



แฟชั่นมือสอง...เชื่อมต่อระหว่าง สไตล์กับความยั่งยืน

30 พฤศจิกายน 2023

แฟชั่นมือสอง...เชื่อมต่อระหว่างสไตล์กับความยั่งยืน

KEY SUMMARY

มูลค่าแฟชั่นมือสองเติบโตมากกว่า 3 เท่าของมูลค่าตลาดเสื้อผ้าในปี 2027

ธุรกิจแฟชั่นมือสองมีบทบาทมากขึ้นในวงการแฟชั่น โดยคาดว่ามูลค่าเสื้อผ้ามือสองจะเติบโตเร็วกว่าตลาดเสื้อผ้าทั่วไปถึง 3 เท่าในปี 2027 ธุรกิจแฟชั่นมือสองหรือ 'Resale fashion' ได้เข้ามามีบทบาทที่น่าสนใจและได้รับการตอบรับอย่างกว้างขวาง ไม่เพียงแต่การซื้อขายเสื้อผ้ามือสองจะช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ยังช่วยให้เกิดการลดการใช้ทรัพยากรและปริมาณขยะ เว็บไซต์ Marketplace ของสินค้าแฟชั่นมือสองสัญชาติอเมริกันอย่าง ThredUp ได้ประมาณการการเติบโตของมูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของโลกไว้ที่ราว 3.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคาดว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 12% ในช่วงปี 2024-2027 โดยมีภูมิภาคเอเชียเป็นตลาดใหญ่สำหรับสินค้าแฟชั่นมือสอง

แฟชั่นมือสองเปิดโอกาสให้ทั้งผู้ค้าปลีก ผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมแฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเข้ามามีบทบาทสำคัญของตลาดการขายสินค้าแฟชั่นมือสอง ซึ่งเป็นโอกาสที่สำคัญให้กับผู้ค้าปลีกสร้างรายได้และเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่พร้อมทั้งเพิ่ม Brand loyalty และข้อมูลตลาดเพื่อพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น อีกทั้ง การซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองเพิ่มความคุ้มค่าให้ผู้บริโภคด้วยการเข้าถึงแบรนด์ดังในราคาที่เอื้อมถึง พร้อมส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืนและเปิดโอกาสในการค้นหาสินค้าที่มีเอกลักษณ์และหายาก นอกจากนี้ สินค้าแฟชั่นมือสองเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ผู้บริโภคสามารถรักษาสิ่งแวดล้อมและลดการใช้ทรัพยากร การสนับสนุนสินค้าแฟชั่นมือสองจะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ประหยัดทรัพยากร น้ำ และพลังงาน ลดจำนวนเสื้อผ้าเก่าที่ไปจบลงที่หลุมฝังกลบหรือเตาเผา

แบรนด์สินค้าแฟชั่นเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น

ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมีศักยภาพที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้แบรนด์สินค้าแฟชั่นต่าง ๆ เริ่มเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น โดยทั่วไปสามารถพบการ Resale ของแบรนด์สินค้าอยู่ 2 รูปแบบที่เป็นที่นิยมคือ 1) แบรนด์หรือผู้ค้าปลีกเก็บรวบรวมสินค้าแฟชั่นมือสองของแบรนด์ตัวเองจากลูกค้าและเสนอตัวเลือกการขายสินค้ามือสองโดยตรงภายในร้านค้าหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ของร้านค้า และ 2) แบรนด์หรือผู้ค้าปลีกร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีศักยภาพสูงเพื่อขายสินค้าแฟชั่นมือสองที่ได้รับการรับรองจากทางแบรนด์

ตลาดแฟชั่นมือสองในไทยมีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่เติบโตสูง

ไม่เพียงแต่ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองในตลาดโลกเติบโตได้ดี ตลาดแฟชั่นมือสองในประเทศไทยเองก็น่าจับตามอง โดย SCB EIC คาดการณ์ว่า ในปี 2023 มูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของไทยจะเติบโตต่อราว 20% โดยมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ประมาณ 1,800 ล้านบาท และในระยะข้างหน้า คาดว่าจะยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่องที่ราว 15% ในปี 2024-2027 เนื่องจากการซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองได้รับการยอมรับมากขึ้นจากผู้บริโภคไทย อีกทั้ง การตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการตระหนักถึงผลกระทบต่อกระบวนการผลิตสินค้าแฟชั่นต่อสิ่งแวดล้อมที่มากขึ้น

ผู้ประกอบการค้าปลีกสินค้าแฟชั่นสามารถต่อยอดพัฒนารูปแบบการขายสินค้าแฟชั่นมือสองเพื่อเพิ่มรายได้

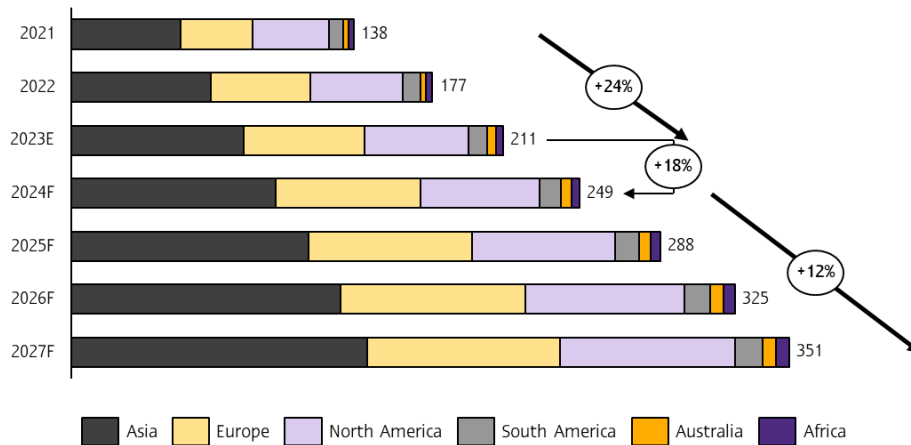
รูปแบบการขายสินค้าแฟชั่นมือสองสามารถพัฒนาได้ 2 รูปแบบ คือ 1) ผู้ประกอบการค้าปลีก/เจ้าของแบรนด์พัฒนาช่องทางการขายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ของตน โดยขายเฉพาะสินค้าจากร้านของตน และ 2) ผู้ประกอบการค้าปลีกเข้ามาพัฒนาแพลตฟอร์มการขายสินค้าแฟชั่นมือสองสำหรับสินค้าหลากหลายแบรนด์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าสู่ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ รวมถึงต้นทุนในการพัฒนาระบบรับซื้อและจำหน่ายสินค้า ความเสี่ยงที่สินค้ามือสองอาจแบ่งยอดขายของสินค้าใหม่และความซับซ้อนในการจัดการสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ ยังต้องมีความชำนาญในการตรวจสอบสินค้าและสร้างความน่าเชื่อถือในการขาย ผู้ประกอบการจะต้องรับความเสี่ยงหากไม่สามารถขายสินค้าออกไปได้สำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองอยู่แล้ว อาจเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการใหม่และแบรนด์ที่หันมาสนใจตลาดนี้มากขึ้น

