

อัญมณีและเครื่องประดับ Gem and Jewelry



ผู้เขียนหลัก มธุรพจน์ ศรีโพหนอง , พิมพันธ์ ธิระธรรมสรณ์
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ความต้องการการลงทุนของอินเดียเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เป็น 48.9 พันในไตรมาสที่สามของปีงบประมาณ 2564 เนื่องจากผู้บริโภคต้องการซื้อทองคำและทองคำแท่ง เป็นปัจจัยที่สนับสนุนข้างต้นทั้งหมดเป็นโอกาส การเติบโตสดใสให้กับผู้เล่นในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียในช่วงห้าปีข้างหน้า และในปีต่อ ๆ ไป การเติบโตของภาคธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะมาจากการพัฒนาผู้ค้าปลีก/แบรนด์รายใหญ่ แบรนด์ที่จัดตั้งขึ้นเป็นตลาดที่กำลังเติบโต การเพิ่มการรุกรุกตลาดของผู้เล่นที่จัดระบบให้มีความหลากหลายในแง่ของผลิตภัณฑ์และการออกแบบ ในขณะที่ยอดขายออนไลน์คาดว่าจะมีสัดส่วนร้อยละ 1-2 ของหมวด เครื่องประดับพรีเมียม ภายในปี 2021-2022 นอกจากนี้ การผ่อนปรนข้อจำกัดในการนำเข้าทองคำมีแนวโน้มว่าจะเป็นการเติมเต็มให้กับอุตสาหกรรม ความต้องการเครื่องประดับคาดว่าจะได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญจากการพัฒนาในเชิงบวกล่าสุดในอุตสาหกรรม รัฐบาลอินเดียยังได้ดำเนินมาตรการเพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนี้

- รัฐบาลอนุญาต FDI ร้อยละ 100 ภายใต้เส้นทางอัตโนมัติ (ภายใต้เส้นทางอัตโนมัติ นักลงทุนต่างชาติหรือบริษัทอินเดียไม่ต้องรอกการอนุมัติล่วงหน้าจากธนาคารกลางหรือรัฐบาลอินเดีย) สามารถลงทุนในธุรกิจนี้ได้เลย
- ลดภาษีนำเข้าทองคำและเงิน (จากร้อยละ 12.5 เป็นร้อยละ 7.5) แพลตตินั่มและแพลลิดัม (จากร้อยละ 12.5 เป็นร้อยละ 10) เพื่อลดราคาโลหะมีค่าในตลาดท้องถิ่น
- อินเดียมี 10 เขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) สำหรับอัญมณีและเครื่องประดับ โซนเหล่านี้มีหน่วยการผลิตมากกว่า 500 แห่ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของการส่งออกทั้งหมดของประเทศ

จุดแข็งและโอกาสของผู้ประกอบการไทยในตลาดอินเดีย

- ไทยเป็นแหล่งเจียรไนและปรับปรุงอัญมณีที่สำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานโลก
- อัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีคุณภาพเป็นที่เชื่อมั่นและยอมรับในตลาดโลก
- ไทยมีแหล่งค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของต่างชาติหลายแห่ง โดยแหล่งสำคัญคือ ตลาดพลอยจันทบุรี ตลาดพลอยแม่สอด และย่านการค้าในกรุงเทพฯ นอกจากนี้ ยังมีศูนย์การค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ตั้งอยู่ในเขตปลอดอากร อาทิ ศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และนิคม

อุตสาหกรรมอัญธานี (Gemopolis)

- มีแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่สูงในการผลิตแปรรูปอัญมณีประเภทต่าง ๆ ตามการสั่งซื้อ ตั้งแต่ การเผาพลอย ทาสีและตั้งน้ำพลอยอย่างสวยงาม ไปจนถึงการออกแบบและขึ้นรูปเครื่องประดับอย่างประณีต
- ภาครัฐดำเนินมาตรการเสริมความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยออกมาตรการส่งเสริมทั้งด้านภาษีการเงิน การตลาดทั้งในและต่างประเทศ และลดขั้นตอนกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้การค้าเป็นไปอย่างสะดวกมากขึ้น อาทิ

(1) การยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทุกชนิดตั้งแต่ปี 2560 และยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีเงินได้สำหรับบุคคลธรรมดาที่นำวัตถุดิบอัญมณี (ที่ยังไม่เจียระไน) เข้ามาจำหน่ายในไทย รวมทั้งยกเว้น ภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีนำเข้าหรือขายอัญมณี และโลหะมีค่าที่ยังมิได้ประกอบเป็นตัวเรือนสำหรับผู้ประกอบการที่ จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

