

ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกา

1. ภาพการผลิต/แหล่งวัตถุดิบภายในประเทศ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐอเมริกา มีศูนย์กลางอยู่ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มลรัฐ New York เป็นศูนย์กลางธุรกิจอัญมณีอันดับหนึ่ง ตามมาด้วยมลรัฐ California มลรัฐ Rhode Island มลรัฐ Florida และมลรัฐ Texas ตามลำดับ โดยมีจำนวนโรงงาน/ผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ ประมาณ 5,000 ราย ทั่วสหรัฐอเมริกา การผลิตภายในสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากสินค้าที่ผลิตในสหรัฐอเมริกาไม่สามารถแข่งขันได้ เพราะ มีต้นทุนสูง ทั้งต้นทุนทางค่าแรง ต้นทุนวัตถุดิบ และต้นทุนอื่นๆ ทำให้โรงงานผลิตเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกา ลดจำนวนลง โดยมีบางโรงงานที่ปิดตัวลง และบางโรงงานรวมตัวธุรกิจเข้าด้วยกัน และบ้างก็ออกไปจ้างการผลิตนอกประเทศ

สำหรับร้านค้าปลีกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศสหรัฐอเมริกา มีประมาณ 42,000 ร้าน โดยรัฐที่มีร้านจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมากที่สุด ได้แก่ California ประมาณ 6,000 ร้าน รองลงมาคือ Texas ประมาณ 4,500 ร้าน New York ประมาณ 3,800 ร้าน และ Florida ประมาณ 3,600 ร้าน ตามลำดับ จากมูลค่าการจำหน่ายสินค้าของแต่ละรัฐ พบว่ารัฐนิวยอร์ก มีมูลค่าการจำหน่ายสูงที่สุด

เนื่องจากสหรัฐอเมริกาขาดแคลนทางด้านแรงงานฝีมือ จึงทำให้ต้องพึ่งพิงแรงงานจากต่างประเทศ ในปีพ.ศ. 2554 สหรัฐอเมริกาส่งออกวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นอัญมณีและเครื่องประดับสำเร็จรูป มูลค่า 72,635 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่งออกทองคำมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ เพชร อัญมณีสำเร็จรูปและเศษของโลหะที่มีมูลค่า เงิน และแพลตตินัม ตามลำดับ

ตารางแสดงมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากสหรัฐอเมริกาสู่ตลาดโลก

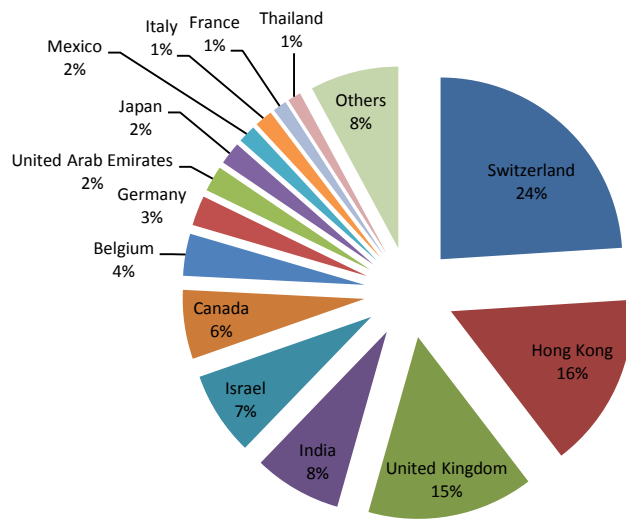
HS	Description	Jan-Dec	% Change	Jan-Dec	% Change	Jan-Oct			% Share			% Change
			Jan-Dec		Jan-Dec				Jan-Oct			Jan-Oct
		2553	2552/2553	2554	2553/2554	2553	2554	2555	2553	2554	2555	2554/2555
--	World --	1,278,263.23	21.04	1,480,431.90	15.82	1,047,737.67	1,227,695.87	1,285,678.43	100.00	100.00	100.00	4.72
71	Precious S	52,120.71	34.98	72,635.91	39.36	43,135.03	61,318.77	60,037.45	4.12	5.00	4.67	(2.09)
7108	Gold	15,260.49	25.91	31,165.01	104.22	12,989.18	26,165.97	27,178.00	30.11	42.67	45.27	3.87
7102	Diamonds	14,137.28	41.69	18,268.08	29.22	11,764.55	15,437.36	14,343.12	27.27	25.18	23.89	(7.09)
7113	Jewelry With	5,816.66	11.68	7,108.91	22.22	4,768.74	5,850.88	6,900.16	11.06	9.54	11.49	17.93
7112	Waste+Scrap	9,670.33	44.99	6,768.80	(30.00)	7,842.53	5,798.25	4,643.67	18.18	9.46	7.74	(19.91)
7106	Silver	1,766.94	88.71	3,203.95	81.33	1,182.63	2,874.84	2,212.73	2.74	4.69	3.69	(23.03)
7110	Platinum	2,820.65	64.79	2,827.69	0.25	2,342.71	2,469.50	1,863.13	5.43	4.03	3.10	(24.55)
7103	Oth Stones,N	666.00	34.52	855.36	28.43	550.85	732.98	907.96	1.28	1.20	1.51	23.87
7118	Coin	464.79	88.78	960.36	106.62	419.65	776.81	800.15	0.97	1.27	1.33	3.00
7116	Article Wt Pe	642.59	1.92	559.73	(12.90)	526.31	450.28	401.64	1.22	0.73	0.67	(10.80)
7117	Imitation Jew	251.22	23.52	279.76	11.36	206.21	229.61	243.17	0.48	0.37	0.41	5.91
7115	Ot Article W	335.22	49.31	257.75	(23.11)	308.16	219.26	212.29	0.71	0.36	0.35	(3.18)
7104	Synthetic,Nt	100.87	125.07	148.91	47.62	82.40	119.24	109.72	0.19	0.19	0.18	(7.98)
7105	Dust And Po	66.09	62.97	85.53	29.41	53.74	68.78	78.71	0.13	0.11	0.13	14.44
7101	Pearls	44.66	13.57	53.77	20.38	33.36	43.98	54.21	0.08	0.07	0.09	23.26
7107	Base Metals	24.71	79.34	49.38	99.81	19.76	45.27	42.82	0.05	0.07	0.07	(5.40)
7114	Gold,Silvers	34.41	8.79	24.21	(29.63)	28.98	19.51	28.26	0.07	0.03	0.05	44.83
7109	Base Metal V	13.79	35.54	17.33	25.65	11.56	15.24	16.53	0.03	0.03	0.03	8.45
7111	Base Metals	4.00	(62.23)	1.37	(65.71)	3.71	1.01	1.16	0.01	-	-	14.79