ตลาดแฟชั่นมือสองของโลกมีการเติบโตอย่างไร?

ธุรกิจแฟชั่นมือสองมีบทบาทมากขึ้นในวงการแฟชั่น แบรนด์แฟชั่นต่าง ๆ ให้ความสนใจและเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขายสินค้ามือสองในอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยคาดว่าในช่วงปี 2027 มูลค่าตลาดเสื้อผ้ามือสองของโลกจะเติบโตเร็วกว่าตลาดเสื้อผ้าทั่วไปถึง 3 เท่า ในยุคที่โลกกำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความตระหนักรู้ในผู้บริโภคที่ยั่งยืนกลายเป็นเรื่อง πουผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้น ภายใต้ความท้าทายเหล่านี้ ธุรกิจแฟชั่นมือสองหรือ 'Resale fashion' ได้เข้ามามีบทบาทที่น่าสนใจและได้รับการตอบรับอย่างกว้างขวาง ไม่เพียงแต่การซื้อขายเสื้อผ้ามือสองจะช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ยังช่วยให้เกิดการลดการใช้ทรัพยากรและปริมาณขยะ เว็บไซต์ Marketplace ของสินค้าแฟชั่นมือสองสัญชาติอเมริกันอย่าง ThredUp ได้ประมาณการเติบโตของมูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของโลกในปี 2024-2027 เติบโตเฉลี่ยปีละ 12% ส่งผลให้ในปี 2027 มูลค่าตลาดสินค้าแฟชั่นมือสอง จะมีมูลค่าราว 3.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีภูมิภาคเอเชียเป็นตลาดใหญ่สำหรับสินค้าแฟชั่นมือสอง ที่มีส่วนแบ่งการตลาดถึง 41% (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 : มูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของโลกมีแนวโน้มเติบโต ท่ามกลางแรงหนุนจากกลุ่มเอเชีย ที่เพิ่มบทบาทมากขึ้น

หน่วย : พันล้านดอลลาร์สหรัฐ



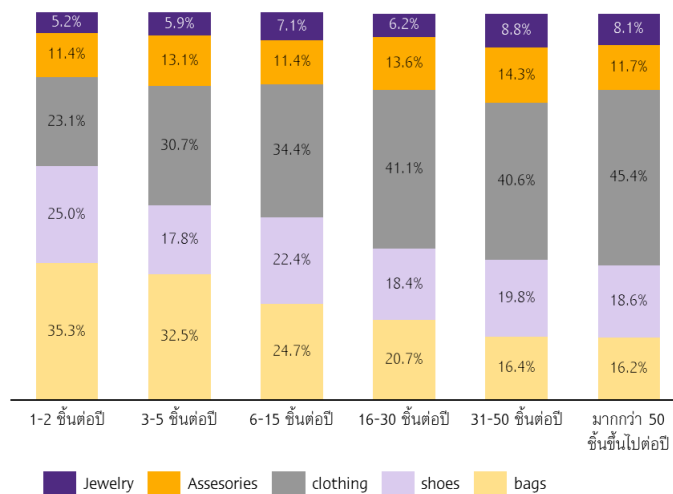
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ ThredUp

Boston Consulting Group (BCG) ชี้ว่าในปี 2022 ยอดขายของสินค้าแฟชั่นมือสองในโลกมีสัดส่วนราว 3-5% ของมูลค่าตลาดแฟชั่น และคาดว่าจะตลาดนี้มีศักยภาพเติบโตได้อีกมาก โดยคาดว่าจะมีสัดส่วนสูงถึง 40% ของมูลค่าตลาดแฟชั่นทั้งหมดในอนาคต ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองมีการตัดสินใจซื้อจากหลายปัจจัย โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ความคุ้มค่าและการเข้าถึง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามสูงถึงกว่า 50% ตามมาด้วยความหลากหลายและเอกลักษณ์ของสินค้า ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามประมาณ 40% ส่วนปัจจัยด้านความยั่งยืนก็ได้รับความสนใจไม่น้อย โดยราว 40% ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านนี้ และสุดท้ายคือ ความตื่นตัวในการค้นหาและการต่อรองราคา โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามประมาณ 35% ที่เห็นด้วยกับปัจจัยนี้

ผลสำรวจจาก BCG เกี่ยวกับประเภทสินค้าแฟชั่นมือสอง พบว่าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ามือสองในจำนวนน้อยขึ้นต่อปี มักจะเลือกซื้อสินค้าในกลุ่มกระเป๋าและรองเท้าเป็นหลัก โดยคาดว่าสินค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่น่าจะเป็นสินค้า Luxury ที่มีคุณภาพดีและมีราคาที่สูงกว่าสินค้าประเภทอื่น ในทางกลับกัน กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองในจำนวนมากขึ้น มักจะมุ่งเน้นที่การซื้อเสื้อผ้าที่มีราคาที่ไม่สูงนัก ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าประเภทนี้ได้บ่อยครั้งกว่า (รูปที่ 2)