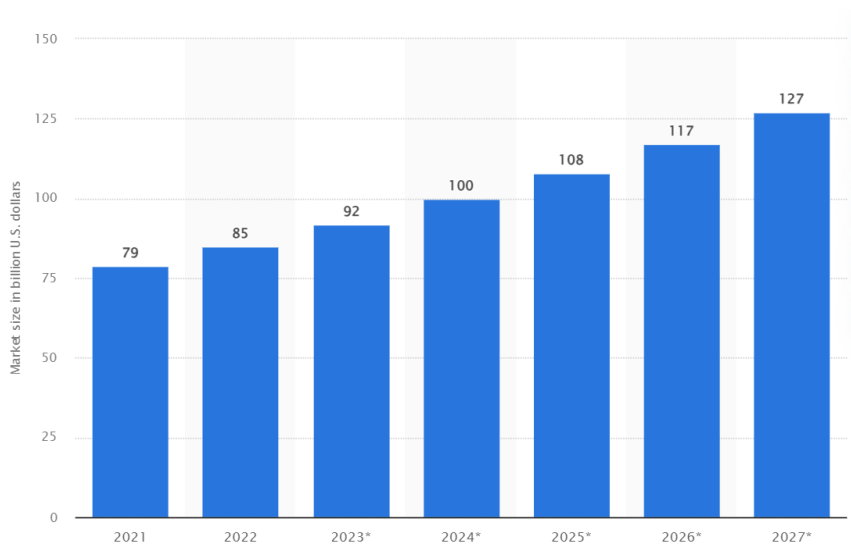
(2) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในย่านการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์การเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก

(3) การให้สิทธิ ประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุนประกอบกิจการอัญมณีและเครื่องประดับจาก BOI หรือการนิคมอุตสาหกรรม เช่น การยกเว้น / ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล การยกเว้น/ลดหย่อนอากรขาเข้าเครื่องจักร และวัตถุดิบ / วัสดุจำเป็น การอำนวยความสะดวกนักลงทุนโดยให้บริการนำเข้าช่างฝีมือและผู้ชำนาญการจากต่างประเทศผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ขนาดตลาด

ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการเติบโตของเศรษฐกิจ กำลังซื้อกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางมีสูงขึ้น และการเพิ่มขึ้นของประชากรวัยหนุ่มสาว มีอิทธิพลต่อตลาดความต้องการเครื่องประดับต่าง ๆ อาทิ เพชร เครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับพลัดตินัมเพิ่มมากขึ้นทั่วประเทศ ตามรายงานของ Statista ในปี 2022 มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียอยู่ที่ 85 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขนาดตลาดอัญมณีและเครื่องประดับยังคาดว่าจะเติบโตมากกว่าร้อยละ 8 และมีมูลค่าถึง 1.27 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2570 ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

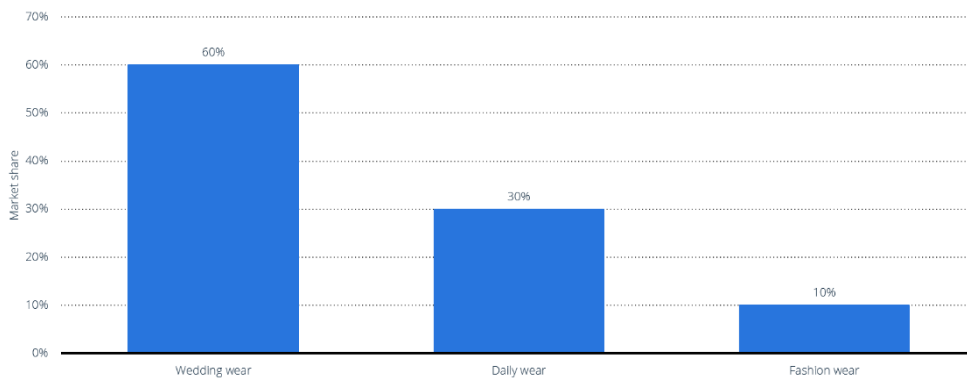
แผนภาพที่ 1 ขนาดตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดีย ปี 2021-2027



ที่มา : Statista (2022)

อัญมณีและเครื่องประดับสำหรับการสวมใส่เพื่อฉลองงานแต่งงานครองส่วนแบ่งในตลาดร้อยละ 60 อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ จากจำนวนคู่แต่งงานที่มีเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี รองลงมาคือการสวมใส่ในชีวิตประจำวันร้อยละ 30 ดังแสดงในแผนภาพที่ 2 และยังมีการคาดการณ์มูลค่าตลาดของอัญมณีและเครื่องประดับในอินเดียจะมีมูลค่าสูงถึง 38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025

