



### Pandora ประกาศแผนสร้างโรงงานแห่งที่ 3 นอกประเทศไทย

#### ประเด็นข่าว



ผู้บริหารของบริษัทแพนดอร่าได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับเวียดนามเมื่อวันพฤหัสบดีที่ 12 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา เกี่ยวกับโครงการจัดสร้างโรงงานผลิตเครื่องประดับด้วยเงินลงทุนกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในจังหวัด Binh Duong ของเวียดนาม ซึ่งอยู่ห่างจากนครโฮจิมินห์ ทางเหนือประมาณ 25 ไมล์ (ประมาณ 40 กิโลเมตร)

โรงงานแห่งใหม่ของแพนดอร่าตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมเวียดนาม-สิงคโปร์ 3 ซึ่งยังอยู่ระหว่างการก่อสร้าง นิคมอุตสาหกรรมดังกล่าวจะเป็นที่ตั้งของบริษัทเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานเป็นหลัก เช่น โรงงานผลิตเครื่องแต่งกาย และ โรงงานผลิตรองเท้า โรงงานแห่งใหม่นี้จะสร้างขึ้นตามมาตรฐาน LEED Gold ซึ่งเป็นใบรับรองอาคารสีเขียวและใช้พลังงานหมุนเวียนทั้งสิ้น

โรงงานใหม่ของแพนดอร่าจะจ้างงานประมาณ 6,000 ราย คาดว่าโรงงานแห่งใหม่จะลงมือสร้างในปี 2565 และมีกำหนดจะเริ่มการผลิตเครื่องประดับภายในสิ้นปี 2567

แพนดอร่ากล่าวว่า การเพิ่มโรงงานแห่งที่สามในเวียดนาม จะช่วยเพิ่มกำลังการผลิตจำนวน 60 ล้านชิ้นต่อปี ในขณะเดียวกัน แพนดอร่าจะขยายโรงงานตามแผนที่วางไว้ที่โรงงานในจังหวัดลำพูน ซึ่งการเพิ่มกำลังการผลิตทั้งสองแห่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตโดยรวมได้ถึงร้อยละ 60 การขยายการผลิตไปยังประเทศใหม่จะช่วยให้แพนดอร่ามีความยืดหยุ่นมากขึ้นต่อการสถานการณ์ผันผวนของห่วงโซ่อุปทานในอนาคต

ที่มา: National Jeweler, May 16, 2022

#### บทวิเคราะห์

#### บริษัทแพนดอร่า

บริษัทแพนดอร่าสัญชาติเดนมาร์ก ผู้ผลิตและยักษ์ใหญ่แห่งวงการค้าปลีกสินค้าเครื่องประดับ (ในเชิงปริมาณ) แพนดอร่าจำหน่ายเครื่องประดับเป็นจำนวน 102 ล้านชิ้นในปี 2564 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.4 หรือคิดเป็นยอดจำหน่ายสูง 3,559 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งแยกออกเป็นยอดขายผ่านร้านค้าปลีก 1,513 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ยอดขายผ่านทางออนไลน์ 909 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ ยอดขายช่องทางค้าส่ง 1,137 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปัจจุบัน แพนดอร่ามีจุดขายมากกว่า 7,800 แห่ง และมีพนักงานกว่า 27,000 คนทั่วโลกกว่า 100 ประเทศ บริษัทมีโรงงานผลิต 2 แห่งในประเทศไทยที่กรุงเทพฯและจังหวัดลำพูน

## นโยบายการค้าของแพนดอรา

ปัจจุบัน แพนดอราก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำร่องของอุตสาหกรรมเครื่องประดับไปสู่แนวทางการยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้ประกาศว่าภายในปี 2565 บริษัทจะใช้เพชรจากห้องแล็บเท่านั้น (lab-grown diamonds) ในการผลิตเครื่องประดับ มีนโยบายเลิกใช้เพชรที่ขุดจากเหมืองแร่ ด้วยการขุดเจาะเหมืองแร่เป็นการปล่อยก๊าซจำนวนมหาศาล อีกทั้งเมื่อปีที่ผ่านมามีบริษัทได้ประกาศว่า ภายในปี 2568 บริษัทจะใช้วัสดุที่เป็นโลหะเงินและทองที่มาจากรีไซเคิลทั้งหมด ซึ่งจะช่วยลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนและลดปริมาณการใช้น้ำซึ่งเป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อนระดับหนึ่ง

## แพนดอรากับตลาดสหรัฐฯ

สหรัฐฯ เป็นตลาดจำหน่ายเครื่องประดับสำคัญอันดับหนึ่งของแพนดอรา คิดเป็นร้อยละ 30 ของยอดขายของบริษัทฯ หรือคิดเป็นมูลค่า 1,070 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 ในปี 2564 ซึ่งนับได้ว่าฟื้นตัวได้รวดเร็วหลังจากยอดขายหดตัวในปี 2563

ห้างแพนดอราตั้งเป้าเพิ่มยอดขายจำหน่ายในสหรัฐฯ ในช่วงอัตราร้อยละ 3-6 ในปี 2565 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ คาดว่าตลาดเครื่องประดับโดยรวมในสหรัฐฯ จะถดถอยในอัตราร้อยละ 10-20 ในช่วงหลังจากการฟื้นตัวจากภาวะโควิด-19 การจำหน่ายเครื่องประดับมุ่งผู้บริโภคกลุ่ม Gen-Z และ Millennial เป็นสำคัญ