รูปที่ 2 : สัดส่วนประเภทสินค้าแฟชั่นมือสองที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ

หน่วย : % ของจำนวนสินค้าแฟชั่นมือสองที่ซื้อทั้งหมดต่อปี



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Vestiaire Collective survey results and proprietary data และ BCG

แฟชั่นมือสองเปิดโอกาสให้ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองเป็นโอกาสสำคัญให้กับผู้ค้าปลีกในการเพิ่มรายได้และเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ ขณะที่ผู้บริโภคจะสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้นและตอบโจทย์การบริโภคอย่างยั่งยืน ทั้งนี้อุตสาหกรรมแฟชั่นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปทั่วโลก อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมประเภทนี้ก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกระแสแฟชั่นที่มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมทางแฟชั่น สังคม นวัตกรรมใหม่ๆ ที่เข้ามา ทั้งในด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย และที่กำลังเห็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนั้น การเข้ามาจับตลาดสำคัญของการขายสินค้าแฟชั่นมือสอง จึงเป็นโอกาสที่สำคัญให้กับทั้งผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค

โอกาสสำหรับผู้ค้าปลีก

- **การเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้** : การเพิ่มตัวเลือกสินค้าแฟชั่นมือสองเข้าไปในช่องทางการขายของร้านค้าปลีกจะช่วยเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้มากขึ้น
- **การสร้าง Brand loyalty และ Engagement** : หากร้านค้าปลีกแฟชั่นมือสองมีการเพิ่มบริการเสริมให้ลูกค้าสามารถซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าแฟชั่นมือสองได้ จะเพิ่มความไว้วางใจต่อแบรนด์ และเพิ่มการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าแฟชั่นมือสอง
- **การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น** : สินค้าแฟชั่นบางอย่างมีราคาที่สูง ทำให้ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อจำกัดไม่สามารถเข้าถึงได้ หากร้านค้าเพิ่มสินค้ามือสองเป็นทางเลือกให้ลูกค้า ก็จะสามารถเข้าถึงลูกค้าที่มีกำลังซื้อจำกัดกลุ่มนี้ได้
- **เพิ่มข้อมูล Market insights** : ร้านค้าที่นำเสนอสินค้าแฟชั่นมือสองมีโอกาสที่จะเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคและสินค้า เกี่ยวกับอายุการใช้งานของสินค้า ความชอบและกระแสนิยมในกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการออกแบบและพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้นต่อไป

โอกาสสำหรับผู้บริโภค

- **ความคุ้มค่าที่เพิ่มขึ้น** : สินค้าแฟชั่นมือสอง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าแบรนด์ดังที่มีคุณภาพสูง ในราคาที่ถูกลงและตอบโจทย์ในสถานการณ์กำลังซื้อที่ยังมีความเปราะบาง
- **การบริโภคที่ยั่งยืน** : สินค้าแฟชั่นใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิตอย่างฟุ่มเฟือยและปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เข้าสู่ชั้นบรรยากาศจำนวนมาก การลดการซื้อสินค้าแฟชั่นใหม่ ๆ จะช่วยลดกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- **สินค้าที่มีเอกลักษณ์** : ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าที่มีเอกลักษณ์และสินค้าที่หายาก เช่น สินค้าวินเทจ ซึ่งผู้บริโภคสามารถออกแบบแฟชั่นของตัวเองได้อย่างแตกต่าง

นอกจากนี้ สินค้าแฟชั่นมือสองยังเป็นหนึ่งในทางเลือกสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับประเด็น

ด้านสิ่งแวดล้อมและลดการใช้ทรัพยากร การสนับสนุนสินค้าแฟชั่นมือสองจะช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ประหยัดทรัพยากร น้ำ และพลังงาน นอกจากนี้ ยังเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดจำนวนเสื้อผ้าเก่าที่ไปจบลงที่หลุมฝังกลบหรือเตาเผา และยังสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงอีกด้วย ทั้งนี้อุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่กำลังประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ท่ามกลางกระแสที่ทั้งผู้บริโภค ภาคธุรกิจ และภาครัฐให้ความสนใจด้านความยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้องค์กรที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนอย่าง Earth.org กล่าวว่า อุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นผลิตขยะล้นทิ้งให้กับโลกมากถึง 92 ล้านตันต่อปี และมีโอกาสที่ขยะล้นทิ้งจะเพิ่มขึ้นเป็น 134 ล้านตันภายในปี 2030 นอกจากนี้ ไม่เพียงแต่ปริมาณขยะที่เพิ่มมากขึ้น ขยะเหล่านี้ยังส่งผลให้เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้น และหากอุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นยังไม่มีการปรับตัว จะเพิ่มขึ้นถึง 50% ภายในปี 2030