แผนภาพที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดีย

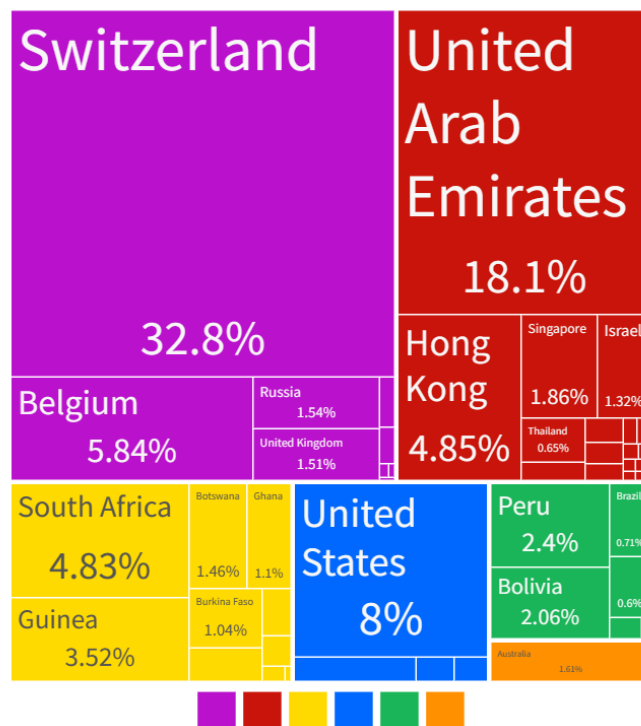


ที่มา : Statista (2023)

คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

จากรายงานของ OEC ปี 2021 มูลค่าการนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับของอินเดียอยู่ที่ 89.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยที่ผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปที่อินเดียอันดับที่ 1 ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ มูลค่า 29,433,252,446 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 32.8 อันดับที่ 2 จาก UAE มูลค่า 16,240,491,421 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 18.1 อันดับที่ 3 คือสหรัฐฯ มูลค่า 7,167,496,87 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 8 อันดับที่ 4 คือ เบลเยียม มีมูลค่า 5,236,282,621 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 5.84 อันดับที่ 5 คือฮ่องกง มูลค่า 4,344,765,411.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.85 และไทยอยู่อันดับที่ 10 โดยมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 581,974,640 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 0.65 เท่านั้น โดยสัดส่วนการนำเข้าจากสวิตเซอร์แลนด์ ที่มาเป็นอันดับหนึ่งจะเป็นเครื่องประดับทอง ส่วนประเทศไทยส่งออก เครื่องประดับเงิน อัญมณีมีค่าและพลอย เนื้ออ่อน รวมกันเป็นมูลค่ามากที่สุดกว่าเครื่องประดับอื่น ๆ

แผนภาพที่ 3 แสดงมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับและอัญมณีไปอินเดีย ปี 2021



ที่มา: OEC (2021)

การค้าปลีกในตลาดอัญมณีและเครื่องประดับเป็นธุรกิจที่เจริญรุ่งเรืองในอินเดีย โดยมีทั้งผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดใหญ่หลายแห่งผสมผสานกัน ผู้ประกอบการรายใหญ่ในภาคส่วนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ได้แก่ บริษัท Titan, Rajesh Exports และ Kalyan Jewellers

พฤติกรรมผู้บริโภค

กลุ่มมิลเลนเนียลในอินเดียถือเป็นแรงผลักดันหลักของเศรษฐกิจอินเดีย จากรายงาน Organization Development and Learning Partner ในปี 2020 ระบุว่ากลุ่มมิลเลนเนียลในอินเดียคิดเป็นร้อยละ 50 ของแรงงานในอินเดีย และในปี 2025 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 75 ขณะที่ India Brand Equity Foundation (IBEF) คาดว่ากลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางของอินเดียจะเพิ่มขึ้นจากราว 200-250 ล้านคน ในปี 2017 เป็น 500 ล้านคน ในปี 2025 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มมิลเลนเนียลมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจอินเดียและต่อธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับทั้งในแง่จำนวนผู้บริโภคและด้านกำลังซื้อ

เครื่องประดับสำหรับผู้ชายมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มมิลเลนเนียลในอินเดีย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของโลกที่ผู้ชายหันมาดูแลตนเองและสนใจเรื่องรูปลักษณ์มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของไทยในการขยายตลาดไปยังเครื่องประดับสำหรับผู้ชาย

ชาวอินเดีย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่นิยมสวมเครื่องประดับเงินมากขึ้น แม้ชาวอินเดียส่วนใหญ่ยังคงนิยมเครื่องประดับทองเป็นหลัก แต่เครื่องประดับเงินก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นกัน ปัจจัยสำคัญมาจากกลุ่มมิลเลนเนียลในอินเดียเปิดรับกระแสแฟชั่นจากต่างประเทศมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังอยู่ในวัยเริ่มทำงาน มีรายได้ไม่สูง ทำให้เครื่องประดับเงินดีไซน์ทันสมัยและราคาต่ำกว่าเครื่องประดับทองได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น สำหรับเครื่องประดับเงินที่ชาวอินเดียนิยมมากที่สุด คือ สร้อยข้อเท้า ทั้งนี้ ปัจจุบันแบรนด์เครื่องประดับชื่อดังหลายแบรนด์เริ่มนำเครื่องประดับเงินมาจำหน่ายในอินเดีย อาทิ Tiffany & Co. และ Damas Jewelry ขณะที่ไทยเป็นแหล่งนำเข้าเครื่องประดับเงินสำคัญอันดับ 1 ในอินเดีย มีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 38.4 โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2015-2019) ไทยส่งออกเครื่องประดับเงินไปอินเดีย

