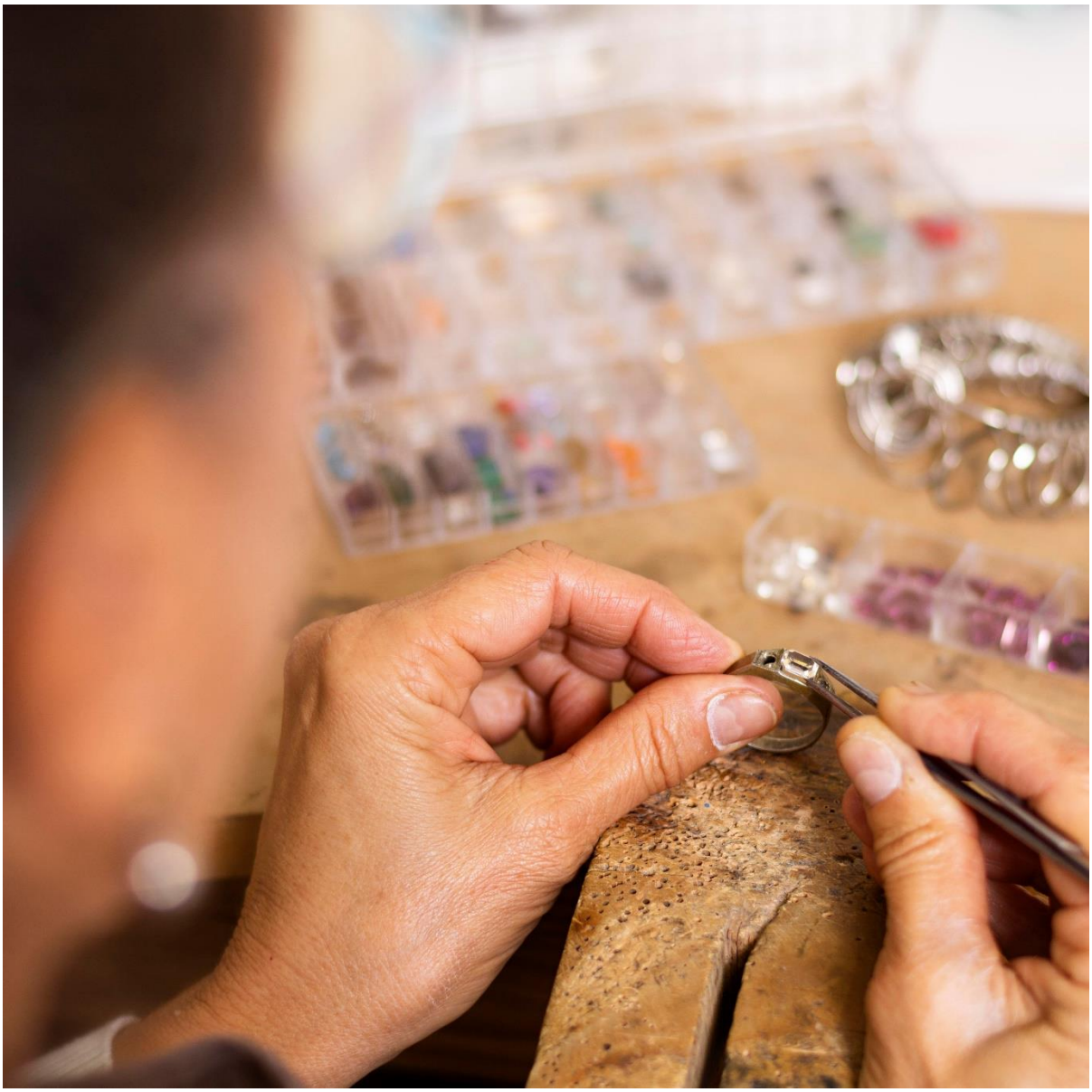
อัญมณีและเครื่องประดับ
Gem and Jewelry



ผู้เขียนหลัก ธันยบูรณ์ ดีสมสุข , อัญชลี ห่วงทอง

สสว.