ทั้งนี้จากกรณีศึกษาในสหรัฐอเมริกา ผู้บริโภค 1 คน ทิ้งเสื้อผ้าเฉลี่ยประมาณ 37 กิโลกรัมต่อปี รวมเป็นขยะล้นทิ้งถึง 11.3 ล้านตัน สถานการณ์นี้จะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากเสื้อผ้าถูกใส่จำนวนครั้งน้อยลงและถูกทิ้งเร็วขึ้นกว่าเดิม โดยเสื้อผ้าหนึ่งชิ้นมีการใช้งานลดลง 36% เมื่อเทียบกับ 15 ปีที่ผ่านมา อีกทั้ง ปัญหาขยะจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อมีการทิ้งเสื้อผ้าที่ถูกส่งคืนถึง 2.6 ล้านตันในปี 2020 เพียงปีเดียว เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตเห็นว่าการกำจัดเสื้อผ้ามีต้นทุนที่ต่ำกว่าการนำมาใช้ใหม่ นอกจากนี้ อัตราการผลิตสินค้า Fast fashion เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าตั้งแต่ปี 2000 วัสดุจำนวนมากถูกทิ้งเพราะไม่สามารถใช้งานต่อไปได้ นอกจากนี้ การศึกษาในปี 2012 พบว่าราว 60% ของเสื้อผ้าประมาณ 150 ล้านชิ้นที่ผลิตทั่วโลกถูกทิ้งเพียงไม่กี่ปีหลังจากการผลิตโดยแบรนด์สินค้า Fast fashion นำไปสู่ขยะและการทำลายสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากอุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นไม่ได้มีเพียงแค่การสร้างขยะเท่านั้น อุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่นยังเป็นต้นเหตุของน้ำเสียทั่วโลกถึง 20% โดยการผลิตฝ้ายหนึ่งกิโลกรัมต้องการน้ำมากถึง 20,000 ลิตร อีกทั้ง การรีไซเคิลที่ไม่เพียงพอและการใช้เสื้อผ้าไม่เต็มที่ อาจทำให้สูญเสียมูลค่าทางเศรษฐกิจของโลกถึง 5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี นอกจากนี้ อุตสาหกรรมนี้ยังมีส่วนทำให้เกิดมลพิษจากไมโครพลาสติกในมหาสมุทร โดยราว 10% ของไมโครพลาสติกที่พบในมหาสมุทรทุกปีมาจากอุตสาหกรรมสินค้าแฟชั่น

ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ภาวะโลกร้อน อุณหภูมิโลกสูงขึ้นเริ่มชัดเจนขึ้น ผู้คนต่างตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่ามากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นเริ่มหันมาสนับสนุนสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น โดยการใช้สินค้าแฟชั่นมือสองมีประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมหลายประการและเป็นวิธีช่วยสร้างพฤติกรรมที่ยั่งยืน เนื่องจากเป็นการสนับสนุนการใช้เสื้อผ้าซ้ำเพื่อลดขยะและมลพิษ ดังนี้

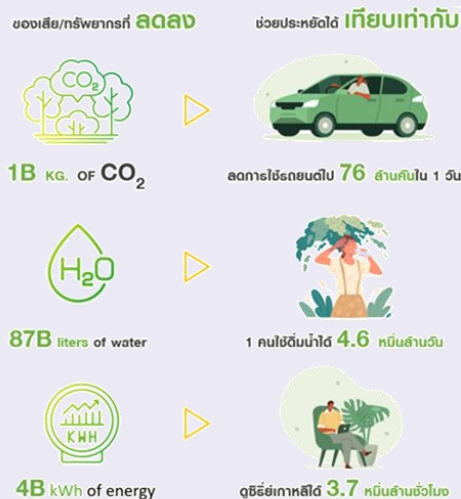
1. ลดขยะจากสิ่งทอ : การซื้อเสื้อผ้ามือสองช่วยลดปริมาณเสื้อผ้าที่จะกลายเป็นขยะฝังกลบ ทั้งนี้ผ้าหลายชนิดไม่สามารถย่อยสลายได้อย่างรวดเร็วและอาจปล่อยสารเคมีที่เป็นพิษสู่สิ่งแวดล้อม
2. ลดมลพิษที่ปนเปื้อนกับน้ำ : การผลิตเสื้อผ้าใหม่มักปล่อยสารเคมีที่เป็นพิษซึ่งปนเปื้อนไปกับน้ำเข้าสู่สิ่งแวดล้อม การใช้เสื้อผ้ามือสองช่วยลดการก่อกมลพิษเพิ่มเติม
3. ประหยัดน้ำ : การผลิตเสื้อผ้าใหม่ โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้ผ้าฝ้ายผ้าฝ้าย ต้องการน้ำจำนวนมาก ในกระบวนการผลิต หากผู้บริโภคลดการซื้อเสื้อผ้าใหม่ 1 ตัว แล้วหันมาซื้อเสื้อผ้ามือสอง จะช่วยประหยัดทรัพยากรน้ำได้ราว 336 ลิตรต่อตัว
4. ลดมลพิษทางอากาศ : อุตสาหกรรมแฟชั่นมีส่วนทำให้เกิดมลพิษทางอากาศผ่านการผลิตและการกระจายสินค้า การไม่ซื้อเสื้อผ้าใหม่ช่วยลดความต้องการการผลิต ซึ่งจะช่วยลดมลพิษทางอากาศ หากผู้บริโภคลดการซื้อเสื้อผ้าใหม่ 1 ตัว และหันมาซื้อเสื้อผ้ามือสองแทนจะสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ไปได้เกือบ 4 กิโลกรัมต่อตัว
5. ประหยัดพลังงาน : การซื้อปิ้งเสื้อผ้ามือสองช่วยลดต้นทุนพลังงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเสื้อผ้าใหม่ ถ้าหากผู้บริโภคลดการซื้อเสื้อผ้าใหม่และหันมาซื้อเสื้อผ้ามือสอง จะสามารถช่วยประหยัดพลังงานไปได้ประมาณ 16 กิโลวัตต์ต่อตัว ซึ่งสามารถช่วยลดมลพิษและอนุรักษ์ทรัพยากรของโลกได้อย่างมาก

รูปที่ 3 : หากลดการซื้อเสื้อผ้าใหม่ 1 ตัว แล้วหันมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมือสองแทน จะช่วยลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการปล่อย CO₂ ลงได้

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้าน...	เสื้อผ้าใหม่	เสื้อผ้ามือสอง	CO ₂ ที่ลดลง/ทรัพยากรที่ประหยัดได้จากเสื้อผ้ามือสอง
CO ₂ Emission (kg.)	16.31	12.49	3.82
Energy (kWh)	76.59	60.11	16.48
Litres of Water	1070.13	733.65	336.48

