

# อัญมณีและเครื่องประดับ Gem and Jewelry



ผู้เขียนหลัก ฉันทบูรณ์ ตีสมสุข , อัญชลี ท่วงทอง  
ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์

# โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

## ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

อัญมณีและเครื่องประดับคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยทั้งหมด ในรูปแบบของฐานการผลิตแบบ OEM เพื่อจำหน่ายแก่ผู้พำนักและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นหลังสถานการณ์ COVID-19 คลี่คลาย

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รายงานถึงอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จัดเป็นอุตสาหกรรมการค้าสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาโดยสหรัฐอเมริกาเป็นทั้งผู้ส่งออกต่อ (Re-Export) และผู้บริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญเป็นลำดับต้นๆ ของโลก ในแต่ละปีมีความต้องการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับสูงกว่า 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกาเริ่มมีกำลังซื้อสูงและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกามากถึงปีละประมาณ 17 ล้านคน

ในปี 2018 สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับที่ 6 ของโลก ด้วยมูลค่า 27,369.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้าเป็นอันดับที่ 7 ของโลก ด้วยมูลค่า 32,039.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนถึงการเป็นประเทศผู้ส่งออกต่อ (Re-Export) โดยส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย ตุรกี ฮองกง และเบลเยียม สินค้าส่งออกหลักใน 3 อันดับแรก ได้แก่ ทองคำ เพชร และเครื่องประดับแท้ ด้านการนำเข้าพบว่าการนำเข้าด้วยมูลค่า 20,610.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.66 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยนำเข้าจากประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ อินเดีย ฮองกง อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ และตุรกี ซึ่งสินค้านำเข้าสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ทองคำ เครื่องประดับแท้ และเหรียญกษาปณ์ ทั้งนี้ UAE เริ่มนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับลดลงมาตั้งแต่ปี 2018 และลดลงอย่างต่อเนื่องถึงปี 2019

สหรัฐอเมริกาคือตลาดสินค้านำเข้าที่เติบโตมากที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง และบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก แม้ว่าจะสามารถผลิตเครื่องประดับได้เองในประเทศ แต่ก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จากสถิติ Global Trade Atlas พบว่า ในปี 2022 สหรัฐอเมริกานำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับ 38,793.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแหล่งนำเข้าหลักใน 5 อันดับแรกคือ สหราชอาณาจักร อินเดีย สวิตเซอร์แลนด์ เบลเยียม และฮองกง ตามลำดับ สินค้านำเข้าหลัก ได้แก่ ทองคำ เพชรก้อน เพชรเจียรไน เครื่องประดับทอง และอัญมณีสังเคราะห์ ตามลำดับ ส่วนไทยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 21 โดยส่วนมากเป็นการนำเข้าเครื่องประดับทองและเพชรเจียรไน ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 81 ที่เหลือเป็นการนำเข้าพลอยสีทั้งพลอยก้อน พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อนเจียรไน

สำหรับแหล่งค้าอัญมณีและเครื่องประดับสำคัญของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ตั้งอยู่ในรัฐดูไบ รัฐที่มีชื่อเสียงด้านการค้าทองคำและเครื่องประดับทองมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก จนได้รับสมญานามว่า “City of Gold” ซึ่งมีตลาดค้าทองดั้งเดิมอย่าง Dubai Gold Souk หรือเรียกว่า Deira Gold Souk ถือว่าเป็นตลาดค้าทองคำที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นที่ยอดนิยมของชาวอาหรับและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะเป็นตลาดซื้อขายทองคำปลอดภาษี จึงมีราคาถูกกว่าประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ ดูไบยังเป็นศูนย์กลางค้าเพชรที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกและได้ขึ้นชื่อว่าเป็นศูนย์กลางค้าเพชรก้อนที่ใหญ่ที่สุดในโลกอีกด้วย

## พฤติกรรมผู้บริโภค

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รายงานถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใน UAE สามารถแบ่งได้ดังนี้

- ชาวอาหรับพื้นเมืองนิยมเครื่องประดับทองคำแบบโบราณ 21 กะรัต แต่หากเป็นเครื่องประดับสมัยใหม่จะนิยมทองคำ 18 กะรัต
- ชาวเอเชียใต้ที่อาศัยในประเทศนี้นิยมทองรูปพรรณสไตส์อินเดีย 22 กะรัต
- ชาวตะวันตกที่เข้ามาทำงานและท่องเที่ยวในแถบนี้นิยมเครื่องประดับทองคำสมัยใหม่ 14 กะรัต และ 18 กะรัต
- ตลาดบนของชาวมุสลิมนิยมแพลทินัมระดับเพชร และพลอยเจียรไน

ชาวสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์นิยมบริโภคทองคำและเครื่องประดับทองคำมากที่สุด โดยเครื่องประดับทองคำทั้งแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ก็สามารถขายได้ดีในตลาดนี้ เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมและประเพณีการสวมใส่เครื่องประดับที่สืบทอดกันมา เป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคม การให้เป็นของขวัญในเทศกาลสำคัญอย่างพิธีแต่งงาน หรือวันสำคัญทางศาสนา เช่น เทศกาลฉลองหลังวันถือศีลอด (Eid Al Fitr) เป็นต้น และเป็นมรดก ตกทอดไปสู่รุ่นลูกหลาน รวมถึงเป็นสินทรัพย์เพื่อการลงทุน โดยทองคำแห่งที่ได้รับความนิยมในตลาดนี้จะมีน้ำหนัก 1 กิโลกรัม 500 กรัม 250 กรัม และ 116.6 กรัม ส่วนเครื่องประดับทองคำที่ชาวยูเออีนิยมมีค่าความบริสุทธิ์ 18, 21 และ 22 กะรัต จากข้อมูลของ World Gold Council พบว่าในปี 2022 ผู้บริโภคชาวยูเออีซื้อเครื่องประดับทองคำเกือบ 50 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 38 เมื่อเทียบกับปี 2021 นับเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง

สำหรับรูปแบบเครื่องประดับทองคำที่กำลังเป็นที่นิยมหลังจากวิกฤตการณ์ COVID-19 จะเป็นการออกแบบเฉพาะบุคคลที่ผลิตเป็นพิเศษ และมีชิ้นเดียว โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ชื่นชอบเครื่องประดับที่เรียบง่าย ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ราคาที่เข้าถึงได้ และใส่ได้ในทุกโอกาส นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มหันมาซื้อเครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าอื่นๆ มากขึ้น ได้แก่ แพลทินัม เงิน โรสโกลด์ และทองขาว รวมถึงความต้องการเครื่องประดับเพชรตกแต่งด้วยมรกต ทับทิม และไพลิน ก็มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังให้ความสำคัญกับการบริโภคทองคำที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย

### Lab Grown Diamond

เป็นอัญมณีอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความนิยมในสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรสต์และกลุ่มประเทศ MENA เป็นเพชรที่สร้างขึ้นในห้องแล็บโดยใช้เทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นโดยมนุษย์ ซึ่งเพชรสังเคราะห์ที่ว่ามีขายในท้องตลาดทั่วไป และไม่สามารถแยกออกได้ด้วยตาเปล่า ถึงแม้จะเป็นผู้เชี่ยวชาญก็ต้องอาศัยเครื่องมือเฉพาะพิเศษในการตรวจเช็คเชิงลึกเท่านั้นผู้ประกอบการ SME ที่จะนำเข้าสู่สหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรสต์และกลุ่มประเทศ MENA ควรได้ใบรับรองจาก GIA หรือสถาบันอัญมณีศาสตร์ของสหรัฐอเมริกา ก่อนนำเข้า



<https://etikajewels.com/education-lab-grown-diamond/>

# กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

## (Market Entry Strategy)

### แนวทางการขยายตลาด

คูโบเป็นศูนย์กลางหลักสำหรับการจัดส่งอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (GCC) อันได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ บาห์เรน โอมาน และคูเวต ประเทศอื่น ๆ ภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกาตอนเหนือ กลาง และใต้ เอเชียกลาง ยุโรปตอนใต้และรัสเซีย เป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทยที่จะใช้เป็นช่องทางในการส่งออกต่อ (Re-Export) ไปยังปลายทางประเทศดังกล่าว โดรนนำอัตลักษณ์ของการขึ้นรูปอัญมณีและเครื่องประดับลายไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทองรูปพรรณเป็นสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่าง ด้วยการสร้างการรู้จักและนำเสนอให้เกิดความนิยมจากนักท่องเที่ยว สหรัฐอาหรับ-เอมิเรตส์ที่มาเยือนประเทศไทย รวมทั้งการหมั่นออกงานแสดงสินค้า อาทิ Jewellery & Gem ASEAN Bangkok ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เป็นประจำทุกปี ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสเจอคู่ค้าและผู้นำเข้ารายใหม่