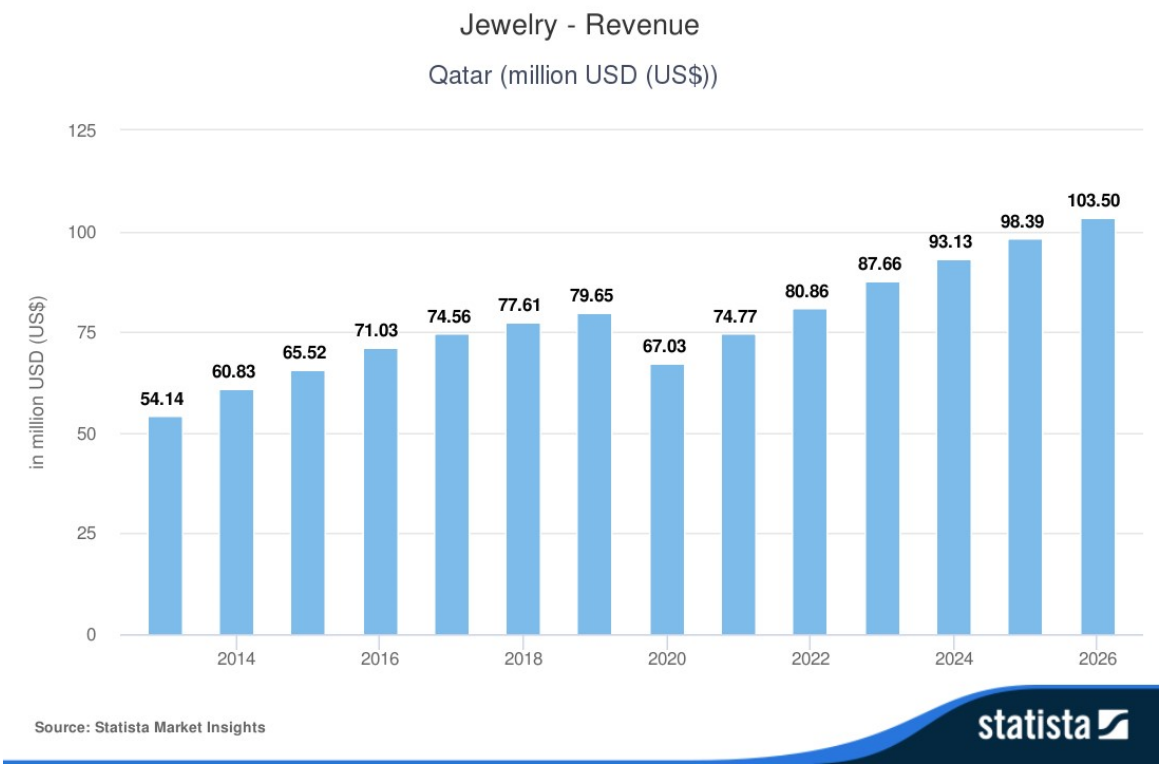
โอกาสด้านการตลาด
(Market Opportunity)

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2023) รายงานถึงตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในกาตาร์ เนื่องจากค่าครองชีพและค่าจ้างแรงงานในกาตาร์อยู่ในระดับสูง บริษัทผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั้งรายเล็กและรายใหญ่จึงมักนำเข้าสินค้าเพื่อมาจำหน่ายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ จากสถิติ Global Trade Atlas ในปี 2022 พบว่า กาตาร์นำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นมูลค่า 2,323.76 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 125 จากปี 2021 โดยแหล่งนำเข้าหลักใน 5 อันดับแรก ได้แก่ สหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และอินเดีย ตามลำดับ โดยนำเข้าเครื่องประดับทองมากที่สุดในสัดส่วนราวร้อยละ 94 รองลงมาเป็นเพชรเจียระไน และทองคำ ส่วนไทยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 6 โดยเกือบทั้งหมดเป็นการนำเข้าเครื่องประดับทอง

ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของกาตาร์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากรายงานของ Statista ได้คาดการณ์ว่าในปี 2023 รายได้ในกลุ่มเครื่องประดับอยู่ที่ราว 87.66 ล้านเหรียญสหรัฐ และในช่วงปี 2023- 2026 จะมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละร้อยละ 5.69 ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

