

ภาวะตลาดเครื่องประดับในรัสเซีย

อุตสาหกรรมเครื่องประดับก็ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่นเดียวกับกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เหมือนกับอีกหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ความต้องการสินค้าปรับตัวลดลงอันมีสาเหตุจากรายได้ของประชาชนที่มีจำกัด โดยผลจากการสำรวจของ Expert RA และ Higher School of Economics พบว่าในปี พ.ศ. 2563 ยอดจำหน่ายเครื่องประดับหดตัวอันเนื่องมาจากการเลื่อนจัดงานหมั้นและงานแต่งงานออกไป

แต่สำหรับเครื่องประดับหุรรากกลับกลายเป็นโอกาสดีที่เจ้าของแบรนด์ดั้งเดิมสามารถทำตลาดได้ทะลุเป้า นับตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ขณะเดียวกันค่าเงินรูเบิลก็อ่อนค่าลงในปี พ.ศ. 2563 ส่งผลให้ผู้บริโภคที่มีฐานะดีเลือกที่จะลงทุนกับเครื่องประดับราคาแพงต่อเนื่องมาถึงปี พ.ศ. 2564

จากสถิติของปี พ.ศ. 2564 พบว่าลูกค้าระดับบนมีการซื้อเครื่องประดับทำด้วยเพชรบ่อยครั้งขึ้น ความต้องการซื้อแหวนสำหรับงานหมั้นและงานแต่งงาน ต่างหูทำด้วยทอง จี้หย้อยคอและสร้อยประดับด้วยอัญมณี และกำไลข้อมือมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 โดยเฉพาะเครื่องประดับราคาแพงที่ทำด้วยเพชรและอัญมณีแท้เติบโตขึ้นขณะที่ยอดขายเครื่องประดับราคาต่ำกลับมีภาวะคงที่ ทั้งนี้เพศหญิงเป็นกลุ่มลูกค้าหลักแต่เพศชายมักจะซื้อเครื่องประดับเพื่อเป็นของขวัญ

ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าสาเหตุที่ความต้องการเครื่องประดับเติบโตขึ้นเป็นเพราะความต้องการเพื่อบริโภคเปลี่ยนไปเครื่องประดับกลายเป็นสัญลักษณ์ของการแสดงฐานะและยังเป็นการลงทุนที่ดีอีกด้วย ยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้รับอิทธิพลมาจากความต้องการที่อัดอั้นมานานและการที่ประชาชนไม่สามารถเดินทางไปพักผ่อนในต่างประเทศ

ได้ ด้วยเหตุนี้เงินเหลือที่ไม่ได้ใช้ในการท่องเที่ยวก็ถูกนำไปลงทุนในเครื่องประดับแทนเนื่องจากเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูงขึ้นทุกปี



ผู้จัดการทั่วไปของสมาคม Guild of Russian Jewelers ให้ความเห็นว่ายอดขายในรูปตัวเงินไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมาที่ระดับ 2.4 แสนล้านรูเบิล โดยยอดขายเครื่องประดับทั่วไปลดลงร้อยละ 15 ขณะที่เครื่องประดับชิ้นสูงกลับเติบโต 2 – 2.5 เท่าตัว จากข้อจำกัดของการเดินทางไปต่างประเทศทำให้ผู้มีฐานะมีเงินเหลือและเลือกที่จะลงทุนกับเครื่องประดับนั่นเอง

ลูกค้าที่มีระดับรายได้เกินกว่าค่าเฉลี่ยนิยมซื้อเครื่องประดับจากร้านค้าเครื่องประดับเฉพาะ อีกหนึ่งในสามนิยมซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างประเทศ และอีกร้อยละ 14 สั่งซื้อสินค้าออนไลน์

กรุงมอสโกถือว่าเป็นแหล่งซื้อขายเครื่องประดับหลักของประเทศ ในช่วงครึ่งแรกของปีมีการซื้อขายเป็นเงินกว่า 3 หมื่นล้านรูเบิล รองลงมาได้แก่นครเซนต์ปีเตอร์

สเปิร์กมีมูลค่า 9 พันล้านรูเบิล ตามมาด้วยเมืองเยคาเตรินเบิร์ก โนวอซีบีสค์ และคราสโนดาร์ ที่ต่างก็มียอดขายเกินกว่า 1.8 พันล้านรูเบิล

โควิด-19 เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องประดับราคาแพงเปลี่ยนแปลงไป แต่เดิมการตัดสินใจซื้อจะต้องขอโอกาสจับต้องสินค้าตัวจริงก่อน แต่ปัจจุบันนี้ลูกค้ายอมรับการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น

ผู้ค้าเครื่องประดับหลักภายในประเทศ ได้แก่ Sokolov, MYUZ, Yuvelirny, Zavod, Platina และ Estet ครองสัดส่วนมูลค่าค้าปลีกโดยรวมเกือบหนึ่งในสาม โดยมีจุดแข็งที่ชื่อเสียงของผู้ค้าระดับชั้นนำ

ส่วนผู้บริโภคที่รายได้ได้น้อยเป็นกลุ่มลูกค้าสินค้าเครื่องประดับที่มีราคาไม่สูงและคาดว่าจะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากกลุ่มนี้เห็นว่าสินค้าเครื่องประดับไม่ใช่สิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตรวมทั้งเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวกับราคา ดังนั้นจึงอาจจะเลื่อนเวลาการซื้อออกไปก่อนหรือหลีกเลี่ยงการใช้จ่ายกับสินค้าเหล่านี้

ขณะนี้เกิดกระแสความสนใจใหม่ในกลุ่มผู้บริโภค คือ ความต้องการทราบข้อมูลรายละเอียดมากขึ้นว่าอัญมณีถูกขุดขึ้นมาเมื่อใดรวมทั้งมีสีและความใสเพียงใดแม้ว่า

จะมีเอกสารใบรับรองกำกับมาแล้วก็ตาม ตลอดจนราคาคาดการณ์ในอนาคต

การค้าเครื่องประดับออนไลน์จะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในอนาคตและจะมีการพัฒนาการนำเสนอสินค้าในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นภาพ 3 มิติหรือสามารถชมสินค้าผ่านแอปพลิเคชันวิดีโอ

สินค้าเครื่องประดับส่งออกของไทยไปยังตลาดรัสเซียส่วนใหญ่เป็นสินค้าเครื่องประดับทำด้วยเงิน ซึ่งมีแนวโน้มว่าความต้องการในตลาดจะคงที่และไม่มีเปลี่ยนแปลงมากนัก เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ที่มีระดับรายได้ปานกลางยังต้องระมัดระวังการใช้จ่ายในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ในอนาคต

ส่วนสินค้าเครื่องประดับราคาแพง ประเทศไทยมีการส่งออกน้อยแต่มีการส่งออกอัญมณีในรูปวัตถุดิบมากกว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้นำเข้าอัญมณีไม่สามารถเดินทางมาเจรจาซื้อสินค้าที่ประเทศไทยได้ ซึ่งสินค้าอัญมณีเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการจับต้องได้ก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ อย่างไรก็ตามหากประเทศไทยเปิดน่านฟ้าและอนุญาตให้นักธุรกิจเดินทางเข้าประเทศได้เสรีดังเดิม ผู้นำเข้าอัญมณีก็พร้อมจะเดินทางไปสั่งซื้อสินค้าทันที 