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ ThredUp

รู้หรือไม่ : หากทุกคนบนโลกลดการซื้อเสื้อผ้าใหม่ 1 ชิ้น แล้วหันมาซื้อเสื้อผ้ามือสองแทน จะสามารถประหยัดทรัพยากรไปได้เท่าใด



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ ThredUp

แบรนด์สินค้าแฟชั่นเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น

ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมีศักยภาพที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้แบรนด์สินค้าแฟชั่นต่าง ๆ เริ่มเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น โดยทั่วไปสามารถพบการ Resale ของแบรนด์สินค้าอยู่ 2 รูปแบบที่เป็นที่นิยม คือ 1. แบรนด์/ผู้ค้าปลีกเป็นผู้รับซื้อและขายสินค้ามือสองของตัวเองโดยตรง และ 2. แบรนด์ร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อขายสินค้ามือสองที่ได้รับการรับรองจากแบรนด์

รูปแบบที่ 1 : แแบรนด์หรือผู้ค้าปลีกเก็บรวบรวมสินค้าแฟชั่นมือสองของแบรนด์ตัวเองจากลูกค้าและเสนอตัวเลือกการขายสินค้ามือสองโดยตรงภายในร้านค้าหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ของร้านค้า

วิธีนี้ทางร้านค้าหรือเจ้าของแบรนด์สินค้าสามารถยื่นข้อเสนอโดยให้ลูกค้านำสินค้าแฟชั่นที่ซื้อจากร้านค้าของตนมาแลกเปลี่ยน โดยอาจจะให้เป็นเงินสด ส่วนลดในการซื้อสินค้ามือหนึ่งภายในร้าน หรือเวลาเซอร์ในการซื้อสินค้าครั้งถัดไปกับทางร้าน ซึ่งวิธีการนี้ทางร้านอาจจะสามารถรับคืนสินค้าโดยตรงในร้านหรือจัดการเรื่องการขนส่งในกรณีทำผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับรูปแบบนี้คือผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นของแท้และมี Loyalty ต่อแบรนด์สินค้า รวมไปถึงผู้บริโภคที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแฟชั่น โดยนำสินค้าแฟชั่นที่ตนมีอยู่มาเป็นส่วนลด

ตัวอย่างเช่น : Patagonia's Worn Wear ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ก่อตั้งโดย Patagonia แแบรนด์เสื้อผ้า Outdoor และอุปกรณ์ปีนเขาจากสหรัฐอเมริกา โดยทางร้านค้าจะขายสินค้ามือสองของแบรนด์ตนเอง นอกจากนี้ ยังมีบริการ Trade-in โดยให้ลูกค้านำสินค้าภายใต้แบรนด์ Patagonia มาแลกเปลี่ยนเป็นเครดิตเพื่อซื้อสินค้าภายในร้านทั้งสินค้าใหม่หรือสินค้ามือสองได้

รูปแบบที่ 2 : แแบรนด์หรือผู้ค้าปลีกร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีศักยภาพสูงเพื่อขายสินค้าแฟชั่นมือสองที่ได้รับการรับรองจากทางแบรนด์

รูปแบบนี้เป็นการเข้าถึงฐานลูกค้าที่มีสินค้าแฟชั่นอยู่กับตัว โดยอาจจะเสนอคูปองหรือส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าใหม่ ส่วนสินค้าแฟชั่นมือสองจะถูกจัดแสดงในแพลตฟอร์มการขายสินค้าแฟชั่นที่มีชื่อเสียง (Third party) รูปแบบนี้ยังรวมถึงทางเลือกสำหรับการซื้อกลับหรือการขายฝากอีกด้วย กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสำหรับรูปแบบนี้คือผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นของแท้และสนใจในสินค้าและแบรนด์ที่หลากหลาย ดึงดูดผู้บริโภควัยรุ่นที่ติดตามแฟชั่นล่าสุดและคอลเล็กชันใหม่ ๆ รวมถึงผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองและกำลังลองใช้เป็นครั้งแรก ตัวอย่างเช่น : Burberry X Vestiaire Collective เป็นโครงการที่แบรนด์แฟชั่น Luxury อย่าง Burberry จับมือกับแพลตฟอร์มขายสินค้าแฟชั่นมือสองอย่างเว็บไซต์ Vestiaire collective โดยให้ลูกค้าที่มีสินค้าของแบรนด์ Burberry มาขายให้กับทาง Vestiaire Collective เพื่อแลกกับ Burberry gift card เพื่อนำไปใช้ในร้านหรือเว็บไซต์ของ Burberry สินค้าที่นำมาขายให้กับทาง Vestiaire Collective จะถูกนำไปขายเป็นสินค้าแฟชั่นมือสองต่อไป

ตลาดแฟชั่นมือสองในไทยมีศักยภาพในการเติบโตอย่างไร?

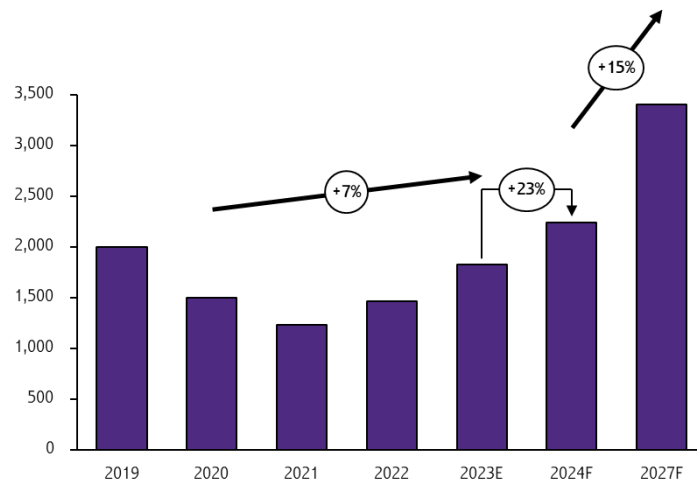
ไม่เพียงแต่ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองในตลาดโลกเติบโตได้ดี ตลาดแฟชั่นมือสองในไทยก็มีแนวโน้ม