นอกจากตลาดค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นตลาดเดิม อัญมณีและเครื่องประดับสำหรับให้ เป็นของขวัญ และอัญมณีและเครื่องประดับสำหรับโอกาสสำคัญในชีวิต เช่น การแต่งงานและการครบรอบแต่งงาน เป็นต้น ก็เป็นอีกหนึ่งตลาดที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

## กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

นอกจากงาน Jewellery & Gem ASEAN Bangkok ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ เป็นประจำทุกปี งานสินค้า สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญในสหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ ได้แก่ The Watch & Jewellery Middle East Show จัดขึ้นที่รัฐชาร์จาห์ในช่วงเดือนมีนาคมและตุลาคม และ JGT Dubai Jewellery Show ในรัฐดูไบ ซึ่งจัดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

### ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
AL - SALAM JEWELLERY LLC.	<a href="http://www.salamjewellery.com">www.salamjewellery.com</a>
R.N.A.RESOURCES GROUP LTD.LANDMARK	<a href="https://www.landmarkgroup.com">https://www.landmarkgroup.com</a>
DAMAS JEWELLERY LLC.	<a href="https://www.damasjewellery.com">https://www.damasjewellery.com</a>
SEA HAWK INTERNATIONAL LLC.	<a href="http://www.seahawkintl.com">http://www.seahawkintl.com</a>
THANGAM JEWEL LTD.	<a href="https://www.thangamjewel.com">https://www.thangamjewel.com</a>
HMZ JEWELLERS LLC	<a href="https://www.himatlaljewellers.com">https://www.himatlaljewellers.com</a>
LOUZAN GARMENT FACTORY	<a href="http://louzanfashion.com">http://louzanfashion.com</a>
HARSHAD TRADING COMPANY LLC.	<a href="https://www.harshad.com">https://www.harshad.com</a>
JEWEL LINK DMCC.	<a href="https://www.jewelxy.com">https://www.jewelxy.com</a>
NEVERTITI STAR TR	<a href="https://nevertiti.ae">https://nevertiti.ae</a>
ALLIED ENTERPRISES LLC.	<a href="http://www.alliedenterprises.net">http://www.alliedenterprises.net</a>
ALM TRADING LLC.	<a href="https://almuae.com">https://almuae.com</a>
ADVENT FZE.	<a href="https://www.advent.com">https://www.advent.com</a>
AL FORSAN INTERNATIONAL SPORTS RESO	<a href="https://alforsan.com">https://alforsan.com</a>
HAMI JEWELLERY (LLC.)	<a href="https://www.hamijewellery.com">https://www.hamijewellery.com</a>
TRADITIONS TRADING LLC.	<a href="https://traditionstrading.com">https://traditionstrading.com</a>
JAWHARA JEWELLRY LLC.	<a href="https://www.jawharajewellery.com">https://www.jawharajewellery.com</a>
BROADWINGS GENERAL TRADING LLC.	<a href="http://www.broadwings.in">http://www.broadwings.in</a>
GOLDEN CIVILIZATION GENERAL TRADING	<a href="https://goldencivilization.com">https://goldencivilization.com</a>
MALABAR GOLD LLC.	<a href="https://www.malabargoldanddiamonds.com">https://www.malabargoldanddiamonds.com</a>

ที่มา : Trade Atlas

# แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

## ระเบียบและข้อกำหนดด้านภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

ตั้งแต่ปี 2018 รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ได้เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 5 ซึ่งแต่เดิมสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ไม่มีการใช้ระบบภาษีกับสินค้าและบริการในประเทศ และภาษีนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในอัตราร้อยละ 0-5 ปัจจุบันดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 2018-2019

แต่หากเป็นการนำเข้ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม GCC และ GAFTA[2] จะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับกฎระเบียบการนำเข้าไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แต่แต่ละรัฐจะมีหน่วยงานศุลกากรดำเนินการภายใต้แนวกำหนดของคณะกรรมการแห่งชาติด้านภาษีและนโยบายเป็นการทั่วไป ซึ่งผู้นำเข้าจะต้องมีใบอนุญาตนำเข้าและเป็นสมาชิกของหอการค้าและอุตสาหกรรม ส่วนขั้นตอนการผ่านพิธีการทางศุลกากรและเอกสารการนำเข้าเป็นไปตามหลักสากลทั่วไป

ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อร่วมงานแสดงสินค้า จะได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า แต่จะต้องส่งออกสินค้าภายใน 90 วันนับจากวันนำเข้า สำหรับเครื่องประดับที่ผลิตจากโลหะมีค่าทุกชิ้นจะต้องประทับตราสัญลักษณ์ (Hallmark) ที่ระบุค่าความบริสุทธิ์ และน้ำหนักลงบนเครื่องประดับ ส่วนอัญมณีที่วางจำหน่ายทุกเม็ดจะต้องได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่ได้มาตรฐานสากล

แม้ว่าสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มสินค้าภายในประเทศหลายรายการรวมทั้งสินค้ากลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ แต่ปัจจุบันสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีนโยบายสำหรับนักท่องเที่ยวให้สามารถขอเรียกคืนภาษี (Tax Refund) ได้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาซื้อสินค้าในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์อีกครั้ง รวมทั้งรัฐบาลมีนโยบายการค้าเสรีเพชรในดูไบ จึงไม่เก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 5 สำหรับการซื้อขายเพชรแบบขายส่งในเมืองนี้ เพื่อจูงใจผู้ซื้อ/ผู้ค้าจากทั้งในและต่างประเทศทั่วโลก



## ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รายงานถึง นโยบายผลักดันการจัดการจัดหาทองคำอย่างมีจริยธรรมของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ที่มุ่งหวังการจัดการจัดหาทองคำอย่างมีจริยธรรม ปัจจุบันการจัดการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นร้อนแรงในธุรกิจเครื่องประดับทั่วโลก โดยนอกเหนือจากการเข้าร่วมและปฏิบัติตามข้อกำหนดของ Kimberley Process สำหรับการค้าเพชรแล้ว สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังพยายามผลักดันแนวทางในการจัดหาทองคำด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคาดว่าจะช่วยลดหรือกำจัดทองคำแท่งที่ไม่ผ่านการรับรองแหล่งที่มาให้หมดไปจากตลาด และช่วยสร้างความโปร่งใสให้แก่ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น

## การรับรองแหล่งที่มาของทองคำใน UAE

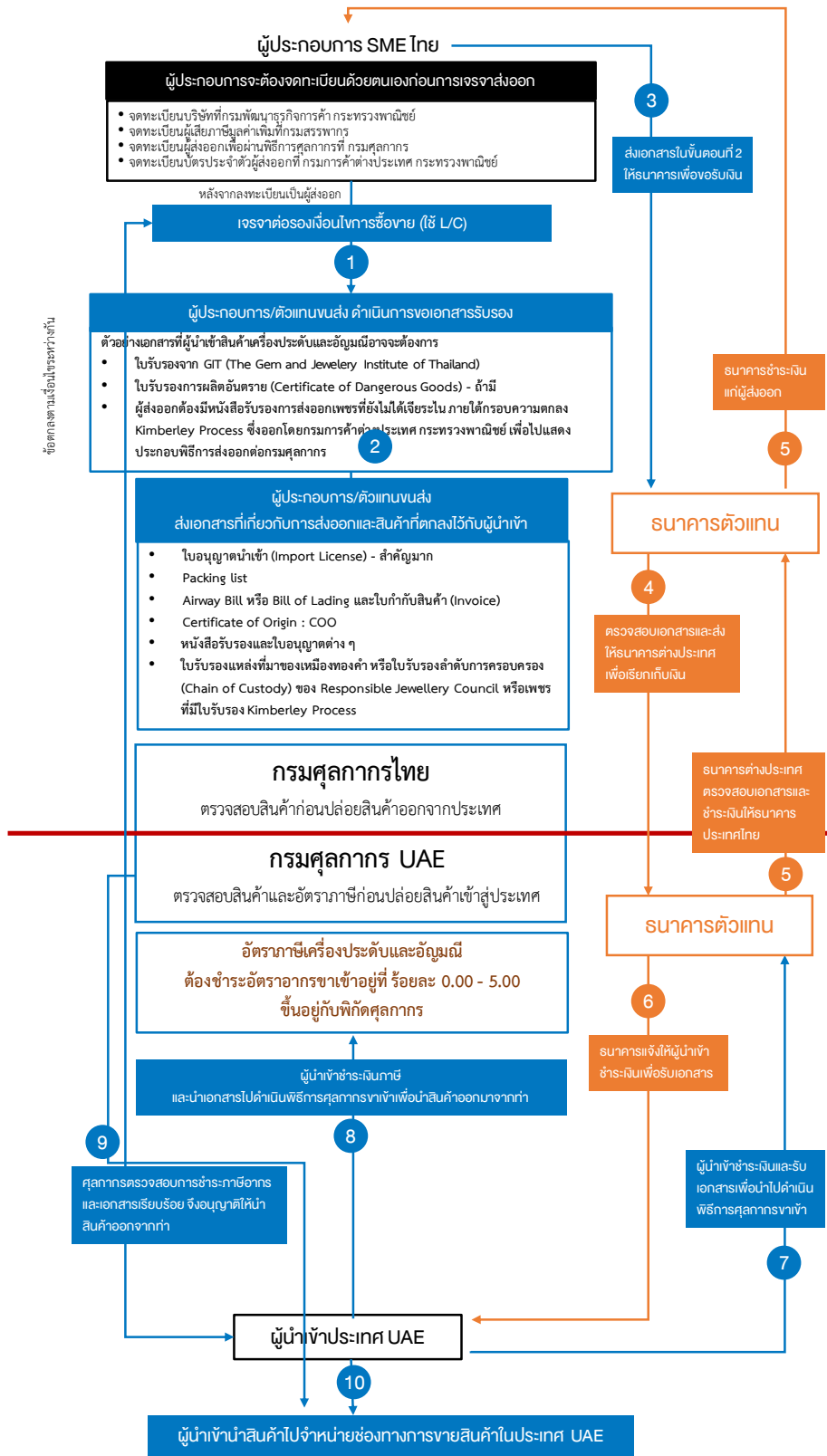
ปัจจุบันการเข้าร่วมกระบวนการรับรองแหล่งที่มาของทองคำในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ยังคงขึ้นอยู่กับความสมัครใจ โดยมีหน่วยงาน Dubai Multi Commodities Centre (DMCC) เป็นองค์กรหลักที่กำหนดกฎระเบียบในด้านแหล่งที่มาอย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Sourcing Regulatory) มาตรฐานด้านจริยธรรมทางการค้า (Ethical Standards) แนวทางปฏิบัติสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมทองคำและโลหะมีค่า (DMCC Guidance) และข้อกำหนดในการทบทวนที่อ้างอิงกฎสำหรับการตรวจสอบสถานะความเสี่ยงพื้นฐานของกิจการในธุรกิจนี้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน (DMCC Rules for Risk Based Due Diligence in the Gold and Precious Metals Supply Chain) ซึ่ง DMCC เป็นหนึ่งในสมาชิกขององค์กรเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) จึงอ้างอิงกระบวนการรับรองแหล่งที่มาโดยปฏิบัติตามแนวทางของ OECD ที่จัดทำกรอบขั้นตอน OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High Risk Areas

ที่ผ่านมากิจการสกัดทองคำและกิจการค้าทองคำภายในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์บางรายได้สมัครเข้าร่วมปฏิบัติตามข้อกำหนดในการจัดหาเครื่องประดับอย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว โดยส่วนหนึ่งเป็นกิจการค้าทองคำและเครื่องประดับในดูไบ ซึ่งเป็นสมาชิกของ Dubai Gold Jewellery Group (DGJG) (\*) ที่ได้สมัครขอใบรับรองเพื่อช่วยยืนยันว่ากิจการของตนใช้ทองคำแท่งที่ “จัดหาอย่างถูกต้อง” (Responsibly Sourced) ในขณะที่กิจการอีกหลายรายยังไม่ได้เข้าร่วมกระบวนการรับรอง เนื่องจากความกังวลเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่คิดตามสัดส่วนของผลประกอบการ ซึ่งจะเป็นภาระหนักสำหรับผู้ค้าปลีก

องค์กรที่ให้การรับรองเหมืองทอง ได้แก่ Fairtrade (<http://www.fairgold.org>) และ Fairmined (<http://www.fairmined.org>) ใบรับรองลำดับการครอบครอง (Chain of Custody) ของ Responsible Jewellery Council หรือเพชรที่มีใบรับรอง Kimberley Process รวมถึงการใช้เทคโนโลยี Blockchain ที่สามารถระบุและติดตามแหล่งที่มาของอัญมณีในทุกๆ ขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อแสดงถึงความโปร่งใสในธุรกิจเครื่องประดับ

# สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 1 ขั้นตอนการส่งออกผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