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of the Census

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2555 สหรัฐอเมริกาส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับออกไป Switzerland เป็นลำดับที่ 1 มูลค่า 9,656 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมา คือ Hong Kong มูลค่า 7,084 ล้านดอลลาร์สหรัฐและ United Kingdom มูลค่า 5,671 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับไทยสหรัฐอเมริกาส่งออกมาเป็นลำดับที่ 12 มูลค่า 586.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางแสดงส่วนแบ่ง (ร้อยละ) ของการส่งออกของสหรัฐอเมริกาไปยังทั่วโลก

US Export to the world



Rank	Country	Jan-Oct			% Share			% Change
		2553	2554	2555	2553	2554	2555	2554/2555
0	-- World --	43,135.03	61,318.77	60,037.45	100.00	100.00	100.00	(2.09)
1	Switzerland	9,081.97	11,650.21	14,403.48	21.06	19.00	23.99	23.63
2	Hong Kong	4,080.91	9,794.52	9,376.75	9.46	15.97	15.62	(4.27)
3	United Kingdom	7,791.26	10,237.99	8,877.55	18.06	16.70	14.79	(13.29)
4	India	3,693.73	3,952.39	4,690.48	8.56	6.45	7.81	18.67
5	Israel	3,686.59	5,166.05	4,472.84	8.55	8.43	7.45	(13.42)
6	Canada	3,336.74	4,173.63	3,684.65	7.74	6.81	6.14	(11.72)
7	Belgium	1,894.47	2,486.06	2,245.49	4.39	4.05	3.74	(9.68)
8	Germany	1,257.74	1,838.39	1,598.70	2.92	3.00	2.66	(13.04)
9	United Arab Emirates	519.89	927.54	1,373.10	1.21	1.51	2.29	48.04
10	Japan	1,025.07	1,326.01	1,205.80	2.38	2.16	2.01	(9.07)
14	Thailand	299.65	1,353.14	710.48	0.70	2.21	1.18	(47.49)
	others	6,467.01	8,412.84	7,398.12	14.98	13.76	12.29	(12.06)

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of the Census

2. ข้อมูลทางการตลาด

2.1 สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากทั่วโลก

ปีพ.ศ. 2554 สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากทั่วโลก มูลค่า 69,165 เหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.97 จากปีที่ผ่านมา สินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้ามากที่สุด ได้แก่ เพชร ทอง เครื่องเงิน เครื่องประดับสำเร็จรูป แพลตตินัม เหรียญกษาปณ์ อัญมณีสำเร็จรูป/เศษของโลหะที่มีมูลค่า และเครื่องประดับเทียม ตามลำดับ

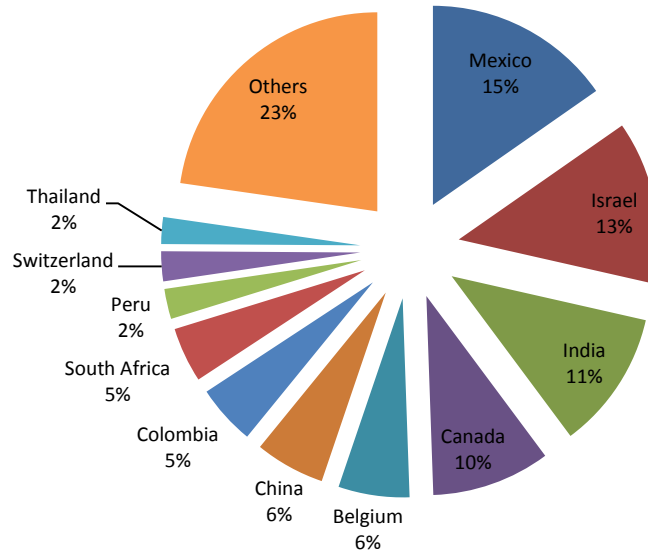
ตารางแสดงมูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐอเมริกาจากทั่วโลก