เติบโตดีต่อเนื่อง

ปฏิเสธไม่ได้ว่าในปัจจุบันการซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองอย่าง เสื้อผ้า เครื่องประดับ เป็นที่พูดถึงและนิยมมากขึ้นในไทย สะท้อนได้จากการวางจำหน่ายสินค้าแฟชั่นมือสองเพิ่มมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งสาเหตุสำคัญอาจมาจากการที่ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองได้รับการยอมรับมากขึ้นจากผู้บริโภคไทย นอกจากนี้ ผู้บริโภคบางส่วนอาจมีความตื่นรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยตระหนักถึงกระบวนการผลิตสินค้าแฟชั่นที่ใช้ทรัพยากรจำนวนมากและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสินค้า Fast fashion ที่มีการปรับเปลี่ยนคอลเล็กชันอย่างรวดเร็วเพื่อให้เข้ากับสัมนิยม ส่งผลให้การผลิตสินค้าประเภทนี้เหมาะกับการใช้ในระยะเวลาสั้น ๆ และกลายเป็นขยะหลังจากการใช้เพียงไม่กี่ครั้ง สินค้าแฟชั่นมือสองจึงมีศักยภาพในการเติบโตมากขึ้นในประเทศไทย โดย SCB EIC คาดว่า ในปี 2023 มูลค่าตลาดแฟชั่นมือสองของไทยจะเติบโตราว 20% ที่มูลค่าประมาณ 1,800 ล้านบาท และคาดว่าจะมีอัตราเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ราว 15% ในช่วงปี 2024-2027 (รูปที่ 4)

รูปที่ 4 : มูลค่าตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองในไทยเติบโตต่อเนื่อง

หน่วย : ล้านบาท



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor และ Statista

การขายสินค้าแฟชั่นมือสองผ่านช่องทางออนไลน์ (Fashion recommerce¹) เป็นอีกหนึ่งช่องทาง

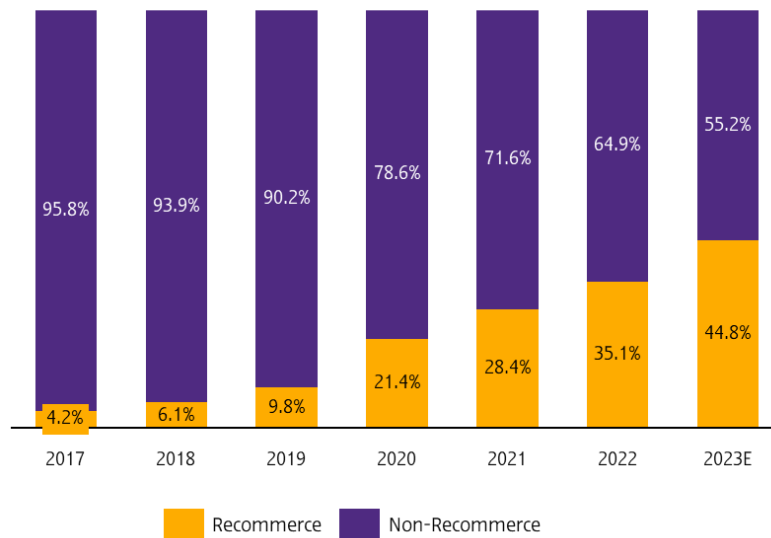
ที่น่าจับตามองจากแนวโน้มตลาดที่เติบโตสูง

จากข้อมูลของ Statista แสดงให้เห็นว่า มูลค่าตลาดของสินค้าแฟชั่นมือสองของไทยผ่านการขายช่องทางออนไลน์มีมูลค่ามากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 และมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นในระยะกลาง และสัดส่วนของ Recommerce มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่องทางออฟไลน์ และคาดว่าจะมีสัดส่วนมากกว่าการซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองที่หน้าร้านในระยะข้างหน้า (รูปที่ 5)

¹ Recommerce คือ การซื้อขายสินค้ามือสองผ่านช่องทางออนไลน์

รูปที่ 5 : มูลค่าตลาดสินค้าแฟชั่นมือสอง Recommerce vs Non-recommerce

หน่วย : %



ที่มา : ข้อมูลของ Statista

ในช่วงที่ผ่านมา จะเริ่มเห็นผู้ประกอบการที่หันมาจับตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ตัวอย่างร้านค้าในไทยที่นำสินค้าแฟชั่นมือสองมาขายอย่างเป็นทางการ เช่น Cycle by SOS เดิมทีร้าน SOS เป็นร้านค้าปลีกสินค้าแฟชั่นที่มีจุดขายคือการนำสินค้าแฟชั่นแบรนด์ต่าง ๆ ที่ขายอยู่ทางแพลตฟอร์มออนไลน์มาขายในหน้าร้านของ SOS และเมื่อกลางปี 2022 ร้าน SOS ได้เปิดตัว Cycle by SOS โดยรวมเอาสินค้าแฟชั่นมือสอง เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับต่าง ๆ มาไว้ในที่เดียว ซึ่งจะเป็นพื้นที่ให้ผู้ขายสามารถเปลี่ยนสินค้าแฟชั่นของตนที่ไม่ได้ใช้งานแล้วให้กลายเป็นรายได้ และช่วยผู้ซื้อที่กำลังมองหาสินค้าที่มีคุณภาพสูงให้สามารถเลือกซื้อในราคาที่เอื้อมถึงได้ สินค้าทุกชิ้นที่นำมาจำหน่ายจะผ่านการคัดเลือกโดยต้องเป็นสินค้ามีสภาพที่ดีเยี่ยม ไม่ต่ำกว่า 80% จึงจะได้รับการอนุมัติให้วางขายในร้านค้าได้ ทั้งนี้ช่องทางการซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองสามารถซื้อผ่านทางหน้าร้านและทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Line official และ Marketplace อย่าง Shopee ซึ่งนอกจากผู้ซื้อจะได้สินค้าราคาสบายกระเป๋าแล้ว ยังได้ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

