช่น แหวนเพชร นาฬิกาเพชร และหัวเข็มขัดฝังเพชร เป็นต้น การทำตลาดกัมพูชาควรเจาะตลาดกลุ่มเศรษฐี (Super Rich) และกลุ่มผู้นำ เพื่อให้กลุ่มนี้เป็นตัวอย่างให้ผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ โดยชาวกัมพูชาจะซื้อสินค้าจากคนที่รู้จักและคนที่ไว้วางใจได้เท่านั้น จึงต้องมีการพบปะกันหลายครั้งเพื่อให้เกิด ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือก่อนจะมีการซื้อขายกัน ดังนั้น การทำการค้าผ่าน E-Commerce หรือ Online จึงไม่เหมาะสมกับตลาดกัมพูชา สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพในตลาดกัมพูชา ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ

นอกจากนี้ ภายในงานสัมมนา ยังมีการเปิดรับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน BGJF ครั้งที่ 59 และ ร่วม Showcase โดยมีผู้ประกอบการที่ยื่นใบสมัครเข้าร่วม Showcase แล้วประกอบด้วย ผู้ประกอบการกลุ่มเครื่องประดับแนวความเชื่อและโซคลง และผู้ประกอบการสินค้ากลุ่มศิลปหัตถกรรมงาน Bangkok Gems & Jewelry

Fair ครั้งที่ 59 จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-26 กุมภาพันธ์ 2560 ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี ผู้
สนใจสามารถชมข้อมูลเพิ่มเติมและลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.bkkgems.com หรือโทร
DITP Call Center 1169 หรืออีเมล bkkgems@ditp.go.th