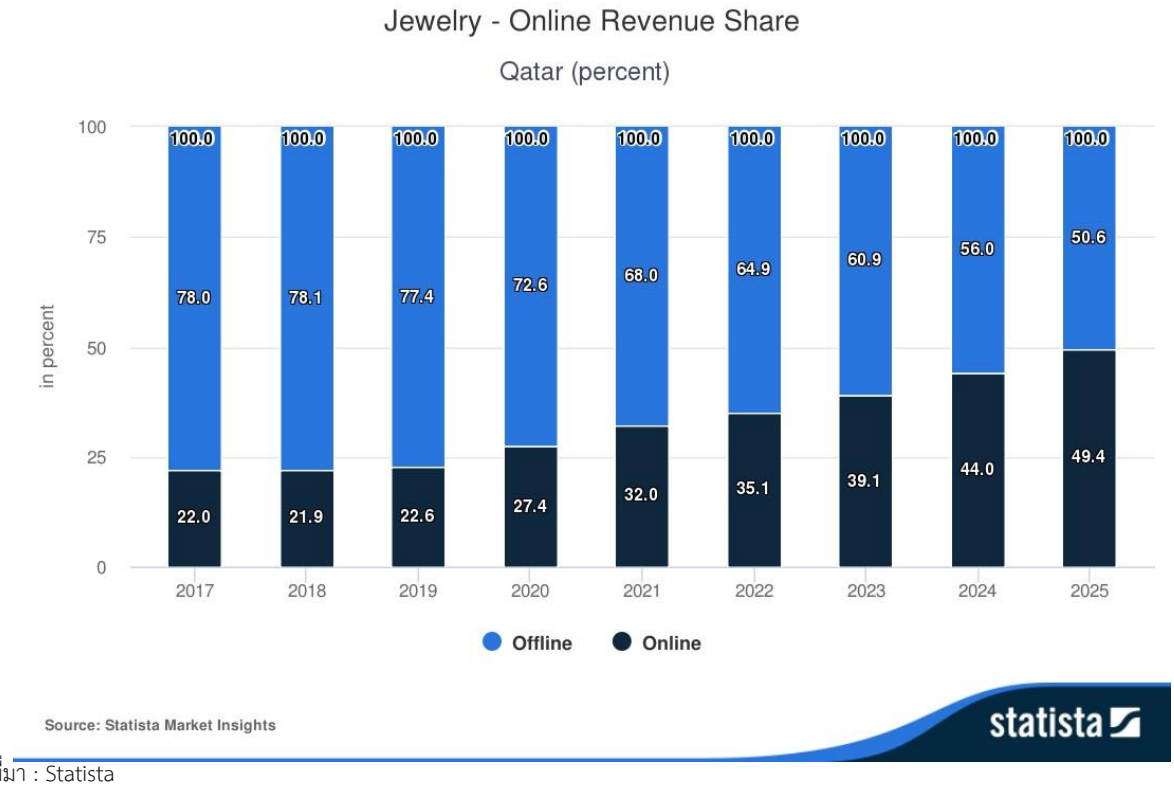
สำหรับช่องทางการจำหน่ายในปี 2023 ผู้บริโภคร้อยละ 60.9 ยังนิยมช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าเครื่องประดับประเภทออฟไลน์ เป็นหลัก ในขณะที่ช่องทางออนไลน์มีแนวโน้มความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในแผนภาพที่ 2 โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องประดับและอัญมณีที่ไม่ได้อยู่ในส่วนของตลาดสินค้าหรูหรา