โอกาสของผู้ประกอบการค้าปลีกไทยในยุคที่ตลาดแฟชั่นมือสองกำลังเติบโต

จากโอกาสและศักยภาพของร้านค้าปลีกในตลาดโลกที่เริ่มมาเป็นผู้เล่นในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น ผู้ค้าปลีกในไทยสามารถปรับกลยุทธ์การขายสินค้าแฟชั่นมือสองได้ใน 2 รูปแบบ คือ 1) ผู้ประกอบการค้าปลีก/เจ้าของแบรนด์พัฒนาช่องทางการขายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ของตน โดยขยายเฉพาะสินค้าจากร้านของตน และ 2) ผู้ประกอบการค้าปลีกเข้ามาพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อขายสินค้าแฟชั่นมือสองหลากหลายแบรนด์ (รูปที่ 6)

1. ผู้ประกอบการค้าปลีก/เจ้าของแบรนด์พัฒนาช่องทางการขายสินค้าแฟชั่นมือสองในร้านของตน วิธีการนี้ผู้ค้าปลีกจะต้องพัฒนาระบบ/เพิ่มช่องทางการขายสินค้าแฟชั่นมือสองไปในหน้าร้านหรือทางเว็บไซต์ โดยอาจ

รับซื้อสินค้ามือสองมาจากลูกค้าของตน โดยให้เงินสด คุปอง หรือส่วนลดในการซื้อสินค้ามือหนึ่งในร้านของตนตอบแทน วิธีนี้เหมาะกับร้านค้าขนาดใหญ่ที่มีทุนและสภาพคล่องสูง พร้อมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ต้องมีสินค้าค้างสต็อกมากขึ้นจากการเพิ่มสินค้าแฟชั่นมือสองเข้ามาในร้านของตน กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายของรูปแบบนี้จะเป็นผู้ที่มี Loyalty ต่อแบรนด์ รวมถึงผู้ที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแฟชั่นร้านค้าเหล่านี้ไม่เพียงแต่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ เหล่านี้ แต่ยังสามารถควบคุมการเลือกสินค้าและกำหนดราคาได้เอง พร้อมทั้งเก็บข้อมูลผู้บริโภคเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และวางกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป อย่างไรก็ตามแม้ว่าการเพิ่มตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองขึ้นมาจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้ามือหนึ่งในร้านได้ง่ายขึ้น แต่อาจมีความเสี่ยงที่สินค้ามือสองจะมาแย่งยอดขายของสินค้าใหม่ หากผู้บริโภคมองว่าการซื้อสินค้ามือสองคุ้มค่ากว่า อีกทั้ง ร้านค้า/แบรนด์อาจต้องเผชิญกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาระบบในการรับซื้อและจำหน่ายสินค้า

- 2. ผู้ประกอบการค้าปลีกเข้ามาพัฒนาแพลตฟอร์มการขายสินค้าแฟชั่นมือสองโดยเฉพาะ โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้ผู้ต้องการขายและต้องการซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองหลากหลายแบรนด์** วิธีนี้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาแพลตฟอร์มขายสินค้าแฟชั่นมือสองโดยเฉพาะ โดยอาจเป็นช่องทางออนไลน์หรือหน้าร้านซึ่งสามารถ 1) ทำข้อตกลงกับเจ้าของแบรนด์สินค้าแฟชั่น เพื่อให้เจ้าของแบรนด์รับรองว่าเป็นสินค้าของแท้เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค 2) รับซื้อสินค้า/ฝากขายจากผู้บริโภครายย่อย โดยอาศัยความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือในการรับรองสินค้าว่าเป็นของแท้ วิธีการนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่เห็นศักยภาพของการเติบโตของตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองเข้ามาลงทุนพัฒนาร้านค้า/ช่องทางการขายสินค้าแฟชั่นมือสอง รูปแบบนี้จะเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปที่ผู้ที่สนใจในสินค้าและแบรนด์ที่หลากหลายและยังช่วยให้ร้านค้าศึกษาตลาดจากข้อมูลของลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อนำมาวางแผนการขาย อย่างไรก็ตามการขายสินค้าแฟชั่นมือสองรูปแบบนี้ อาจเผชิญกับข้อจำกัด เช่น การเป็นพาร์ทเนอร์กับแบรนด์ต่าง ๆ นั้นมีความซับซ้อน การตรวจสอบสินค้าที่ต้องอาศัยความชำนาญ และยังมีความเสี่ยงหากไม่สามารถขายสินค้าได้