World Trade Atlas												
United States Districts - Imports -Total- from -- World --												
Millions of US Dollars												
HS	Description	Jan-Dec	% Change	Jan-Dec	% Change	Jan-Oct			% Share			% Change
		2553	2552/2553	2554	2553/2554	2553	2554	2555	Jan-Oct			Jan-Oct
-- World --		1,913,160.07	22.67	2,207,823.92	15.40	1,578,102.39	1,833,117.79	1,904,082.51	100.00	100.00	100.00	3.87
71 Precious St		53,630.77	38.52	69,165.44	28.97	42,804.14	58,243.88	52,922.11	2.71	3.18	2.78	(9.14)
7102	Diamonds	18,638.21	46.05	22,354.71	19.94	15,600.16	19,167.62	16,859.35	36.45	32.91	31.86	(12.04)
7108	Gold	1,759.10	43.37	15,333.50	30.40	8,397.49	12,678.30	13,208.23	19.62	21.77	24.96	4.18
7113	Jewelry With F	6,436.77	17.19	7,221.23	12.19	5,187.50	6,007.76	5,673.87	12.12	10.32	10.72	(5.56)
7106	Silver	4,381.45	104.92	8,574.41	95.70	3,421.24	7,321.24	5,516.74	7.99	12.57	10.42	(24.65)
7110	Platinum	4,145.14	39.06	5,552.79	33.96	3,452.85	4,659.96	3,691.90	8.07	8.00	6.98	(20.77)
7112	Waste+Scrap I	1,731.75	31.80	2,407.48	39.02	1,410.90	1,939.74	2,341.07	3.30	3.33	4.42	20.69
7117	Imitation Jewel	1,729.02	24.47	1,815.10	4.98	1,449.99	1,535.07	1,671.20	3.39	2.64	3.16	8.87
7118	Coin	1,650.16	(4.44)	2,443.43	48.07	1,327.78	2,074.04	1,344.45	3.10	3.56	2.54	(35.18)
7103	Oth Stones,No	827.59	26.52	996.43	20.40	695.19	852.98	974.74	1.62	1.46	1.84	14.27
7115	Ot Article W Ph	1,402.88	(0.03)	1,505.50	7.31	1,081.33	1,203.16	817.68	2.53	2.07	1.55	(32.04)
7116	Article Wt Pea	480.61	32.86	511.46	6.42	400.00	424.76	471.28	0.93	0.73	0.89	10.95
7101	Pearls	272.05	52.62	240.42	(11.63)	236.67	202.68	186.29	0.55	0.35	0.35	(8.09)
7105	Dust And Pow	92.12	114.64	103.20	12.03	74.59	89.06	73.70	0.17	0.15	0.14	(17.25)
7104	Synthetic,Nt S	45.93	8.51	62.78	36.69	37.12	52.99	53.89	0.09	0.09	0.10	1.70
7114	Gold,Silversmt	35.33	22.00	38.02	7.62	29.06	30.39	32.91	0.07	0.05	0.06	8.28
7107	Base Metals W	1.53	50.38	2.66	73.62	1.27	2.17	2.61	-	-	0.01	20.31
7111	Base Metals W	0.95	49.74	2.07	118.63	0.85	1.80	1.96	-	-	-	8.70
7109	Base Metal W	0.19	265.93	0.17	(7.70)	0.14	0.16	0.25	-	-	-	49.50

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of the Census

ในช่วง 10 เดือนแรกของปีพ.ศ. 2555 สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากทั่วโลก มูลค่า 52,922.10 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงจากปีที่ผ่านมาช่วงเดียวกันร้อยละ 9.14 สินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้ามากที่สุด ได้แก่ เพชร ทอง เครื่องเงิน เครื่องประดับสำเร็จรูป แพลตตินัม อัญมณีสำเร็จรูปและเศษของโลหะที่มีมูลค่าเครื่องประดับเทียมและเหรียญกษาปณ์ ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศที่เป็นคู่ค้าหลัก ได้แก่ เม็กซิโก อิสราเอลและอินเดีย ไทยเป็นคู่ค้าลำดับที่ 11 ของสหรัฐอเมริกา โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณร้อยละ 2.18 ของการนำเข้ารวมหรือประมาณ 1,151.86 ล้านเหรียญสหรัฐ

US Import from the world



Rank	Country	Jan-Oct			% Share			% Change
		2553	2554	2555	2553	2554	2555	2554/2555
0	-- World --	42,804.14	58,243.88	52,922.11	100	100	100	-9.14
1	Mexico	5,173.47	8,038.44	8,097.17	12.09	13.8	15.3	0.73
2	Israel	6,530.07	7,928.46	7,012.04	15.26	13.61	13.25	-11.56
3	India	5,889.82	6,982.56	5,963.95	13.76	11.99	11.27	-14.59
4	Canada	4,773.01	7,007.10	5,093.76	11.15	12.03	9.63	-27.31
5	Belgium	2,674.14	3,345.42	3,054.45	6.25	5.74	5.77	-8.7
6	China	2,367.36	2,750.88	3,001.32	5.53	4.72	5.67	9.1
7	Colombia	1,299.86	1,808.03	2,575.74	3.04	3.1	4.87	42.46
8	South Africa	2,815.10	3,144.29	2,366.82	6.58	5.4	4.47	-24.73
9	Peru	507.55	865.58	1,297.18	1.19	1.49	2.45	49.86
10	Switzerland	1,085.90	1,729.73	1,283.27	2.54	2.97	2.43	-25.81
11	Thailand	974.17	1,183.52	1,151.87	2.28	2.03	2.18	-2.67
	Others	8,713.69	13,459.86	12,024.52	20.35	23.10	22.72	(10.66)

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of the Census

2.2.สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทย

ปีพ.ศ. 2554 สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทย มูลค่า 1,369.61 เหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.42 จากปีที่ผ่านมา สินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้ามากที่สุด ได้แก่ เครื่องประดับสำเร็จรูป รัตนชาติและเครื่องประดับเทียม ตามลำดับ