นาย Luciano Rodembusch ประธานบริษัทแพนดอราประจำสหรัฐฯ คนใหม่ได้ประยุกต์แผนกลยุทธ์ใหม่ของการเติบโตธุรกิจของบริษัทฯ หรือเรียกว่า Phoenix Plan ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อให้แพนดอราเป็นแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดและเป็นที่ต้องการมากที่สุดในตลาดเครื่องประดับราคาไม่แพง ซึ่งมีแผนหลัก 4 กลยุทธ์ คือ (1) Brand (2) Design (3) Professionalization และ (4) Core Market คือ สหรัฐฯ และ จีน โดยตั้งเป้าเพิ่มยอดขายเป็นสองเท่าในสหรัฐฯ

## ผลกระทบต่อการส่งออกเครื่องประดับไทย

การที่แพนดอราเลือกเวียดนามเพื่อการตั้งโรงงานแห่งที่ 3 น่าจะเป็นเหตุผลในด้านมีแรงงานช่างฝีมือจำนวนมาก และมีต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าไทย เกือบ 3 เท่าตัว จึงเป็นผลให้ไทยต้องสูญเสียการจ้างงานคนไทยเกือบ 6,000 คนให้แก่เวียดนาม

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพียงแห่งเดียวของแพนดอราในปัจจุบัน มีกำลังการผลิตประมาณ 130 ล้านชิ้นต่อปี แพนดอรามีแผนที่จะเพิ่มกำลังการผลิตร้อยละ 60 หรือจำนวน 80 ล้านชิ้น โดยจำนวน 60 ล้านชิ้นจะไปผลิตที่โรงงานใหม่ที่เวียดนาม และอีก 20 ล้านชิ้นจะเพิ่มการผลิตที่โรงงานที่จังหวัดลำพูน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แพนดอรายังผลิตเครื่องประดับส่วนใหญ่ในไทยและผลิตเพิ่มขึ้น และมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับจะเพิ่มขึ้นแต่อาจจะอยู่ในระดับต่ำ หรือขยายตัวในอัตรากดถอยเพราะเวียดนามได้เข้ามาแย่งสัดส่วนตลาดไป

อย่างไรก็ตาม ในระยะสั้น 2 ปี ยังจะไม่ส่งผลกระทบต่อไทยมูลค่าส่งออกเครื่องประดับ แต่เมื่อโรงงานในเวียดนามเริ่มการผลิตแล้ว อาจส่งผลกระทบต่อไทยในแง่ไม่มีการขยายกำลังการผลิตหรือลดกำลังการผลิตในไทย หากความต้องการตลาดเปลี่ยนแปลง หรือหากต้องการเพิ่มกำลังการผลิตมากขึ้นไปจะพิจารณาเวียดนามแทนไทย นั้นหมายถึงการเติบโตของแพนดอร่าในอนาคตจะไปเพิ่มที่เวียดนาม

### ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

1. ปัจจุบัน แพนดอร่าเป็นผู้ผลิต/ส่งออกเครื่องประดับรายหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อวงการค้าเครื่องประดับโลก ซึ่งอุตสาหกรรมเครื่องประดับของไทยควรต้องติดตามและปรับตัวและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในเรื่อง การให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน รวมไปถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคสหรัฐฯ ให้ความสนใจ ซึ่งในประเด็นดังกล่าวนี้ ผู้ผลิต/ส่งออกไทยควรพิจารณาถึงปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมาประกอบในการวางแผนธุรกิจสำหรับตลาดสหรัฐฯ

2. โควิด-19 เป็นอุปสรรคต่อการค้าเครื่องประดับ แต่ตลาดสหรัฐฯ ปัจจุบัน เป็นยุค Post COVID การดำเนินธุรกิจในสหรัฐฯ เข้าสู่ภาวะปกติ น่าจะเป็นโอกาสที่เหมาะสมสำหรับผู้ผลิต/ส่งออกเครื่องประดับไทยในการปรับกลยุทธ์ออกไปพบลูกค้าในต่างประเทศเพิ่มเติมมากขึ้นจากการขายอยู่ในประเทศ ขณะนี้สำนักงาน Italian Trade Agency จัดงาน The Italian Jewelry Manifesto เพื่อส่งเสริมแบรนด์เครื่องประดับ ระหว่างวันที่ 18-20 พฤษภาคม 2565 ณ Piazza Italia exhibition ที่นครนิวยอร์ก โดยมีคณะผู้ประกอบการเครื่องประดับจากอิตาลีเดินทางมาร่วมกว่า 50 ราย ซึ่งภาคอุตสาหกรรมเครื่องประดับไทยควรพิจารณาในกิจกรรมลักษณะนี้

3. ปัจจุบัน ร้านค้าปลีกเครื่องประดับต่างประเทศ เช่น ฮองกง อินเดีย ออสเตรเลีย แคนาดา และ เนเธอร์แลนด์ ขยายธุรกิจไปตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นช่องทางเพิ่มค่าการส่งออกเครื่องประดับของประเทศเหล่านั้น ด้วยวิธีการเข้าซื้อกิจการหรือขยายสาขา ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพควรพิจารณาบุกตลาดค้าปลีกในสหรัฐฯ จะเป็นด้วยวิธีเปิดร้านสาขา หรือ เข้าซื้อกิจการร้านค้าในสหรัฐฯ อย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสร้างฐานที่มั่นคงในตลาดสหรัฐฯ ในอนาคต