รูปที่ 6 : ตารางเปรียบเทียบวิธีการขายสินค้าแฟชั่นมือสองทั้งสองรูปแบบ

	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2
 <p>กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มลูกค้าที่มี Loyalty ต่อแบรนด์ • ผู้บริโภคที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแฟชั่น โดยสามารถทำเงินได้จากสินค้าแฟชั่นที่ตนมีอยู่ • ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นของแท้ • กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นที่ติดตามแฟชั่นล่าสุดและคอลเลกชันใหม่ ๆ • ผู้ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสอง 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้ที่สนใจในสินค้าและแบรนด์ที่หลากหลาย • ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นของแท้ • กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นที่ติดตามแฟชั่นล่าสุดและคอลเลกชันใหม่ ๆ • ผู้ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสอง
 <p>ข้อดี</p>	<ul style="list-style-type: none"> • เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าแฟชั่นมือสอง และผู้บริโภคที่ไม่สามารถซื้อสินค้าราคาเต็มจากร้านค้าได้ • ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นมือหนึ่งได้ง่ายขึ้นหากมีตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมารองรับ • ร้านค้าสามารถควบคุมการเลือกสินค้า และสามารถวางกลยุทธ์ในการกำหนดราคาเองได้ • สามารถเก็บข้อมูลของผู้บริโภค เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ พัฒนาการขาย และเพิ่ม Customer loyalty ให้แก่ร้านค้าได้ • สามารถควบคุมวงจรชีวิตของสินค้าได้ เช่น หากสินค้ายังขายไม่ได้ สามารถคิดนำไป Reuse หรือ Recycle ต่อไป เพื่อให้เกิด Circular economy และส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์/ร้านค้าปลีก 	<ul style="list-style-type: none"> • เหมาะสำหรับผู้ค้าปลีกรายย่อยที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เนื่องจากภายในร้านจะมีสินค้าจากหลากหลายแบรนด์ • ผู้ประกอบการสามารถศึกษาตลาดจากข้อมูลของลูกค้า และนำมาใช้ในการวางกลยุทธ์ในการนำสินค้าอื่น ๆ มาขายต่อไป
 <p>ข้อจำกัด</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น จากการพัฒนาระบบในการรับซื้อสินค้า และจำหน่ายสินค้า • สินค้ามือสองอาจมาแบ่งยอดขายของสินค้ามือหนึ่งภายในร้านของตน (หากผู้บริโภคมองว่าร้านซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองคุ้มกว่า) • ต้นทุนด้าน Logistic หากมีการรับสินค้าจากผู้บริโภคถึงที่ และความเสี่ยงด้านการจัดการสินค้าคงคลัง 	<ul style="list-style-type: none"> • หากเลือกเป็นพาร์ทเนอร์กับแบรนด์สินค้าโดยตรง จะต้องมีกระบวนการในการติดต่อประสานงาน และมีข้อตกลงที่อาจจะผูกมัดผู้ประกอบการค้าปลีกในภายหลัง • หากเลือกรับซื้อสินค้าแฟชั่นมือสองจากผู้บริโภค รายย่อย จะต้องอาศัยความชำนาญการในการตรวจสอบสินค้า และต้องอาศัยความน่าเชื่อถือในการขายสินค้า • ผู้ประกอบการจะต้องแบกรับความเสี่ยงของหากไม่สามารถขายสินค้าแฟชั่นมือสองออกไปได้

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC

เทรนด์ความนิยมของสินค้าแฟชั่นมือสองกำลังเติบโตต่อเนื่องในประเทศไทย เปิดโอกาสให้ทั้งเจ้าของแบรนด์และผู้ประกอบการค้าปลีกเข้าสู่ตลาด และผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ ได้เข้าถึงสินค้ามากขึ้น ผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองอยู่แล้ว อาจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการหน้าใหม่ หรือแบรนด์สินค้าที่อาจหันมาจับตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการเดิมอาจต้องพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อแข่งขันในตลาดต่อไป ทั้งนี้ตลาดสินค้าแฟชั่นทั้งมือหนึ่งและมือสองยังคงเผชิญกับความท้าทายจากสถานะเศรษฐกิจและราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ข้อดีของสินค้าแฟชั่นมือสองที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และยังลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ตลาดนี้น่าสนใจ ทั้งนี้การเข้าสู่ตลาดของเจ้าของแบรนด์สินค้าแฟชั่นหรือร้านค้าปลีกยังคงเป็นประเด็นความท้าทายที่ต้องจับตามองอย่างใกล้ชิดต่อไป

บทวิเคราะห์โดย... <https://www.scbeic.com/th/detail/product/resale-in-fashion-301123>

อ้างอิง

Statista. (ม.ป.ป.). Apparel - Thailand | Statista market forecast. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2023. จากเว็บไซต์ <https://www.statista.com/outlook/cmo/apparel/thailand#volume>

thredUP Resale Report 2023. (2023). สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2023. จากเว็บไซต์ https://cf-assets-tup.thredup.com/resale_report/2023/thredUP_2023_Resale_Report_FINAL.pdf

Money, S. (2023, January 27). Cycle by SOS ร้านรวมเสื้อผ้าแฟชั่นมือสองกับคอนเซ็ปต์ “เปลี่ยนตู้เสื้อผ้าเป็นเงิน” สร้างรายได้ให้ผู้ขาย. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2023. จากเว็บไซต์. <https://www.sanook.com/money/894695/>

BCG Powered by Vestiaire Collective. (ม.ป.ป.). What an Accelerating Secondhand Market Means for Fashion Brands and Retailers. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2023. จากเว็บไซต์ <https://web-assets.bcg.com/c4/7c/a90b27584eecabcf9672cee51d10/what-an-accelerating-secondhand-market-means-for-fashion-brands-and-retailers-oct-22.pdf>

Igini, M. (2023, August 21). 10 concerning fast fashion waste Statistics. Earth.Org. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2023. จากเว็บไซต์ <https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/#:~:text=92%20million%20tonnes%20of%20textiles,on%20landfill%20sites%20every%20second.>

Statista. (ม.ป.ป.). Fashion - Worldwide | Statista market forecast. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2023. จากเว็บไซต์ <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/fashion/thailand#recommerce>

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.

ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์

ชยานิต สมสุข (chayanit.somsuk@scb.co.th)

นักวิเคราะห์

INDUSTRY ANALYSIS

ดร. สมประวิณ มั่นประเสริฐ

รองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงาน Economic Intelligence Center (EIC)

และรองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงานกลยุทธ์องค์กร

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ปราณีดา ศยามานนท์

ผู้อำนวยการฝ่าย Industry Analysis

นพมาศ ฮวบเจริญ

นักวิเคราะห์อาวุโส

จิรวุฒิ อัมรัตน์

นักวิเคราะห์อาวุโส

ชยานิต สมสุข

นักวิเคราะห์



“Economic and business intelligence for effective decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก
สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด
การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผล
ต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต
ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com