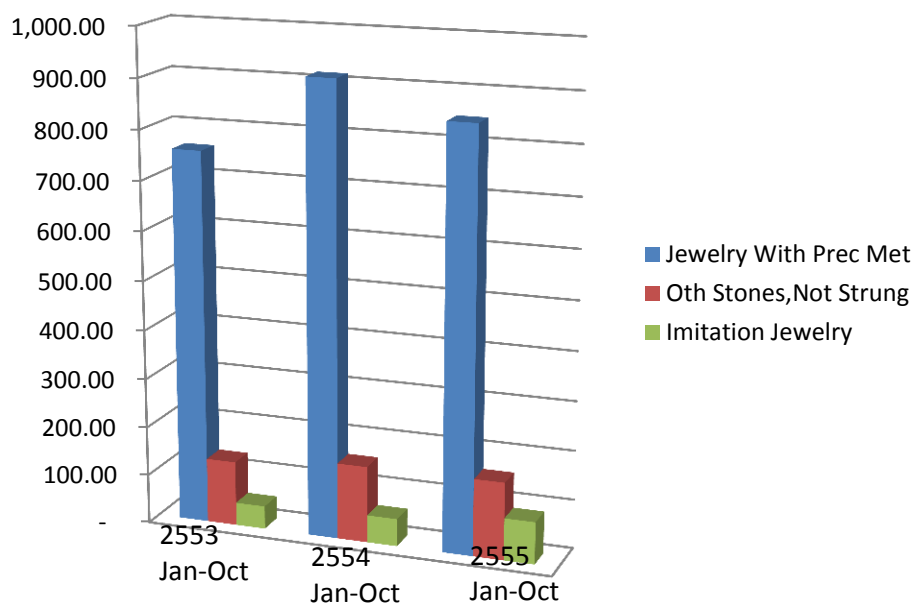
ตารางแสดงมูลค่าการนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐอเมริกาจากไทย

World Trade Atlas												
United States Districts - Imports - Total- from -- Thailand --												
Millions of US Dollars												
HS	Description	% Change		% Change		Jan-Oct			% Share			% Change
		Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec	2553	2554	2555	Jan-Oct		Jan-Oct	
	Thailand	22,693.17	18.92	24,829.96	9.42	18,613.73	21,313.25	21,815.56	1.18	1.16	1.15	2.36
	71 Precious Stones, Metals	1,186.68	35.05	1,369.61	15.42	974.17	1,183.52	1,151.87	5.23	5.55	5.28	(2.67)
7113	Jewelry With Prec Met	929.28	36.51	1,060.37	14.11	757.82	914.05	847.15	77.79	77.23	73.55	(7.32)
7103	Oth Stones, Not Strung	153.24	49.29	175.93	14.80	132.19	155.79	157.94	13.57	13.16	13.71	1.38
7117	Imitation Jewelry	58.03	14.56	67.25	15.89	46.89	56.12	85.96	4.81	4.74	7.46	53.18
7102	Diamonds	26.95	0.94	38.50	42.86	21.57	35.04	35.73	2.21	2.96	3.10	1.95
7116	Article Wt Pearl, Stne	15.03	55.48	20.53	36.61	11.97	16.95	19.47	1.23	1.43	1.69	14.83
7112	Waste + Scrap Prec Metl	1.31	(69.19)	2.87	118.37	1.28	2.61	3.69	0.13	0.22	0.32	41.44
7104	Synthetic, Nt Strung	0.92	(9.80)	1.04	13.51	0.74	0.95	0.85	0.08	0.08	0.07	(10.31)
7105	Dust And Powder	0.00	-	0.01	119.01	0.00	0.01	0.32	-	-	0.03	5,022.53
7101	Pearls	0.72	(30.14)	1.36	89.44	0.71	1.32	0.31	0.07	0.11	0.03	(76.30)
7108	Gold	0.18	(84.75)	1.22	564.88	0.13	0.19	0.17	0.01	0.02	0.02	(9.87)
7115	Ot Article W Prec Metl	0.33	37.52	0.19	(42.43)	0.31	0.19	0.13	0.03	0.02	0.01	(31.93)
7114	Gold, Silversmith Artcl	0.46	0.43	0.29	(36.78)	0.36	0.27	0.07	0.04	0.02	0.01	(74.97)
7106	Silver	0.15	110.74	0.01	(92.54)	0.13	0.01	0.04	0.01	-	-	441.93
7110	Platinum	0.02	128.51	0.02	4.06	0.02	0.02	0.02	-	-	-	(5.85)
7111	Base Metals With Plat	-	-	-	-	-	-	0.01	-	-	-	-
7118	Coin	0.01	-	0.02	47.34	0.01	0.00	0.01	-	-	-	77.13
7107	Base Metals Wt Silver	-	-	0.00	-	-	0.00	-	-	-	-	(100.00)
7109	Base Metal With Gold	0.03	1,055.46	0.00	(86.29)	0.03	0.00	-	-	-	-	(100.00)