แผนภาพที่ 1 มูลค่าตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ



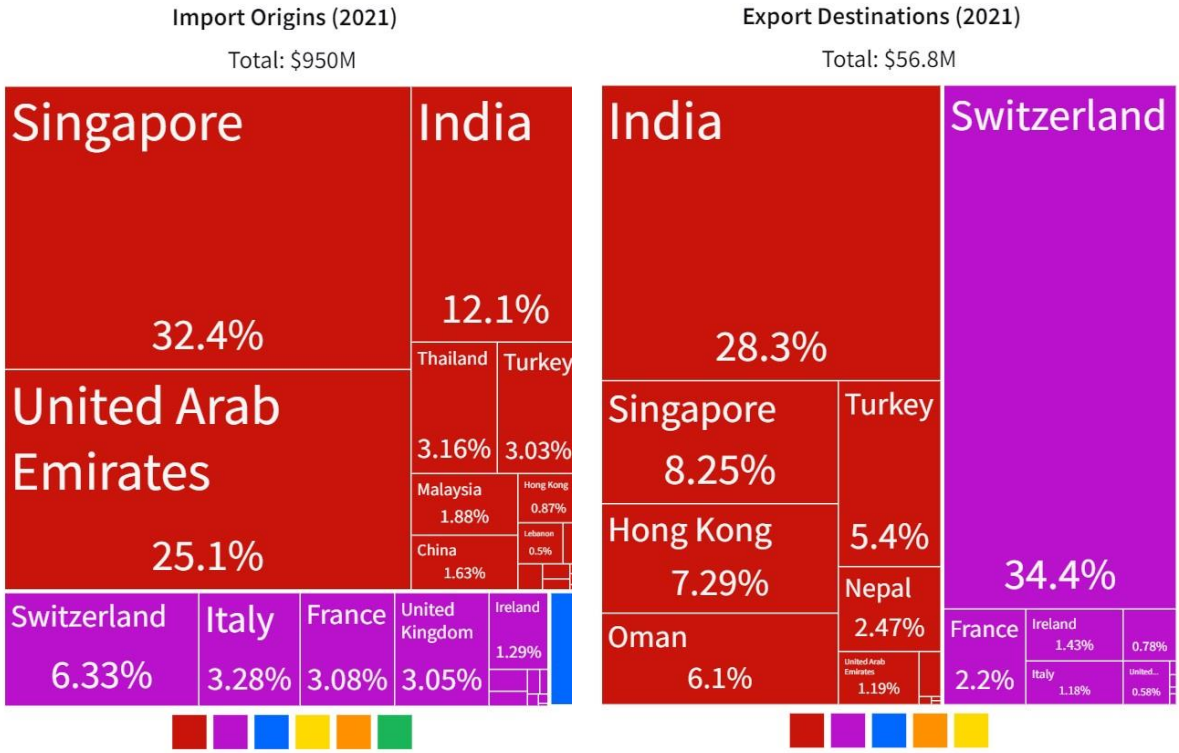
ที่มา : Statista

แผนภาพที่ 2 ช่องทางการจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ



ที่มา : Statista

แผนภาพที่ 3 การนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ



ที่มา : OEC

จากรายงานของ OEC ในปี 2021 ส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ มีการนำเข้ามูลค่า 950 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่นำเข้ามากที่สุด ได้แก่ สิงคโปร์ (ร้อยละ 32.4) รองลงมา ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ (ร้อยละ 25.1) และอินเดีย (ร้อยละ 12.1) ในขณะที่การส่งออก ซึ่งเป็นไปในลักษณะการส่งออกต่อ (Re-export) มีมูลค่า 56.8 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศปลายทางสำคัญ คือ สวิสเซอร์แลนด์ (ร้อยละ 34.4) รองลงมา ได้แก่ อินเดีย (ร้อยละ 28.3) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 8.25) ตามลำดับ

พฤติกรรมผู้บริโภค

สำหรับรสนิยมการบริโภคของชาวกาตาร์ก็คล้ายคลึงกับประเทศอื่นๆ ในตะวันออกกลาง นั่นคือ นิยมซื้อเครื่องประดับทองมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าความบริสุทธิ์ 18 และ 22 กะรัต ทั้งแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ยังต้องการเครื่องประดับเพชรเพิ่มขึ้นด้วย โดยชาวกาตาร์มักซื้อเครื่องประดับในช่วงเทศกาลสำคัญทางศาสนา เช่น หลังวันถือศีลอด (Eid Al Fitr) เป็นต้น และซื้อเป็นของขวัญให้คนสำคัญในโอกาสพิเศษอย่างวันคล้ายวันเกิด หรือวันครบรอบแต่งงาน เป็นต้น ส่วนปัจจัยผลักดันความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับของผู้บริโภคในกาตาร์ ได้แก่ รูปแบบทันสมัย คุณภาพสูง มีจริยธรรมและความยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ (2012) ได้วิเคราะห์ถึงประชากรแต่ละกลุ่มมีรสนิยมการบริโภคเครื่องประดับที่ต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