นอกจากนี้ อัญมณีและเครื่องประดับยังเป็นตัวเลือกยอดนิยมสำหรับการซื้อเป็นของขวัญสำหรับงานเทศกาล และวันสำคัญต่าง ๆ เช่น งานสังสรรค์ งานแต่งงาน หรือเทศกาล Diwali รวมถึงการซื้อบริจาควัดในวันสำคัญทางศาสนา และยังเป็นปัจจัยผลักดันการเติบโตของตลาดอัญมณีและเครื่องประดับอินเดียในอีก 5 ปีข้างหน้า

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

จากข้อมูลเบื้องต้นจะพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้ามคือกลุ่มมิลเลนเนียลในอินเดีย มีอิทธิพลค่อนข้างมากกับตลาดอัญมณีฯ โดยเฉพาะเครื่องประดับเงินที่ได้รับความนิยมมากขึ้น กลุ่มนี้เริ่มเป็นกลุ่มที่มีประมาณ 357 ล้านคน กลุ่มนี้มีรายได้ปานกลาง ดังนั้นเครื่องประดับชิ้นเล็ก ๆ ที่มีราคาไม่สูงมากเป็นที่นิยมของกลุ่มนี้ เช่นพลอยสีเม็ดเล็ก ๆ ทำเป็นต่างหู หรือจี้ ที่ใส่ได้หลายโอกาส เหมาะกับแฟชั่น เสื้อผ้า รองเท้าได้หลายแนว หรือแม้กระทั่งเครื่องประดับเงินที่ออกแบบสวย ทว่ามีความทันสมัยสมวัยก็เป็นอีกทางเลือกที่ผู้ประกอบการไทยควรทำความเข้าใจและศึกษาข้อมูลกลุ่มนี้เพิ่มเติม

นอกจากกลุ่มมิลเลนเนียล กลุ่มที่มีศักยภาพในตลาดเครื่องประดับคือ คู่บ่าวสาว ที่ทั้งเจ้าบ่าวและเจ้าสาวรวมทั้งแขกจะนิยมแต่งตัวและสวมเครื่องประดับหรูหราอย่างเต็มที่เพื่อแสดงถึงฐานะและความมั่งคั่งของตน และคาดว่าปี 2023 จะมีพิธีแต่งงานของชาวอินเดียในฤดูกาลแต่งงานซึ่งเป็นปลายปี ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน จนถึงเดือนธันวาคม มากกว่า 3 ล้านงานและระยะเวลาพิธีการแต่งงานไม่น้อยกว่า 4-5 วัน และมีแขกเข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า 100 รายในแต่ละงานและอาจให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจมากถึง 3.75 แสนล้านรูปี ดังนั้น ผู้ประกอบการส่งออกสินค้าไทยควรคำนึงถึงช่วงฤดูกาลแต่งงานของอินเดียที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของชาวอินเดียโดยวางแผนการขายและการส่งออกล่วงหน้าก่อนเพื่อให้ทันจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าว และมีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับคู่บ่าวสาว ก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้มีการจับจ่ายซื้อเครื่องประดับมากขึ้น

ช่องทางการเข้าสู่ตลาด

ชาวอินเดียนิยมไปซื้อเครื่องประดับที่ร้านของเครื่องประดับโดยตรง ส่วนใหญ่แล้วร้านดังกล่าวจะอยู่ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เช่นห้างสรรพสินค้า Phoenix Mills ที่มี 9 สาขาในเมืองต่าง ๆ เช่น มุมไบ ปูเน่ เบงกอลูร์ และเจนไน

แม้ปัจจุบันชาวอินเดียซื้อสินค้าแฟชั่นและสินค้าความงามจากช่องทางออนไลน์ไม่มากนัก แต่ช่องทางที่ชาวอินเดียนิยมซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ อาจมุ่งเน้นไปที่ตลาดกลางออนไลน์อย่าง AJIO.COM ที่จำหน่ายสินค้า แฟชั่นเป็นหลัก หรือแพลตฟอร์ม Amazon ซึ่งชาวอินเดียรายได้ดีมักเข้าไปเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า และเครื่องประดับ

วิธีการนำเข้าไปขายในห้างสรรพสินค้า

ใบอนุญาตที่จำเป็น

- การลงทะเบียนหน่วย
- ใบอนุญาตประกอบอาหาร
- ทะเบียนร้านและสถานประกอบการ
- ใบอนุญาต FSSAI