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of the Census

ในช่วง 10 เดือนแรกของปีพ.ศ. 2555 สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากทั่วไทย มูลค่า 1,151.87 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงจากปีที่ผ่านมาช่วงเดียวกันร้อยละ 2.67 ปัจจัยที่ทำให้การนำเข้าลดลงมาเนื่องจากสหรัฐอเมริกาประสบกับวิกฤติเศรษฐกิจภายในประเทศและผลกระทบจากวิกฤติยุโรป ทำให้ผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับชะลอการนำเข้าลงอย่างเห็นได้ชัดเพื่อรอดูแนวโน้มของเศรษฐกิจและทิศทางการบริโภคของชาวสหรัฐอเมริกา ประกอบกับการเลือกนายโอบามาเข้ามาดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีอีกสมัย ทำให้นักธุรกิจและผู้นำเข้ายังคงรอดูท่าทีของนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นปริมาณการบริโภคสินค้าภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สินค้าที่มีโอกาสขยายตัวในช่วงวิกฤติ คือ เครื่องประดับเทียมและรัตนชาติ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาไม่แพงและมีารออกแบบร่วมสมัย ทำให้ผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาเริ่มให้ความสนใจกันมาก โดยเฉพาะกลุ่ม New Generation ซึ่งไม่นิยมจ่ายซื้อเครื่องประดับราคาแพงเพื่อการลงทุนในอนาคต

สินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้ามากที่สุด ได้แก่ เครื่องประดับสำเร็จรูป พลอยสีและเครื่องประดับเทียม ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทย โดยแบ่งตามหมวดสินค้านำเข้า 3 หมวดแรก ดังนี้



HS7113 (เครื่องประดับสำเร็จรูปประเภทเงินและทอง)

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2555

สหรัฐอเมริกานำเข้าจากอินเดีย เป็นลำดับที่ 1 มูลค่า 1,183.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 0.60

นำเข้าจากจีน เป็นลำดับที่ 2 มูลค่า 965.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 8.45

และนำเข้าจากไทย เป็นลำดับที่ 3 มูลค่า 847.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 7.32

ตารางแสดงการนำเข้า HS7113 สินค้าเครื่องประดับสำเร็จรูปประเภทเงินทองและโลหะจากทั่วโลก (10 อันดับแรก)

World Trade Atlas												
United States Districts - Imports -Total- from -- World --												
Millions of US Dollars												
HS7113												
Rank	Country	Jan-Dec	% Change	Jan-Dec	% Change	Jan-Oct			% Share			
		2553	2552/2553	2554	2553/2554	2553	2554	2555	2553	2554	2555	2554/2555
0	-- World --	6,436.77	17.19	7,221.23	12.19	5,187.50	6,007.76	5,673.87	100.00	100.00	100.00	(5.56)
1	India	1,436.73	9.83	1,476.87	2.79	1,152.78	1,191.04	1,183.90	22.22	19.83	20.87	(0.60)
2	China	1,071.89	30.24	1,287.96	20.16	847.55	1,054.57	965.43	16.34	17.55	17.02	(8.45)
3	Thailand	929.28	36.51	1,060.37	14.11	757.82	914.05	847.15	14.61	15.22	14.93	(7.32)
4	Italy	542.96	24.45	581.04	7.01	446.82	489.45	453.98	8.61	8.15	8.00	(7.25)
5	France	285.61	2.71	390.01	36.55	193.40	292.62	386.70	3.73	4.87	6.82	32.15
6	Hong Kong	299.89	12.62	355.24	18.46	246.05	301.66	323.49	4.74	5.02	5.70	7.24
7	Mexico	281.46	6.30	288.74	2.58	233.28	244.81	232.16	4.50	4.08	4.09	(5.16)
8	Dominican Rep	232.61	4.18	246.84	6.12	189.35	207.87	157.28	3.65	3.46	2.77	(24.34)
9	Oman	61.96	125.67	171.64	177.03	51.29	148.04	143.03	0.99	2.46	2.52	(3.38)
10	Turkey	142.89	13.69	127.16	(11.01)	116.87	103.39	112.17	2.25	1.72	1.98	8.49

HS7103 พลอยสี

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2555

สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย เป็นลำดับที่ 1 มูลค่า 157.94 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.38

นำเข้าจากโคลัมเบีย เป็นลำดับที่ 2 มูลค่า 144.28 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.65

และนำเข้าจากฮ่องกง เป็นลำดับที่ 3 มูลค่า 141.12 ล้านดอลลาร์ ลดลงร้อยละ 128.19

ตารางแสดงการนำเข้า HS7103 พลอยสีจากทั่วโลก (10 อันดับแรก)

World Trade Atlas												
United States Districts - Imports -Total- from -- World --												
Millions of US Dollars												
HS7103												
Rank	Country	% Change		% Change		Jan-Oct			% Share			% Change
		Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Oct			Jan-Oct			Jan-Oct
		2553	2552/2553	2554	2553/2554	2553	2554	2555	2553	2554	2555	2554/2555
0	-- World --	827.59	26.52	996.43	20.40	695.19	852.98	974.74	100.00	100.00	100.00	14.27
1	Thailand	153.24	49.29	175.93	14.80	132.19	155.79	157.94	19.02	18.26	16.20	1.38
2	Colombia	132.64	10.11	162.88	22.80	104.70	136.56	144.28	15.06	16.01	14.80	5.65
3	Hong Kong	67.51	(10.84)	71.08	5.30	58.86	61.84	141.12	8.47	7.25	14.48	128.19
4	India	142.82	63.52	171.29	19.94	121.93	141.81	131.68	17.54	16.63	13.51	(7.15)
5	Sri Lanka	71.76	78.98	84.53	17.81	62.75	70.78	87.49	9.03	8.30	8.98	23.62
6	Brazil	39.07	18.57	47.01	20.33	36.39	41.71	48.38	5.24	4.89	4.96	15.98
7	Switzerland	40.32	26.16	97.25	141.18	30.65	77.75	47.87	4.41	9.12	4.91	(38.43)
8	Israel	21.50	(9.34)	22.44	4.38	19.18	20.02	41.47	2.76	2.35	4.26	107.18
9	Tanzania	10.12	76.82	8.81	(12.89)	8.88	7.52	35.68	1.28	0.88	3.66	374.31
10	Germany	32.19	18.73	39.74	23.47	27.89	36.39	26.40	4.01	4.27	2.71	(27.46)