ผู้บริโภคชาวกาตาร์พื้นเมือง

แม้ว่าชาวกาตาร์พื้นเมืองจะเป็นผู้ซื้อกลุ่มเล็กเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนประชากรในประเทศหรือคิดเป็นสัดส่วนประชากรประมาณร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ แต่เป็นชาวกาตาร์เป็นผู้บริโภคที่มีกำลังการซื้อเครื่องประดับสูง เครื่องประดับที่ใช้มีรูปแบบหลากหลาย ทั้งเครื่องประดับรูปแบบดั้งเดิมพื้นเมืองและเครื่องประดับดีไซน์สมัยนิยมที่ใช้ในชีวิตประจำวันและในโอกาสสำคัญ

เครื่องประดับรูปแบบดั้งเดิมเป็นเครื่องประดับทองรูปพรรณสไตล์อาหรับกลุ่มประเทศอ่าวอาระเบียนนิยมทองคำเนื้อ 21 กะรัต ใช้ในพิธีแต่งงาน สำหรับชาวชาวกาตาร์รุ่นใหม่นิยมเครื่องประดับรูปแบบทันสมัยทำด้วยทองคำเนื้อ 18 กะรัต สำหรับใช้ใส่ประจำวัน อาทิ แหวน ต่างหู สร้อยข้อมือ และสร้อยคอพอเหมาะใหญ่ไม่มาก แต่ในขณะที่เครื่องประดับชุดใหญ่ประดับด้วยเพชร มรกต ทับทิมและไพลิน จะใช้สำหรับในงานแต่งงาน หรือในการโอกาสพิเศษ

ผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติ

กลุ่มชาวอินเดีย ปากีสถานและบังคลาสเทศ เป็นชาวต่างชาติกลุ่มใหญ่ที่อาศัยอยู่ในกาตาร์ ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะนิยมเครื่องประดับทองรูปพรรณเนื้อ 22 กะรัต ตกแต่งด้วยการลงยา ส่วนเครื่องประดับทองตกแต่งด้วยอัญมณีไม่นิยมมากนัก กลุ่มผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ และชาวตะวันตก นิยมใช้เครื่องประดับทองเนื้อ 18 กะรัต

Lab Grown Diamond

เป็นอัญมณีอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความนิยมในกาตาร์ เป็นเพชรที่สร้างขึ้นในห้องแล็บโดยใช้เทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นโดยมนุษย์ ซึ่งเพชรสังเคราะห์ที่ว่านี้มีขายในท้องตลาดทั่วไป และไม่สามารถแยกออกได้ด้วยตาเปล่า ถึงแม้จะเป็นผู้เชี่ยวชาญก็ต้องอาศัยเครื่องมือเฉพาะพิเศษในการตรวจเช็คเชิงลึกเท่านั้น ผู้ประกอบการ SME ที่จะนำเข้ากาตาร์ควรได้ใบรับรองจาก GIA หรือสถาบันอัญมณีศาสตร์ของสหรัฐอเมริกาก่อนนำเข้า

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด
(Market Entry Strategy)

กาตาร์เป็นตลาดสินค้าหรูที่เติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งของโลก สะท้อนให้เห็นจากช้อปปิ้งมอลล์ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2022 ซึ่งธุรกิจสินค้าหรูของประเทศมีศักยภาพสูงที่จะเติบโตต่อไป จากรายงานของ Mordor Intelligence ระบุว่า ปัจจุบันตลาดสินค้าหรูในกาตาร์มีมูลค่าราว 1,840 ล้านเหรียญสหรัฐ คาดว่าในปี 2023 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.55 เนื่องจากรายได้ที่สูงขึ้น ทำให้ชาวกาตาร์ต้องการบริโภคสินค้าหรูซึ่งรวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับราคาแพงมากขึ้นด้วย ฉะนั้น จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในการบุกตลาดระดับกลางถึงบนในกาตาร์