<https://vyaparapp.in/blog/how-to-start-a-departmental-store-kirana-shop-in-india/>

วิธีการนำเข้าไปขายในห้างสรรพสินค้า

- วิเคราะห์สถานที่ตั้ง โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ในพื้นที่นั้น ๆ
- ติดต่อผู้จำหน่าย การติดต่อซัพพลายเออร์และผู้ขายเพื่อรับผลิตภัณฑ์และรายการสำหรับธุรกิจค้าปลีกเป็นสิ่งสำคัญ เจ้าของร้านค้าปลีกควรเลือกผู้ขายหรือซัพพลายเออร์ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล ซัพพลายเออร์และผู้จำหน่ายมักเป็นผู้ค้าส่งหรือผู้ผลิต ความสัมพันธ์กับผู้ขายในท้องถิ่นและผู้ค้ารายย่อยจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตอีกด้วย
- กำหนดนโยบายของร้านค้า การกำหนดนโยบายร้านค้าภายในองค์กรที่ถูกต้องจะทำหน้าที่เป็นฐานของร้านค้าปลีกและทำให้ธุรกิจค้าปลีกประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ นโยบายร้านค้าภายในบริษัทจะช่วยให้เจ้าของร้านค้าปลีกจัดการกิจวัตรประจำวันของพนักงานที่ได้รับการว่าจ้าง การดำเนินงานรายวัน และคลังสินค้า
- กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดมีส่วนสำคัญในการกระจายการรับรู้เกี่ยวกับร้านค้าปลีกและผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก การตีพิมพ์แผ่นพับและโฆษณาทางหนังสือพิมพ์จะช่วยให้การตลาดร้านค้าและดึงดูดลูกค้า การสร้างเว็บไซต์และบัญชีโซเชียลมีเดียบน Facebook, Instagram และ YouTube ที่แสดงผลผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอในร้านค้าพร้อมราคาจะช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- จ้างทีมงาน การเปิดร้านค้าปลีกด้วยคนเพียงคนเดียวอาจเป็นเรื่องท้าทาย การจ้างทีมงานมืออาชีพหรือพนักงานจะช่วยให้ดำเนินธุรกิจค้าปลีกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เจ้าของร้านค้าปลีกจะต้องมีแคชเชียร์ พนักงานขาย นักบัญชี ผู้จัดการ และพนักงานทำความสะอาดเพื่อบริหารร้าน เจ้าของร้านค้าปลีกควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าพนักงานได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสมเพื่อจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าในอนาคตทั้งหมดหลังจากจ้างพวกเขา
- รับการลงทะเบียนและใบอนุญาตที่จำเป็น มีใบอนุญาตและการจดทะเบียนบังคับบางประการที่ธุรกิจค้าปลีกต้องการโดยที่ไม่สามารถดำเนินการได้ ธุรกิจค้าปลีกจะต้องมีใบรับรองธุรกิจ ทะเบียนภาษี และใบอนุญาตจากหน่วยงานท้องถิ่นในการดำเนินธุรกิจ

การลงทะเบียนที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจค้าปลีกในห้างสรรพสินค้า

- การจดทะเบียนนิติบุคคล ธุรกิจค้าปลีกสามารถจัดตั้งขึ้นเป็นบริษัทที่เป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว บริษัทห้างหุ้นส่วน ห้างหุ้นส่วนจำกัดความรับผิด (LLP) หรือบริษัท เจ้าของร้านค้าปลีกควรตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจสำหรับธุรกิจค้าปลีกของตนและขอรับการจดทะเบียนธุรกิจ เมื่อเจ้าของธุรกิจตัดสินใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจในฐานะบริษัทห้างหุ้นส่วนร่วมกับบุคคลอื่น พวกเขาจะต้องจดทะเบียนกับนายทะเบียนบริษัท เมื่อเจ้าของร้านค้าปลีกตัดสินใจที่จะเริ่มต้นร้านค้าปลีกในฐานะบริษัทหรือ LLP พวกเขาจะต้องจดทะเบียนกับนายทะเบียนของบริษัท
- การลงทะเบียน GST ธุรกิจค้าปลีกเกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและสินค้า เมื่อธุรกิจค้าปลีกมีมูลค่าการซื้อขายมากกว่า Rs.40 lakhs หรือ Rs.20 lakhs ในรัฐพิเศษ ธุรกิจนั้นจะต้องได้รับการจดทะเบียน GST ผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซทุกรายควรได้รับการจดทะเบียน GST โดยไม่คำนึงถึงมูลค่าการซื้อขายของธุรกิจ
- ใบอนุญาตพระราชบัญญัติร้านค้าและสถานประกอบการ ธุรกิจค้าปลีกควรได้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติร้านค้าและสถานประกอบการด้วย แผนกแรงงานของรัฐที่ร้านค้าปลีกก่อตั้งขึ้นนั้น ออกใบอนุญาตนี้ ใบอนุญาตพระราชบัญญัติร้านค้าและสถานประกอบการควบคุมร้านค้าและการทำงาน เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกเป็นร้านค้าที่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภค จึงจะต้องได้รับใบอนุญาตนี้แม้ว่าจะดำเนินกิจการทางออนไลน์ทั้งหมดก็ตาม