HS7117 เครื่องประดับเทียม

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2555

สหรัฐอเมริกานำเข้าจากจีน เป็นลำดับที่ 1 มูลค่า 1,282.28 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.61

นำเข้าจากไทย เป็นลำดับที่ 2 มูลค่า 85.96 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.18

และนำเข้าจากอิตาลี เป็นลำดับที่ 3 มูลค่า 48.73 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 105.91

ตารางแสดงการนำเข้า HS7117 เครื่องประดับเทียม (10 อันดับแรก)

World Trade Atlas												
United States Districts - Imports -Total- from -- World --												
Millions of US Dollars												
HS7117												
Rank	Country	% Change		% Change		Jan-Oct			% Share			% Change
		Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec	Jan-Dec	2553	2554	2555	Jan-Oct			Jan-Oct
		2553	2552/2553	2554	2553/2554				2553	2554	2555	2554/2555
0	-- World --	1,729.02	24.47	1,815.10	4.98	1,449.99	1,535.07	1,671.20	100.00	100.00	100.00	8.87
1	China	1,371.52	27.57	1,429.33	4.21	1,153.99	1,214.20	1,282.28	79.59	79.10	76.73	5.61
2	Thailand	58.03	14.56	67.25	15.89	46.89	56.12	85.96	3.23	3.66	5.14	53.18
3	Italy	23.89	(1.26)	30.61	28.13	18.90	23.67	48.73	1.30	1.54	2.92	105.91
4	Taiwan	46.34	8.20	47.69	2.93	37.06	40.26	43.56	2.56	2.62	2.61	8.19
5	India	43.64	27.54	44.25	1.38	38.81	38.17	40.83	2.68	2.49	2.44	6.96
6	France	20.16	43.29	28.16	39.65	16.02	22.59	32.49	1.11	1.47	1.94	43.82
7	Korea, South	27.74	(6.65)	24.01	(13.46)	23.43	21.07	23.55	1.62	1.37	1.41	11.77
8	Hong Kong	19.66	(1.43)	21.05	7.06	15.93	16.56	20.53	1.10	1.08	1.23	23.96
9	Vietnam	5.50	35.26	9.84	79.01	3.88	8.46	11.52	0.27	0.55	0.69	36.07
10	Mexico	7.88	11.01	9.39	19.17	6.63	7.64	9.62	0.46	0.50	0.58	25.95

3. กฎระเบียบทางการค้า ระเบียบการนำเข้าส่งออก

โดยทั่วไปการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐฯ ไม่จำเป็นต้องขออนุญาต หรือต้องมีใบอนุญาตหรือเอกสารการนำเข้า พิเศษ ยกเว้นสินค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับบางประเภทที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรการการนำเข้าและการค้าขายที่ กำหนดไว้ เช่น

- 3.1 ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าที่มาจากสัตว์ป่า (Wildlife Product): การนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มี ส่วนประกอบจากสัตว์ป่า เช่น ขนนก เปลือกหอย เขาสัตว์หรืองาช้าง จะต้องถือปฏิบัติตามกฎหมายอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ ป่าของสหรัฐฯ ซึ่งค่อนข้างจะสลับซับซ้อน เนื่องจากจำนวนการคุ้มครองพันธุ์สัตว์ป่าแต่ละชนิดมีมากมายและเพิ่มขึ้นทุกปี
- 3.2 ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าตัวอย่างสินค้า: กรณีการนำเข้าตัวอย่างสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อมาจัดแสดงในสหรัฐฯ สามารถนำเข้าได้เป็นการชั่วคราวโดยไม่ต้องเสียภาษีศุลกากร แต่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน (Temporary Importation Under Bond: TIB) ต่อหน่วยงานศุลกากรเป็นมูลค่าเท่ากับ 2 เท่าของมูลค่าภาษีศุลกากรที่ควรจะต้องชำระหรือมีหนังสือใช้ แทนใบผ่านศุลกากรเป็นหลักประกัน (Admission Temporaire-Temporary Admission, ATA Carnet)
- 3.3 ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าไข่มุก (Pearls): การดำเนินการนำเข้าไข่มุกมายังสหรัฐฯ ทางศุลกากรสหรัฐฯ จะทำการตรวจสอบ ความแตกต่างระหว่างไข่มุกธรรมชาติและไข่มุกเลี้ยง เพื่อวัตถุประสงค์ของการเรียกเก็บภาษีเท่านั้น
- 3.4 ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าที่ต้องประทับตราเครื่องหมายหรือปิดฉลาก (Marking and Labeling Requirement) -สินค้านำเข้าประเภททองคำ เงิน ทองคำขาว (Precious Metals): สินค้านำเข้าประเภทนี้จะต้องถูกประทับตรา

เครื่องหมาย หรือปิดฉลากเพื่อแสดงความบริสุทธิ์ (Fineness) และมูลค่าของเนื้อโลหะอย่างถูกต้องก่อนนำเข้า ตามที่กำหนดไว้ใน National Stamping Act (NSA) ของกระทรวงการคลังสหรัฐฯ