หากผู้ประกอบการ SME ไทยสนใจที่จะขยายโอกาสและลู่ทางธุรกิจในตลาดกาตาร์ด้วยแล้ว ควรหาโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Doha Jewellery & Watches Exhibition ซึ่งปกติจะจัดขึ้นในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ ณ Doha Exhibition and Convention Center งานดังกล่าวนี้จะเป็นการจัดแสดงสินค้าในระดับไฮเอนด์และมีแบรนด์เนมต่าง ๆ เข้าร่วมจำนวนมาก รวมถึงผู้ประกอบการชาวกาตาร์ โดยผู้ประกอบการไทยควรไปสำรวจตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในกรุงโดฮา โดยเฉพาะในตลาดค้าทอง (Gold Souk) และห้างสรรพสินค้าที่สำคัญ อาทิ ห้าง Villaggio, City Center และ Landmark Shopping Center เป็นต้น เพื่อได้ทราบถึงสภาพตลาดการค้าปลีกและพฤติกรรมการบริโภคที่แท้จริงของชาวกาตาร์ เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบสินค้าและต่อยอดทางธุรกิจต่อไปได้

การที่จะเข้าไปทำธุรกิจในกาตาร์ได้นั้น สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การมีพาร์ทเนอร์ที่เป็นคนกาตาร์ท้องถิ่นที่ดี เนื่องจากประเทศกาตาร์ยังไม่เปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการต่างชาตินัก นอกจากนี้ การดำเนินงานจะต้องดำเนินการผ่านชาวกาตาร์หรือระบบ Sponsorship เท่านั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรมีพาร์ทเนอร์หรือคู่ค้าที่ไว้ใจได้ โดยก่อนการเดินทางไปยังกาตาร์ ควรที่จะศึกษาและเรียนรู้ธรรมเนียมปฏิบัติประเพณี แนวปฏิบัติทางศาสนา และวิถีชีวิตของชาวกาตาร์ ซึ่งส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกับวิถีชีวิตของคนตะวันออกกลางโดยทั่วไป อาทิ ควรแต่งกายให้สุภาพและมิดชิด โดยเฉพาะกรณีของสตรี รวมถึงไม่ควรถ่ายรูปในสถานที่ที่ห้ามถ่ายรูปหรือสตรีท้องถิ่น รวมทั้งผู้อาวุโส เป็นต้น ทั้งนี้ หากได้พบพาร์ทเนอร์ชาวกาตาร์ที่เหมาะสมและมีความพึงพอใจด้วยกันทั้งสองฝ่ายแล้ว ควรธำรงรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจไว้ให้ดีที่สุด เพราะสิ่งนั้นหมายถึงความสำเร็จในระยะยาว และเขามักจะไม่เปลี่ยนใจจากคุณไปหาคู่ค้าใหม่ ๆ โดยง่าย ซึ่งเป็นสไตล์ในการดำเนินธุรกิจของชาวกาตาร์หรือชาวอาหรับในแถบตะวันออกกลางส่วนใหญ่นั่นเอง

แนวทางการส่งออก
(Export Solutions)

ระเบียบและข้อกำหนดด้านภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

สินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ (HS71XX) จากประเทศไทย จัดเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 5 ยกเว้นเพชร (HS7102XX) เครื่องเงิน (HS7106XX) ทองคำ (HS7108XX) และแพลททินัม (HS7110XX) ไม่มีการจัดเก็บภาษีนำเข้า แต่ถ้าเป็นการนำเข้าสินค้าจากประเทศในกลุ่มประเทศความร่วมมือแห่งอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council: GCC) ในรูปแบบของ Re-Export ซึ่งประกอบด้วย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย บาห์เรน และคูเวต รวมถึงประเทศในกลุ่มเขตการค้าเสรีอาหรับหรือกลุ่ม The Greater Arab Free Trade Area Agreement (GAFTA) อีก 16 ประเทศ ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้า

ปัจจุบันไม่มีการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในกาตาร์ แต่ในอนาคตมีแนวโน้มจะจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 5 (คาดว่าจะดำเนินการในปี 2024) ซึ่งเป็นอัตราเดียวกันทั้งหมดในกลุ่มประเทศ GCC และปัจจุบันไม่มีการเก็บภาษีรายได้บุคคล ผู้ประกอบการ SME สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ customs.gov.qa

ในกรณีนำเข้าสินค้าเพื่อเป็นตัวอย่างหรือเพื่อแสดงในงานแสดงสินค้าจะต้องมี Bank Guarantee ระบุมูลค่าสินค้าเป็นเงินเหรียญสหรัฐฯ หรือวางเงินสดประกันสินค้าจำนวนร้อยละ 10 จากมูลค่าสินค้าทั้งสิ้น เอกสารประกอบการนำเข้า ได้แก่ Invoice, Certificate of Origin ประทับตรารับรองจากหอการค้าไทยและ Legalize จากสถานทูตกาตาร์ในประเทศไทย Bill of Lading และ Packing List

ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2023) รายงานถึงระเบียบการนำเข้าสินค้าในหมวดอัญมณีและเครื่องประดับ ผู้นำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับได้จะต้องเป็นผู้ประกอบการชาวกาตาร์ หรือบริษัทร่วมทุนระหว่างต่างชาติกับชาวกาตาร์ การขออนุญาตนำเข้าจะต้องดำเนินการโดยหุ้นส่วนชาวกาตาร์เท่านั้น และบริษัทจะต้องขอจดทะเบียนนำเข้าจากกระทรวงธุรกิจและการค้า (Ministry of Business and Trade) และต้องขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกของหอการค้าและอุตสาหกรรมกาตาร์ (Qatar Chamber of Commerce and Industry) ด้วย โดยผู้ประกอบการขอรับใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าได้ที่สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ซึ่งได้รับการรับรองจากสมาพันธ์อัญมณีโลก (The World Jewellery Confederation, CIBJO) ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบค่าธรรมเนียมการให้บริการได้ที่ : https://git.or.th/th/service/262/56

แม้ว่าการขายเครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าจะยังไม่มีการบังคับประทับตราเครื่องหมายรับรองคุณภาพ หากแต่เป็นระบบสมัครใจ แต่อย่างไรก็ตาม สินค้าที่เกี่ยวกับโลหะมีค่าควรประทับเครื่องหมายรับรองค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่าบนตัวเรือน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ส่วนขั้นตอนนำเข้าผ่านพิธีการทางศุลกากรใช้การแสดงเอกสารตามมาตรฐานสากล

ด้านขั้นตอนในการผ่านพิธีการทางศุลกากรนั้น ผู้นำเข้าจะต้องแสดงเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า เช่น ใบอนุญาตนำเข้า (Import License) เอกสารแสดงแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) เอกสารแสดงการขนส่งสินค้า (Airway Bill หรือ Bill of Lading) และใบกำกับสินค้า (Invoice) เป็นต้น โดยในใบกำกับสินค้านั้น จะต้องประกอบด้วยรายละเอียดของสินค้า พร้อมระบุหีบห่อ น้ำหนักของสินค้า ชื่อผู้รับและผู้ส่ง ซึ่งหากเป็นไปได้ควรจัดเตรียมเอกสารเป็นภาษาอาหรับด้วยเพื่อความสะดวกรวดเร็ว

นอกจากนี้ บุคคลใดที่เดินทางเข้าหรือออกจากประเทศกาตาร์ และครอบครองเงินตรา พันธบัตร ตราสารเปลี่ยนมือ โลหะมีค่า หรือหินมีค่า ที่มีมูลค่าเกินกว่า 50,000 ริยาลกาตาร์ (ประมาณ 13,699.40 เหรียญสหรัฐ) จะต้องกรอกแบบฟอร์มสำแดงสิ่งของต่อศุลกากร และให้รายละเอียดอื่นๆ ตามที่เจ้าหน้าที่ศุลกากรร้องขอ

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

นอกจากงาน Jewellery & Gem ASEAN Bangkok ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เป็นประจำทุกปี งานสินค้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในกาตาร์ ได้แก่ Doha Jewellery & Watches Exhibition ซึ่งปกติจะจัดขึ้นในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ ณ Doha Exhibition and Convention Center มีจำนวนผู้ประกอบการแสดงสินค้ามากกว่า 500 แบรนด์ระดับโลก ผู้เข้าเยี่ยมชมงานกว่า 30,000 ราย จาก 175 ประเทศ

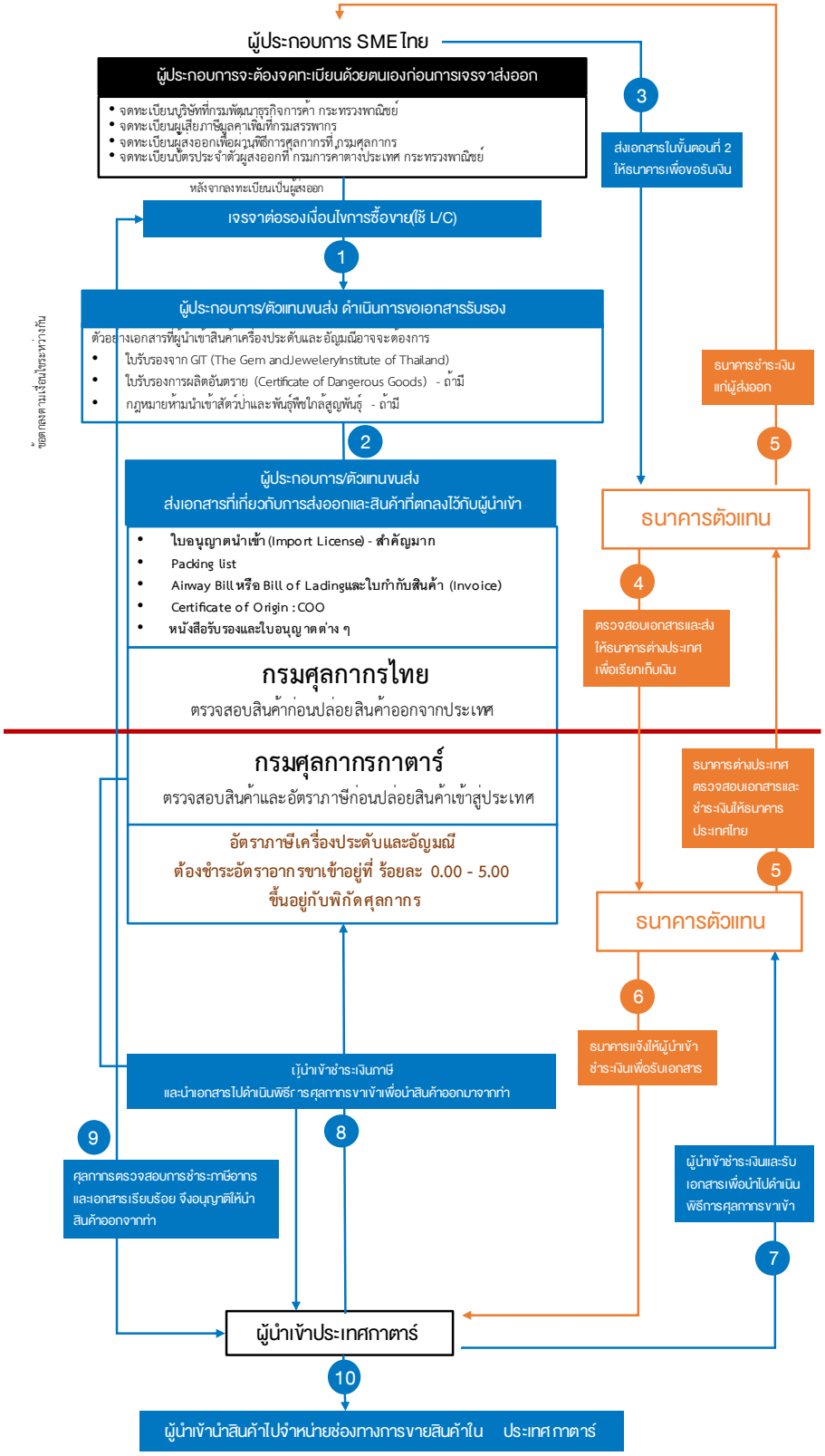
ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
AL MALAKI GROUP OF COMPANY	http://www.amc.qa/
BLUE SALON	http://www.bluesalon.com/
AMIRI GEMS	https://www.amirigems.net
LDEVINO ADDRESS:MAITHER-COMMERCIAL STREET	http://ldevino.com
HARVEY NICHOLS	https://www.harveynichols.com
HARVEY NICHOLS DOHA	https://www.harveynichols.com
AL AFDAL FOR ACCESSORIES	https://www.alafdhal.qa
QATAR LUXURY COMPANY W.L.L.	https://www.theluxurynetwork.qa
ZABARJAD & DIAMOND	https://zabarjadanddiamond.com

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ GIT (2023) และ TradeAtlas

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 4 ขั้นตอนการส่งออกผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ



ที่มา : คณะที่ปรึกษา