ที่มา: <https://cleartax.in/s/how-to-start-retail-business-in-india>

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเป็นแนวทางขยายตลาดเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ที่ต้องการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศอินเดีย เป็นโอกาสในการนำเสนอสินค้า ให้เป็นที่รู้จักในตลาด รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม ศึกษาเทรนด์ความต้องการของตลาดอินเดีย นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจนโอกาสในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับคู่ค้า และพันธมิตรจากงานแสดงสินค้านี้



Delhi Jewellery & Gem Fair

งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นงานจับคู่เจรจาธุรกิจแบบ B2B ระดับนานาชาติ ภายในงานจะได้พบกับ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้นำเข้าและผู้ส่งออก ผู้ผลิตและตัวแทนจาก องค์กรการค้าและหน่วยงานของรัฐ จัดขึ้นในเดือนกันยายน เมือง นิวเดลี ประเทศอินเดีย ติดตามข่าวสารการจัดกิจกรรมได้ที่เว็บไซต์

<https://delhi.jewelleryfair.in/>

Gujarat Jewellery and Gem Fair

งานนิทรรศการจับคู่ธุรกิจเครื่องประดับ แบบ B2B ภายในงานมีการจัดแสดงสินค้าตั้งแต่ เครื่องประดับแบบดั้งเดิมไปจนถึงเครื่องประดับ สมัยใหม่ และอื่น ๆ อีกมากมาย ผู้เข้าร่วมงาน จะได้พบกับผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง และผู้จัดจำหน่าย และผู้ผลิต ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญด้านอัญมณี นักสะสมอัญมณี นักออกแบบจากทั่วโลก และ กิจกรรมสัมมนาและเวิร์กชอปข้อมูลเชิงลึก ในการต่อยอดธุรกิจ จัดขึ้นเดือนตุลาคม ที่เมือง ไฮเดอราบัด ประเทศอินเดีย ติดตามข่าวสารการจัด กิจกรรมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.ggjs.co.in/> <https://www.ggjs.co.in/z>



ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

IRIS JEWELS

MITAL JEWELS

SATYAM GEMS,

SAVIO JEWELLERY

SUNNY DIAMONDS P.LTD.

DWARKA JEWEL

JEWELLERY FOREST PRIVATE LTD.

V.M.JEWELLERY

BISHAN SINGH JASBIR SINGH JWELLERS LLP.

KRISHNA GEMS

VISION GEMS PVT. LTD.,

SANTOSH JEWELLERS

SHREE NNANSHARDA JEWELLERY

NIHAO IMPORTS

JATIN GEMS

GANESH JEWELS

WEBSITE

<http://irisjewels.in>

<https://mitaljewels.com>

<https://www.satyamjewelers.com>

<https://www.saviojewellery.com>

<https://sunnydiamonds.com>

<https://www.dwarkajewel.com>

<http://www.jewelleryforest.com>

<https://vmjewellery.com>

<https://bsjsjewellers.com>

<https://krishnagemsjewels.com>

<http://visiongems.com>

<http://santoshjewellers.in>

<https://www.snjewellery.com>

<https://www.nihaojewelry.com>

<https://jatingems.com>

<http://www.sriganeshjewels.com>

ที่มา : Trade Atlas (2023)

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าเครื่องประดับสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเครื่องบินโดยผู้ส่งสินค้าแบบ Air Courier เป็นการขนส่งสินค้าแบบ Door-to-Door เหมาะกับสินค้าที่มีขนาดเล็ก ปริมาณไม่มาก และมีระยะเวลาการเดินทางที่รวดเร็วกว่าทางเรือ อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้านั้นๆ ในขณะทำการเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ เนื่องจากประเทศอินเดียมีท่าเรืออยู่หลายท่าเรือ และเป็นประเทศที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการ SME ควรตรวจสอบกับเจ้าของสินค้าหรือผู้จัดส่งแต่ละรายว่าสนามบินที่ใช้สำหรับการส่งออกหรือกระจายสินค้ามีศูนย์กระจายสินค้าไปยังสถานที่ต้นทางและปลายทางของสินค้าหรือไม่ก่อนที่จะทำการส่งออกควรที่จะเปรียบเทียบราคาของผู้ให้บริการแต่ละราย และเงื่อนไขการให้บริการที่ครอบคลุมการประกันระยะเวลาการขนส่งและเพื่อป้องกันการสูญหายของสินค้า

การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

1. มาตรการและกฎหมายการส่งออกจากไทย

ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้องเตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานส่วนกลางรับรอง การส่งออกสินค้าเครื่องประดับและอัญมณีไปประเทศอินเดีย โดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาต หรือเอกสารใดที่สำคัญ ยกเว้นสินค้าเครื่องประดับและอัญมณีบางประเภทที่ต้องปฏิบัติตามระเบียบการนำเข้าที่กำหนดไว้ โดยข้อระเบียบและเอกสารที่ผู้ประกอบการควรรศึกษามีดังนี้

1.1 ใบรับรองการผลิตอันตราย (Certificate of Dangerous Goods) ในกรณีที่เครื่องประดับที่มีการผลิตจากเหล็กหรือโลหะมีอัลลอย ซึ่งอาจเสี่ยงต่อสุขภาพของบุคคลหรือ สิ่งแวดล้อมได้ในเบื้องต้นสามารถติดต่อหน่วยงาน กรมอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า (Department of Industrial Works) เพื่อขอรับการตรวจสอบว่าสินค้ามีความเสี่ยงต่อความปลอดภัยหรือไม่

1.2 ขอใบรับรองจาก GIT (The Gem and Jewellery Institute of Thailand) ใบรับรองจาก GIT จะช่วยให้สินค้าน่าเชื่อถือมากขึ้นในการส่งสินค้าไปต่างประเทศ โดยสามารถ ติดต่อและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://git.or.th/th/service/263>

1. มาตรการทางการค้าทางภาษีและที่มิใช่ภาษีของประเทศอินเดีย

อัตราภาษีนำเข้าสินค้า

สินค้าในหมวดเครื่องประดับและอัญมณี ของรัฐบาลอินเดียและไทยมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Agreement: AIFTA) โดยส่งผลให้อินเดียปรับลดอากรขาเข้าในสินค้านำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยเป็นอัตราร้อยละ 0 ในทุกรายการสินค้า (HS code 7101-7118) นอกจากนี้ รัฐบาลอินเดียยังปรับอัตราภาษีนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้นหลายรายการรวมทั้งอัญมณีและเครื่องประดับนับตั้งแต่เริ่มต้นปีงบประมาณ 2023 (กุมภาพันธ์ 2023) การใช้สิทธิพิเศษทางการค้า ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออกสินค้าสู่ตลาดอินเดียภายใต้กรอบความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย จะต้องปฏิบัติตามกฎแหล่งกำเนิดสินค้าและจะต้องมีเอกสารรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form AI) จากกรมการค้าต่างประเทศของไทย เพื่อนำไปแสดงต่อศุลกากรของอินเดีย

กฎระเบียบการนำเข้าเครื่องประดับและอัญมณี

นโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลอินเดียได้ประกาศแนวทางการสนับสนุนและส่งเสริมให้อินเดียเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น

- อนุญาตให้นำเข้าเศษของโลหะมีค่า รวมถึงเครื่องประดับที่ใช้แล้วเพื่อนำไปหลอมและผลิตเป็นเครื่องประดับเพื่อการส่งออกได้ โดยต้องปฏิบัติตามระเบียบของภาครัฐอย่างเคร่งครัด
- การนำกลับเข้ามา (Re-Import) ของเครื่องประดับที่ถูกส่งกลับ (Rejected Jewellery) อนุญาตให้นำมาขอคืนเงิน (Refund) ได้เฉพาะมูลค่าของวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต ไม่ใช่มูลค่าเพิ่มของเครื่องประดับ
- เพื่อแก้ไขปัญหาเครื่องประดับที่ส่งไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศและจำหน่ายไม่หมด เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสินค้า หรือปัจจัยอื่นๆ ดังนั้น ผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดการสั่งซื้ออย่างเคร่งครัด
- อนุญาตให้ส่งออกพลอยเพื่อนำไปผ่านกระบวนการตกแต่ง/เจียรไนแล้ว และนำกลับเข้ามาอีกครั้งภายใน 120 วันทำการ

รัฐบาลอินเดียได้ออกกฎหมายบังคับให้เครื่องประดับทองและสินค้าที่ทำจากทองคำทั่วประเทศอินเดียต้องได้รับการประทับตรารับรองค่าความบริสุทธิ์ของทองคำ ส่งผลให้ผู้ขายเครื่องประดับทุกรายจะต้องลงทะเบียนกับ The Bureau of Indian Standards (BIS) โดยสัญลักษณ์เครื่องหมายคุณภาพของเครื่องประดับ (BIS Hallmarking Scheme) ประกอบไปด้วย 5 ส่วนหลัก ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ BIS Mark ค่าความบริสุทธิ์ (Fineness Number) ตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่ออกเครื่องหมายรับรอง ตราประจำตัวของผู้ประกอบการ และหมายเลขปีที่ออกเครื่องหมายรับรอง โดยผู้ประกอบการต้องดำเนินการให้สอดคล้องตาม International Criteria on Hallmarking

แผนภาพที่ 4 Certification Scheme (KPCS)

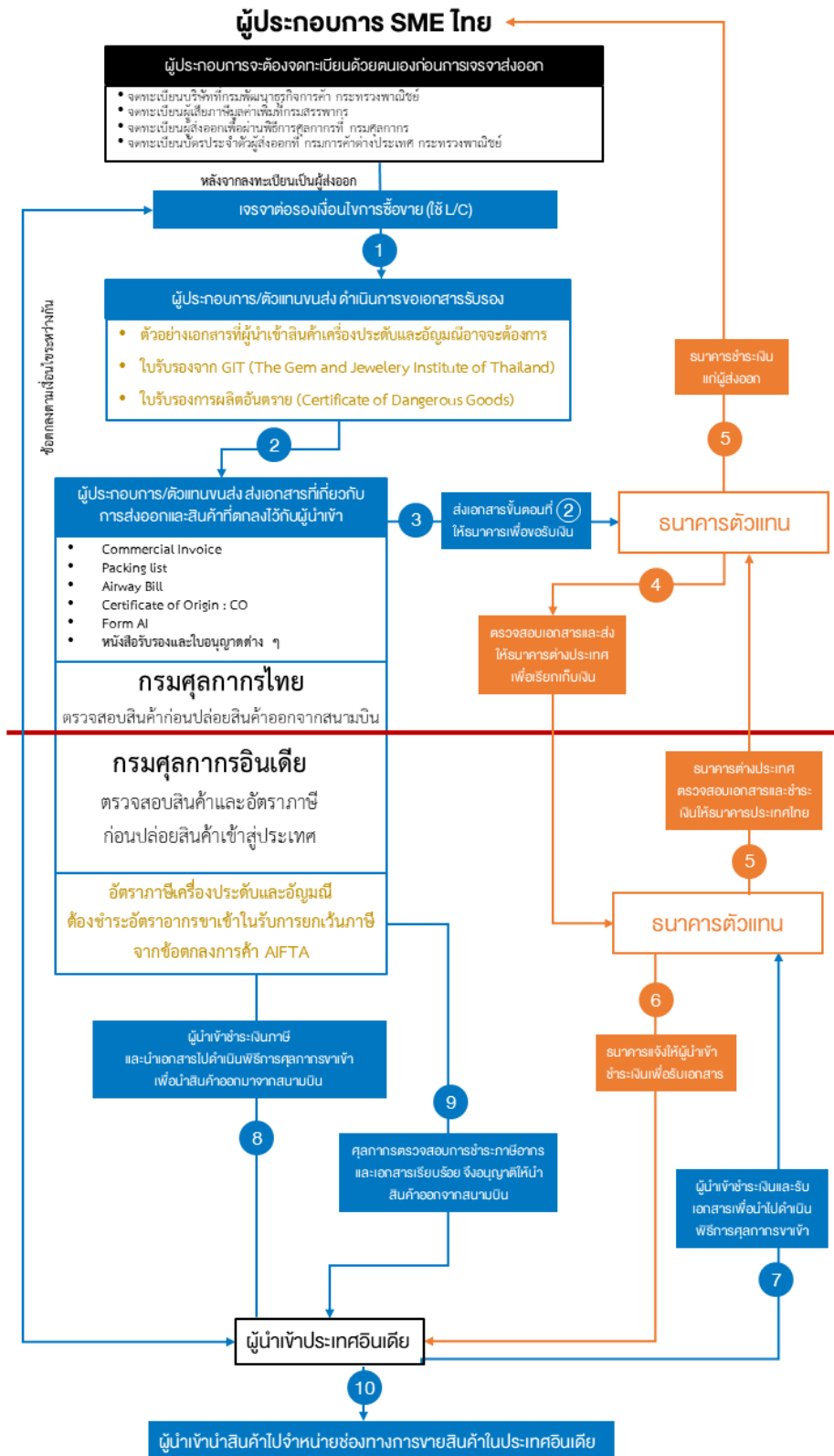


ที่มา: <https://infocenter.git.or.th/storage/files/l45gLA3fqUvmYBTL7NA01Y8aO952xWXnDQj6qMg2.pdf>

นอกจากนี้ อินเดียยังเป็นหนึ่งในสมาชิกผู้ก่อตั้งเป็นองค์กรนานาชาติ Kimberley Process ดังนั้น การนำเข้าเพชรจะต้องมีเอกสารถูกต้องตามกรอบความตกลง Kimberley Process

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 5 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าเครื่องประดับและอัญมณีไปประเทศอินเดีย



ที่มา : คณะที่ปรึกษา (2023)