-เหรียญ (Coin): การนำเข้าเหรียญเงิน หรือเหรียญทองจะต้องถือปฏิบัติตามระเบียบภายใต้กฎหมาย National Stamping Act (NSA) นอกจากนี้การนำเข้าเหรียญที่เลียนแบบเหรียญโบราณ (Imitation numismatic items) จะต้องถือปฏิบัติตามระเบียบภายใต้กฎหมาย Hobby Protection Act (HPR)

-โลหะผสม (Alloys): การนำเข้าโลหะผสมที่มีส่วนผสมของทองคำ เงิน ทองคำขาว (precious metals) อย่างน้อย 2% ของน้ำหนักโลหะ จะต้องถือปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับการประทับตราและปิดฉลากภายใต้กฎหมาย National Stamping Act (NSA)

3.5. ถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะยกเลิกการคว่ำบาตรสินค้าบางประเภทที่มาจากพม่า แต่สินค้านำเข้าที่บดและหยกที่มีแหล่งกำเนิดในพม่า ยังคงถูกห้ามนำเข้าตามกฎหมาย Tom Lantos Block Burmese Jade Act

3.6.

4. โครงสร้างภาษี

อัตราภาษีนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของสหรัฐฯ โดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณร้อยละ 0 – 13.5

HS7113	เครื่องประดับแท้	ร้อยละ 5-13.5
HS7103	รัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ	ร้อยละ 0 – 10.5
HS7117	เครื่องประดับเทียม	ร้อยละ 0-11
HS7102	เพชร	ร้อยละ 0
HS7116	ไข่มุก	ร้อยละ 0-10.5
HS7112	อัญมณีสำเร็จรูปและเศษของโลหะที่มีมูลค่า	ร้อยละ 0-10.5

อัตราภาษีโดยละเอียดตั้งปรากฏในเอกสารแนบ 1

5. อื่นๆ

กลุ่มสินค้าสหรัฐอเมริกาพิจารณาถอนสิทธิพิเศษทางการค้าของไทย (Generalized System of Preferences)

HS 7113.11.50 เครื่องประดับเงิน

ภาษีนำเข้า โดยทั่วไปร้อยละ 5

ไทยส่งออกมายังสหรัฐอเมริกา ในช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2555 มูลค่า 600.34 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาช่วงเดียวกันร้อยละ 3.74

HS 7113.19.50 เครื่องประดับแท้ ที่มีทองและแพลตตินั่มเป็นส่วนประกอบหลัก

ภาษีนำเข้า โดยทั่วไปร้อยละ 5.5

ไทยส่งออกมายังสหรัฐอเมริกา ในช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2555 มูลค่า 185.26 ล้านดอลลาร์ลดลงจากปีที่ผ่านมาช่วงเดียวกันร้อยละ 31.94

6. แนวโน้มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดสหรัฐอเมริกา

ในปี 2553 ถือเป็นปีที่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับตกต่ำมากที่สุด จนกระทั่งปี 2554 เป็นต้นมา การบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับก็เริ่มมีการกระเตื้องขึ้น โดยสินค้าที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มาก คือ

-เครื่องประดับประเภท Customized ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่ออกแบบโดยเฉพาะเพื่อตนเองมากขึ้น ทำให้ผู้จำหน่ายหลายรายได้นำความต้องการดังกล่าวมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดในปี 2556

-เนื่องจากราคาทองและราคาเงินในตลาดโลกมีการปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาแพง ดังนั้น ผู้ผลิตจึงได้เสนอทางเลือกใหม่ คือ ลดปริมาณโลหะ (ทองและเงิน) และทำเทคโนโลยีอื่นมาผสมผสาน ทำให้เครื่องประดับมีน้ำหนักเบา และมีราคาไม่สูงจนเกินไป

-แบรนด์สินค้าเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่จะทำให้ สินค้าสามารถแข่งขันกับการขายแบบออนไลน์

-พลอยสีสดใสเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถนำมาผลิตเป็นแหวนหมั้น สำหรับผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาที่ต้องการสินค้าแบบทางเลือกใหม่ เน้นความสดใส เน้นการออกแบบในลักษณะย้อนยุค

-เครื่องประดับแบบย้อนยุค ที่ทำให้ผู้ใส่ดูเหมือนเป็นดารามีเสน่ห์ เช่น ต่างหูโคมระย้า แหวนที่ออกแบบโดยใช้หินสีขนาดใหญ่หรือรูปทรงเลขาคณิต หรือสร้อยคอหนาเป็นแผงตกแต่งโดยหินสีหลากหลายแบบกำลังมาแรงในปี 2556

-นักออกแบบเสื้อผ้าชื่อดังหลายหลายเริ่มเข้ามาจับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีการนำ Sterling Silver หรือ 18K Gold Jewelry มาใช้ในการออกแบบ

-ทองยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2555 และคาดว่าจะยังจะต่อเนื่องไปอีก สำหรับแพลตตินั่ม ถึงแม้ว่ามีราคาสูงแต่ยังคงได้รับความนิยม โดยเฉพาะในการทำแหวนหมั้น

-เครื่องประดับเทียม ที่ทำจากนิเกิล ทองเหลือง ทองแดง ดีบุกผสมตะกั่ว หรือโลหะผสมอื่นๆ เมื่อนำมาเคลือบเงินหรือทอง ทำให้ดูคล้ายเครื่องประดับแท้ บางครั้งการเติมคริสตัล ลูกปัดแก้ว หรือการนำพลอยเทียม (Cubic Zirconia) และสอดแทรกด้วยผ้าหนังหรือเศษไม้ประดับ จะทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้น ซึ่งห้างสรรพสินค้าระดับบน เช่น Saks Fifth หรือ Neiman Marcus เริ่มมุ่งความสนใจในเครื่องประดับเทียมมากขึ้น

-ในกลุ่มเครื่องประดับเทียม ต่างหูเป็นเครื่องประดับที่คนอเมริกันนิยมมากที่สุด มีสัดส่วนทางการตลาดประมาณร้อยละ 35 รองลงมา คือ สร้อยคอ มีสัดส่วนทางการตลาดร้อยละ 26 และแหวนเป็นลำดับที่สาม โดยมีสัดส่วนทางการตลาด ร้อยละ 12 ทั้งนี้ เครื่องประดับประเภทแหวน คนอเมริกันนิยมเลือกแหวนที่ทำจาก Precious Metal เพราะ เป็นเครื่องประดับที่สวมใส่ทุกวัน ไม่นิยมเปลี่ยนบ่อยๆ เหมือนกับต่างหูและสร้อยคอ ซึ่งเป็นเครื่องประดับเทียม

-ในกลุ่มเครื่องประดับแท้ ต่างหูยังเป็นที่นิยมมากที่สุด โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 32 รองลงมา คือ แหวน มีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 30 และลำดับที่สาม คือ สร้อยคอ มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 24

-ช่วงเทศกาล ถีอ เป็นอีกช่วงหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้เกิดการจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยเทศกาลคริสต์มาสมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ เทศกาลวาเลนไทน์และวันแม่ จากข้อมูลของ American Jewelry Industry พบว่าในช่วงเทศกาลคริสต์มาสปี 2555 ยอดจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับขยายเพิ่มตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.3 ทั้งนี้เมื่อเทียบกับปี 2554 ช่วงเดียวกับพบว่ายอดจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้นร้อยละ 4

-อย่างไรก็ดีหากพิจารณาสินค้าที่ซื้อช่วงเทศกาลต่างๆ พบว่า แหวนหมั้นเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมาก ดังนั้น ตลาดงานแต่งงานจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจ ผู้ชายนิยมจะเลือกซื้อแหวนหมั้น (เพชร+แพลตตินั่ม/ทอง) ใ้ว่าที่เจ้าสาว ในงบประมาณ 5,800 เหรียญสหรัฐ และทั้งสองฝ่ายจะซื้อ Wedding Band วงละประมาณ 1,200 เหรียญสหรัฐ

ตารางแสดงสัดส่วนทางการตลาดของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกา

(ร้อยละ)

	2551	2552	2553	2554	2555
ทอง	51.0	50.9	50.8	50.7	50.6
เงิน	30.0	30.3	30.6	30.9	31.2
แพลตตินั่ม	5.0	5.1	5.2	5.3	5.4
โลหะอื่นๆ	4.0	3.9	3.8	3.7	3.6
โลหะผสม	10.0	9.8	9.6	9.4	9.2
รวม	100	100	100	100	100

ตารางแสดงสัดส่วนทางการตลาดของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งเป็นประเภทอัญมณี

(มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ)

	2551	2552	2553	2554	2555
เครื่องประดับเทียม	9,012.6	8,814.4	9,230.4	9,516.5	9,697.3
เครื่องประดับแท้	44,378.3	39,186.0	40,204.9	44,989.3	47,823.6
เครื่องประดับอื่นๆ	53,390.9	48,027.4	49,435.3	54,508.8	57,520.9

7. ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าไปทำตลาด

- มีการแข่งขันทางด้านราคาสูง ทำให้คู่แข่งที่ได้รับการสนับสนุนทางด้านการผลิตจึงมีความได้เปรียบ
- การลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง
- การเพิกถอนสิทธิ GSP ทำให้ไทยต้องเสียเปรียบในด้านการแข่งขัน
- ขาดการพัฒนาแนวคิดและการนำเสนอแบบใหม่
- ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและการว่างงานทำให้กำลังการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับลดลง

8. ข้อเสนอแนะ

- รัฐควรให้การสนับสนุนหรือลดภาษีการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตบางรายการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดโลก
- รัฐควรให้ความรู้เรื่องการจดสิทธิบัตรและการป้องกันการลอกเลียนแบบให้กับผู้ประกอบการ
- รัฐควรส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและจัดการฝึกอบรมนักออกแบบเพื่อมาช่วยพัฒนาธุรกิจให้มากขึ้น
- รัฐควรให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการขายนอกเหนือจากการออกงานแสดงสินค้า เช่น
 - จัดทำแคตตาล็อกหรือ E Catalogue นำเสนอคอลเลกชันสินค้าให้กับผู้ส่งออก และจัดส่งให้กับผู้นำเข้าที่มีศักยภาพ
 - จัดทำหน่วยงานกลางติดต่อประสานงานเรื่องร้องเรียนสินค้าชำรุดหรือเสียหายให้มีบริการเชื่อมต่อกับผู้ส่งออกได้อย่างสะดวก
 - จัดทำหน่วยงานจัดเก็บและตรวจสอบประวัติลูกค้าที่มีประวัติไม่ดี เพื่อผู้ส่งออกสามารถเข้ามาตรวจสอบได้และผู้ส่งออกที่ประวัติไม่ดี เพื่อให้ผู้นำเข้าตรวจสอบได้เช่นกัน

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก