

ตลาดสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในสาธารณรัฐเช็ก



สารบัญของการศึกษาตลาด

ตอนที่	เรื่อง	หน้า
	สารบัญของการศึกษาตลาด	1
1.	สินค้าเครื่องประดับอัญมณีและวัตถุดิบ	
	1.1 แหล่งที่มาของส่วนประกอบโลหะ	2
	1.2 สินค้าเครื่องประดับอัญมณีในสาธารณรัฐเช็ก	3
2.	ขนาดของตลาดและการนำเข้าสินค้าอัญมณี	
	2.1. การเจริญเติบโตของการนำเข้าและส่งออกของอัญมณี	7
	2.2. ระดับของการนำเข้า และ การผลิตภายในประเทศ	8
	2.3. การวิเคราะห์การนำเข้า	10
	2.4. การนำเข้าจากประเทศไทย	16
3.	ช่องทางการจัดจำหน่าย	17
4.	พฤติกรรมกรรบริโภคสินค้า	19
5.	ตลาดท้องถิ่นและราคา	21
6.	ระเบียบการนำเข้า ภาษีศุลกากร และภาษีมูลค่าเพิ่ม	23
7.	โอกาสสำหรับประเทศไทย	24
8.	ข้อมูลเพิ่มเติม (สำนักงาน ASSAY, สมาคมฯอัญมณี)	25
9.	งานแสดงสินค้าในสาธารณรัฐเช็ก	27
10.	รายชื่อผู้นำเข้าสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในสาธารณรัฐเช็ก	28

1. สินค้าเครื่องประดับอัญมณีและวัตถุดิบ

1.1. แหล่งที่มาของส่วนประกอบโลหะ

เมื่อพูดถึงแหล่งที่มาของส่วนประกอบโลหะนั้น สาธารณรัฐเช็กเคยมีเหมืองเงินที่สำคัญหลายแห่งในอดีต โดยเฉพาะในเมือง Kutna Hora และ Pribram ปัจจุบันเหมืองเงินนั้นมีจำนวนน้อยลงเป็นอย่างมาก

ผู้ค้าส่วนประกอบโลหะเพื่อธุรกิจอัญมณีที่สำคัญของสาธารณรัฐเช็กคือบริษัท SAFINA (www.safina.cz) ก่อตั้งเมื่อปี 2535 และได้มีการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2403 โดยบริษัท SAFINA เป็นบริษัทขนาดกลางที่มีพนักงานเพียงแค่ 200 คนเท่านั้น นอกจากนี้ SAFINA เป็นบริษัทเอกชนที่มีอำนาจในตลาดไม่เพียงแต่ในสาธารณรัฐเช็ก หากแต่มีการขยายตลาดไปทั่วทวีปยุโรปในปัจจุบัน

ผลงานของบริษัททั้งในด้านสินค้าและบริการทางธุรกิจอัญมณีเป็นที่ยอมรับกว้างขวาง ส่งผลให้บริษัทมีสายผลิตภัณฑ์ถึง 9 ประเภทโดยผลการดำเนินงานส่งผลดีต่อการนำกลับมาใช้ใหม่ของวัตถุดิบและสภาพแวดล้อมอีกด้วย

การดำเนินงานของธุรกิจ

- ทำการสกัดโลหะต่างๆ ให้บริสุทธิ์ถึงระดับ 3N และ 4N
- ทำการผลิตสินค้ารูปแบบกึ่งสำเร็จและสินค้าทำจากโลหะต่างๆ
- ทำการผลิตโลหะผสมสำหรับอัญมณีและทันตกรรม
- ดำเนินการวิเคราะห์ทางเคมีและกายภาพด้วยห้องทดลองของบริษัท
- ทำการผลิตสารบริสุทธิ์จากโลหะเพื่อเภสัชกรรม
- ทำการผลิตสารเคมีต่างๆจากโลหะ
- ทำการผลิตเพื่อการไฟฟ้า
- ทำการผลิตกลุ่มตัวอย่างโลหะที่ไม่มีธาตุเหล็ก
- ทำการเชื่อมโลหะเข้าด้วยกันโดยใช้แร่เงิน
- ทำการผลิตส่วนประกอบทองคำขาวเพื่อธุรกิจเกี่ยวกับกระจก
- ทำการผลิตอุปกรณ์ทดลองสำหรับทองคำขาว
- ทำการจัดซื้อและสกัดขยะที่มีส่วนประกอบของโลหะ
- นำขยะไฟฟ้าฟากกลับมาใช้ใหม่
- นำขยะเคมีกลับมาใช้ใหม่

- ทำธุรกรรมการขายการลงทุนจากทอง

สารผลิตภัณฑ์และแผนกต่างๆ

- SAFINA – Industrial applications
- SAFINA – Targets
- SAFINA – Platinum
- SAFINA – Chemistry
- SAFINA – Fastening materials
- SAFINA – Precious metals
- SAFINA – Jewelry
- SAFINA – SAFINA – Dental materials
- SAFINA – Recycling
- SAFINA Laboratories

1.2. สินค้าเครื่องประดับอัญมณีในสาธารณรัฐเช็ก

อัญมณีจำนวนมากในสาธารณรัฐเช็กนั้นถูกขุดพบไว้ตั้งแต่จักรวรรดิโมราเวียในสมัย 453 ปีก่อนพุทธศักราช ในสมัยก่อน การผลิตทองนั้นมีการขุดพบไว้สำหรับราชวงศ์เท่านั้น ช่างทองเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในสมัยของกษัตริย์ชาร์ลที่ 4 ที่มีสมบัติเกี่ยวกับทองเป็นจำนวนมาก หนึ่งในสมบัติเหล่านั้นคือ มงกุฎของ St. Wenceslas ที่ถูกสร้างขึ้นในงานฉลองราชสมบัติในปี พ.ศ. 1889 ทั้งนี้การจัดการกับสมบัติดังกล่าวเป็นหน้าที่ของช่างทองในสาธารณรัฐเช็ก วัตถุประสงค์พื้นฐานนั้นคือทองคำเหลือง 750/1000 กับหินประดับต่างๆเช่น ไพลิน ทับทิม มรกต และ ไช่มุก

ช่างทองมีบทบาทมากในช่วงศตวรรษที่ 16 และต้นศตวรรษที่ 17 โดยในสมัยนั้นมีช่างทองในวังถึง 50 คน รวมถึงช่างทองฝีมืออีกถึง 210 คน อย่างไรก็ตามสงคราม 30 ปี ทำให้ประเทศเสื่อมลงมาก โดยศาสตร์ฝีมือทางช่างทองได้ลดบทบาทลงด้วยเช่นกัน

ช่วงปลายศตวรรษที่ 18 ช่างทองได้กลับมามีบทบาทอีกครั้ง โดยจะเห็นได้ชัดในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 ที่โกเมนโบฮีเมีย (Bohemian Garnet) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้มาตรฐานของการผลิตเครื่องประดับได้เพิ่มขึ้นพร้อมกับความเจริญของวัฒนธรรมและภาคอุตสาหกรรม จำนวนของผู้ผลิตเครื่องประดับในปราก

เพิ่มขึ้นถึง 104 ราย โดยมีคนงานในอุตสาหกรรมรวม 584 คนและผู้เรียนสายการผลิตเครื่องประดับทั้งสิ้น 446 คนในช่วงท้ายของศตวรรษ

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 การผลิตเครื่องประดับในสาธารณรัฐเช็กมีการผันผวน อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมดังกล่าวมีการเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อทั้งทางเศรษฐกิจและการเมืองต่อประเทศ ในสงครามระหว่างประเทศช่วงปี พ.ศ. 2471 เป็นจุดสูงสุดของการผลิตเครื่องประดับและทอง นับแต่นั้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับได้มีการลดลงอย่างรวดเร็วเพราะผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ การฟื้นฟูหลังจากช่วงสงครามได้ชะงักลงเนื่องจากการกบฏในปี พ.ศ. 2491 ซึ่งทำให้ประเทศถูกปกครองโดยระบอบคอมมิวนิสต์อย่างยาวนานถึงปี พ.ศ. 2532

อย่างไรก็ตามการผลิตได้เติบโตบ้างในปี พ.ศ. 2497 เนื่องจากจำนวนความต้องการของอัญมณีและทองที่เพิ่มมากขึ้นอย่างมาก ทั้งนี้การใช้ทองในการผลิตได้ถูกจำกัดไว้ตามระเบียบ อัญมณีเป็นวัตถุดิบที่มีจำนวนจำกัด เครื่องประดับต่างๆจะถูกทำจากทองของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามอัญมณีต่างๆได้ถูกนำเข้าเป็นระยะๆเพื่อเป็นการชดเชยสำหรับการส่งออกในบางพื้นที่

สิ่งที่น่าสนใจคือ เมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ช่วงคอมมิวนิสต์ก่อนหน้าในปี พ.ศ. 2532 ซึ่งมีบริษัทผลิต จัดจำหน่ายและนำเข้าอัญมณีแค่เพียง 66 บริษัท ซึ่งต่างกับช่วงปัจจุบันในยุคของตลาดเศรษฐกิจที่มีจำนวนมากขึ้นเป็น 1,850 ถึง 2,460 บริษัทเลยทีเดียว จากจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนตามกฎหมาย ร้อยละ 75 ตามจำนวนดังกล่าวเป็นบริษัทค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าทั้งสิ้น

อ้างอิงจาก Assay Office ของสาธารณรัฐเช็กแล้ว จำนวนที่แท้จริงของผู้ผลิตเครื่องประดับมีเพียงแค่ 100 ถึง 150 บริษัทเท่านั้น ซึ่งมีเพียงไม่กี่บริษัทที่มีบทบาทสำคัญจริงๆ

ตารางการพัฒนาของตัวชี้วัดการผลิตเครื่องประดับที่สำคัญ

หน่วย: พันเช็คราวน์ / คน	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556
รายได้จากราคาตลาด	3,570,772	3,089,401	2,797,320	3,135,675	3,047,636	2,950,588	2,721,533
จำนวนพนักงาน	3,069	3,027	2,616	2,548	2,527	2,424	2,197

แหล่งที่มา: The Czech Statistical Office

ผลวิเคราะห์ของการพัฒนาตัวชี้วัดการผลิตเครื่องประดับชี้ให้เห็นถึงรายได้ที่การปรับตัวลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นผลมาจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงกลางปีค.ศ. 2008 และแนวโน้มของวิกฤตที่ต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2552 เช่นกัน ทั้งนี้รายได้ทั้งหมดที่น้อยลงส่งผลต่อจำนวนของพนักงานที่ลดลงเช่นกัน ในช่วงปีพ.ศ. 2553 ถึง 2554 สถานการณ์มีความมั่นคงมากขึ้นอย่างช้าๆ แต่อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2556 รายได้และจำนวนพนักงานมีการปรับตัวลดลงอีกครั้ง คำนีการผลิตยังไม่สามารถปรับตัวกลับไปสู่จุดเดิมในช่วงก่อนวิกฤตได้

ตารางการพัฒนาของผลผลิตแรงงาน

หน่วย: พันเช็กราวน์ / คน	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556
ผลผลิตแรงงาน	499	424	417	424	459	506	493

แหล่งที่มา: The Czech Statistical Office

ผลผลิตแรงงานมีการเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆซึ่งนับว่าเป็นผลดี (อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ไม่ได้นับรวมการลดลงเพียงเล็กน้อยในช่วงปี พ.ศ. 2556) ทั้งนี้จากสถิติ เห็นได้ชัดว่า ตัวเลขดังกล่าวเป็นผลกระทบจากการลดลงจำนวนลงของพนักงาน

จากการตรวจสอบในสำนักงานของสาธารณรัฐเช็กพบว่า จำนวนผู้ผลิตเครื่องประดับที่แท้จริงมีเพียงแค่ 100 ถึง 150 บริษัท แต่มีเพียงบางกลุ่มเท่านั้นที่มีความสำคัญต่อประเทศจริงๆ ผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดของประเทศ ดำเนินงานขายปลีกด้วยตนเอง เช่น บริษัทสัญชาติเช็ก SOLITER ซึ่งเป็นบริษัทเก่าแก่ในการผลิตเครื่องประดับทองและอัญมณี (www.soliter.cz) ได้ทำการเปิดร้านค้าปลีกถึง 17 ร้าน บริษัท PRIMOSSA CORPORATION (www.primossa.cz) มีร้านค้าปลีกของตนเอง 10 ร้าน หรือแม้กระทั่งบริษัท GRANAT (www.granet.eu) ซึ่งเป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในการผลิต โกเมน โบฮีเมียและเจ้าของเหมืองหลายแห่งในสาธารณรัฐเช็ก ยังทำการขายสินค้าผ่านทางร้านค้าปลีกเช่นกัน โดยบริษัทดังกล่าวมีร้านค้าปลีก 7 ร้าน บริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ๆ ในสาธารณรัฐเช็กยังนำเข้าและจำหน่ายเองรวมถึงมีการจัดหาคู่ค้าด้วยตัวเองด้วย เช่น บริษัท BENET ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตแหวนแต่งงานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ (www.benetgold.cz) โดยบริษัทมีร้านค้าปลีก 6 ร้าน ALO JEWELRY มีร้านค้าปลีก 8 ร้าน มีพนักงาน 51 คนและยังมุ่งเน้นไปที่การผลิตเครื่องประดับเพชรอีกด้วย (www.alo.cz) ที่น่าสนใจคือ ALO สามารถทำผลประกอบการได้ถึง 10 ล้านเหรียญสหรัฐเลยทีเดียว

ในด้านของเครื่องประดับชุดนั้น บริษัทที่ใหญ่ที่สุดก็คือ PRECIOSA GROUP (www.preciosa.com) ซึ่งนับเป็นบริษัทชั้นนำในตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็น โคมไฟประดับเพชร หรือ เครื่องประดับลูกบิดเพชรคุณภาพสูง

PRECIOSA มีร้านค้าของตนเอง 6 ร้านในสาธารณรัฐเช็กในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท เช่น ของขวัญและของตกแต่งที่มีส่วนประกอบของเพชร โดยจำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัทมีมากถึง 4,000 คน

2. ขนาดของตลาดและการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับ

2.1 การเจริญเติบโตของการนำเข้าและส่งออกของเครื่องประดับ

ตารางการพัฒนาของการนำเข้าและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ HS 71 ในสาธารณรัฐเช็ก

จำนวนมูลค่าทั้งหมด	2543	2548	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	Q1 2559
การนำเข้า (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	83	123	350	288	393	606	736	822	792	665	157
การส่งออก (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	126	121	298	307	383	677	997	943	871	613	124

แหล่งที่มา: The Czech Statistical Office 2559

ตารางการพัฒนาง่าต้นแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาการของการส่งออกและการนำเข้าของอัญมณีและเครื่องประดับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 จะเห็นได้ว่าทั้งด้านของการนำเข้าและการส่งออกมีการปรับตัวสูงขึ้น การนำเข้าเครื่องประดับมีการเติบโตในช่วงปี 2543 ถึง 2558 ถึงร้อยละ 701 ในขณะที่เดียวกันการส่งออกได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 387

ในช่วงปีที่ผ่านมา การส่งออกและการนำเข้าของเครื่องประดับอยู่ในระดับที่เหมาะสม ในปี 2554 สาธารณรัฐเช็กมียอดส่งออกมากกว่าการนำเข้า แต่อย่างไรก็ตามทั้งการส่งออกและการนำเข้ามีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกๆปี มีเพียงแค่ช่วงปี 2552 ปี 2557 และปี 2558 ที่มีการลดลงของการนำเข้าเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจ ในส่วนของปี 2558 นั้น จำนวนการนำเข้ามีการปรับลดถึงร้อยละ 16 และการส่งออกลดลงถึงร้อยละ 29.6

อย่างไรก็ตาม สำหรับการเปรียบเทียบดัชนีการผลิตในประเทศและการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ นับเป็นเรื่องน่าสนใจในช่วงหลังจากปี พ.ศ. 2532

2.2 ระดับของการนำเข้าและการผลิตภายในประเทศ

ตารางแสดงระดับการนำเข้าและการผลิตภายในประเทศของเครื่องประดับทองคำในสาธารณรัฐเช็กในปี 2535 ถึง 2558

ปี พ.ศ.	การนำเข้า		การผลิตภายในประเทศ	
	กิโลกรัม	พັນซ์	กิโลกรัม	พັນซ์
2535	530	296	3411	2015
2536	1595	574	3570	1992
2537	1834	652	3147	1688
2538	2369	810	3563	1870
2539	2916	988	4102	2202
2540	2904	1037	4451	2335
2541	2756	995	3778	2022
2542	2600	989	3592	1802
2543	2518	945	2927	1590
2544	2342	832	2671	1490
2545	2257	822	2370	1311
2546	2159	828	2107	1115
2547	2167	857	2026	1042
2548	1920	818	1817	865
2549	1789	756	1676	793
2550	2300	955	1970	922
2551	1967	840	2046	820
2552	1333	641	1623	621
2553	908	459	1307	514
2554	729	365	989	436
2555	711	375	809	343
2556	700	379	712	319
2557	772	449	795	365
2558	779	456	785	363

แหล่งที่มา Assay Office of the Czech Republic พฤษภาคม 2559

ถึงแม้ว่าตลาดเช็กจะเปิดรับการนำเข้าทองและเงินตั้งตั้งแต่ปี 2533 ผู้ผลิตเครื่องประดับในประเทศก็ยังไม่สามารถแข่งขันกับคู่ค้าในต่างประเทศได้ เมื่อสังเกตจากรางข้างต้นการผลิตเครื่องประดับทองภายในประเทศอยู่ในระดับที่สูงกว่าการนำเข้าในช่วงปี 2530s ส่วนในช่วงปัจจุบันนั้น การนำเข้าและการผลิตอยู่ในระดับใกล้เคียงกันในแง่ของน้ำหนัก ตั้งแต่ปี 2543 การผลิตภายในประเทศมีการปรับลดตัวอย่างเห็นได้ชัดและมีอัตราช่องว่างที่แคบลง

จากรางข้างต้น จะเห็นความแตกต่างเพียงเล็กน้อยในความสัมพันธ์ระหว่างการนำเข้าสินค้าและการผลิตภายในประเทศ ส่วนแบ่งของการนำเข้าในด้านของน้ำหนักมีการปรับตัวขึ้นเรื่อยๆจนถึงปี 2547 โดยหลักๆแล้วมาจากการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นซึ่งมีน้ำหนักมาก โดยเฉพาะสินค้าสำหรับคนรุ่นใหม่ ด้วยเหตุนี้การผลิตภายในประเทศจึงมุ่งเน้นไปที่การผลิตสินค้าน้ำหนักเบาในจำนวนที่มากขึ้น อย่างไรก็ตามได้มีการปรับตัวลงในปี 2544 ทั้งนี้ในช่วงปีที่ผ่านมากระแสการบริโภคเครื่องประดับได้เปลี่ยนไป การนำเข้าเครื่องประดับมีน้ำหนักที่น้อยลง เล็กกลงและถูกลง เช่นเดียวกับสินค้าน้ำหนักเครื่องประดับเงินดังตารางข้างล่าง

ตารางแสดงระดับการนำเข้าและการผลิตภายในประเทศของเครื่องประดับเงินในสาธารณรัฐเช็กในปี 2535 ถึง 2558

ปี พ.ศ.	การนำเข้า		การผลิตภายในประเทศ	
	กิโลกรัม	พັນซ์	กิโลกรัม	พັນซ์
2535	676	360	6854	4601
2536	2286	582	4885	2137
2537	2954	775	4896	2034
2538	4471	1329	4213	1582
2539	5752	1447	3803	1424
2540	7633	1858	3675	1327
2541	8576	1884	4522	1431
2542	12432	2801	5639	1760
2543	13640	2821	5776	1862
2544	10336	1367	4211	752
2545	11043	1418	3923	721
2546	12521	1637	3543	681
2547	13608	1804	3217	559
2548	12587	1676	3163	513

2549	10639	1458	3172	506
2550	12474	1708	3170	473
2551	13128	1832	2979	429
2552	8784	1323	2447	302
2553	6651	1052	2656	269
2554	5674	844	1688	198
2555	4421	648	1855	199
2556	4002	597	1799	209
2557	4758	769	2175	222
2558	5712	916	1749	190

แหล่งที่มา Assay Office of the Czech Republic พฤษภาคม 2559

อ้างอิงจากบริษัทตรวจสอบในสาธารณรัฐเช็ก ในปัจจุบันมีจำนวนบริษัทนำเข้าและผลิตสินค้าเครื่องประดับอัญมณี 1,850 ถึง 2,460 บริษัท จากจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนตามกฎหมาย ร้อยละ 75 ตามจำนวนดังกล่าวเป็นบริษัทค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้า อย่างไรก็ตามมีจำนวนบริษัทผลิตเครื่องประดับที่สำคัญจริงๆ เพียงไม่กี่รายเท่านั้น

ในกระแสปัจจุบัน ผู้ผลิตรายใหญ่ต่างๆรวมทั้งผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายมีการค้าปลีกด้วยตนเอง ในส่วนของการค้าผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นนับว่ามีการพัฒนาที่ขึ้นๆลงๆในส่วนของอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณี แต่อย่างไรก็ตามมีการพัฒนาที่เพิ่มมากขึ้นในภาพรวม แม้แต่บริษัท CARLO ROMANI ที่เริ่มการค้าออนไลน์ เป็นตัวอย่าง

2.3 การวิเคราะห์การนำเข้าของเครื่องประดับอัญมณีมายังสาธารณรัฐเช็ก

ตารางแสดงภาพรวมของการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับทอง HS7113 19 มายังสาธารณรัฐเช็กในช่วงปี 2555 ถึง 2558

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (พัน USD)				ส่วนแบ่งของตลาด (%)				การเติบโต (%)		
	2558	2557	2556	2555	2558	2557	2556	2555	2558	2557	2556
อิตาลี	16957	17533	18402	18043	24.71	23.05	22.8	22.12	-3.29	-4.71	1.99
ตุรกี	13678	14504	15183	15580	19.99	19.07	18.81	19.1	-5.69	-4.47	-2.55
ฝรั่งเศส	10219	6517	10434	10056	14.93	8.57	12.93	12.33	56.81	-	37.54

อังกฤษ	4013	1068	1564	857	5.86	1.40	1.97	1.05	275.75	-	82.5
สหรัฐอเมริกา	3826	3166	38743	4748	5.59	4.16	4.71	5.82	20.85	-1762	-19.06
สวีตเซอร์แลนด์	3738	3427	5926	2525	5.46	4.51	7.34	3.1	9.07	-	134.69
จีน	3724	4230	3488	3747	5.44	5.56	4.32	4.59	-11.96	21.27	-6.91
เยอรมนี	2500	2736	3174	3532	3.65	3.60	3.93	4.33	-8.63	-13.8	-10.14
เบลเยียม	1881	2411	1452	2008	2.75	3.17	1.8	2.46	-21.98	66.05	-27.69
ไทย	1205	1303	1198	2249	1.76	1.71	1.48	2.76	-7.52	8.76	-46.71
ประเทศอื่นๆ	6695	19166	16063	18233	9.78	25.2	19.9	22.35	-65.07	19.32	-11.90
ทั้งหมด	68436	76061	80727	81578	100	100	100	100	-10.02	-5.78	-1.04

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

ตารางแสดงการพัฒนาล่าสุดของการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับทอง HS 7113 19 มายังสาธารณรัฐเช็ก

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (พัน USD)		ส่วนแบ่งของตลาด (%)		การเติบโต (%)
	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559
ตุรกี	3952	2105	28.65	16.45	87.74
อิตาลี	2393	2920	17.35	22.81	-18.05
ฝรั่งเศส	1585	1726	11.49	13.49	-8.17
เยอรมนี	1051	329	7.62	2.57	219.45
สวีตเซอร์แลนด์	762	783	5.52	6.12	-2.68
จีน	745	615	4.40	4.81	21.14
สโลวาเกีย	615	235	4.46	1.84	161.70
สเปน	519	72	3.76	0.56	620.83
สหรัฐอเมริกา	433	434	3.14	3.39	-0.23
ไทย	336	272	2.44	2.13	23.53
ประเทศอื่นๆ	1403	3308	10.17	25.85	-57.59
ทั้งหมด	13794	12799	100	100	7.77

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

ผู้นำสินค้าเครื่องประดับทองในตลาดนั้นคือประเทศอิตาลีด้วยส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 24.8 ในปี 2558 ตุรกีด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20 ตามมาเป็นผู้นำอันดับที่สอง ผู้นำอันดับที่สามคือประเทศฝรั่งเศสด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 14.9 ส่วนผู้ค้าดั้งเดิมอย่างประเทศสวิตเซอร์แลนด์และเยอรมนีนั้นมีส่วนแบ่งการตลาดที่ต่ำลง ในขณะที่ประเทศจีนมีส่วนแบ่งที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 สำหรับประเทศไทยนั้นนับว่าเป็นหนึ่งในสิบผู้ค้าเครื่องประดับทองในสาธารณรัฐเช็กโดยมีส่วนแบ่งตลาดเกือบร้อยละ 2 ในปี 2558

ในด้านของการพัฒนาการนำเข้าของสินค้าเครื่องประดับทองในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2559 (มกราคม ถึง มีนาคม) มีมูลค่าการนำเข้าที่เติบโตขึ้นทั้งหมดรวมกันร้อยละ 8 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.44 ในช่วงนี้และการนำเข้าจากประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 23.5 ประเทศตุรกีก้าวขึ้นมาแทนที่ประเทศอิตาลีในด้านของผู้นำตลาด โดยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้ถึงร้อยละ 29 ตามด้วยประเทศฝรั่งเศสด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11.5 ครองอันดับที่สาม อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าส่วนแบ่งตลาดของประเทศอิตาลีจะตกลงมาอยู่ที่ร้อยละ 17.4 แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าประเทศตุรกีจะครองตำแหน่งผู้นำได้จนถึงสิ้นปีเพราะว่าสถิติข้างต้นอยู่ในเพียงแค่ไตรมาสแรกของปีเท่านั้น

ตารางแสดงภาพรวมของการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับเงิน HS7113 11 มายังสาธารณรัฐเช็กในช่วงปี 2012 ถึง 2015

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (พัน USD)				ส่วนแบ่งของตลาด (%)				การเติบโต (%)		
	2558	2557	2556	2555	2558	2557	2556	2555	2558	2557	2556
ไทย	13427	10120	7680	5071	60.50	40.26	38.43	29.64	32.68	31.77	51.45
จีน	4242	4107	6089	3530	19.11	16.34	30.47	20.63	3.29	-32.55	72.49
อิตาลี	810	1772	1212	1790	3.65	7.05	6.06	10.46	-	54.29	46.20
เยอรมนี	686	726	945	1308	3.09	2.89	4.73	7.65	-5.51	-23.17	-27.75
ฮ่องกง	654	1391	1189	1269	2.95	5.53	5.95	7.42	-	52.98	16.99
ตุรกี	627	1145	4052	1625	2.82	4.56	5.26	9.50	-	45.24	8.84
โปแลนด์	535	304	68	11	2.41	1.21	0.34	0.06	75.99	347.06	518.18
สหรัฐอเมริกา	253	333	214	274	1.14	1.32	1.07	1.60	-	24.02	55.61
ฝรั่งเศส	212	143	141	302	0.96	0.57	0.71	1.77	48.25	1.42	-53.31

อินเดีย	168	220	323	224	0.76	0.88	1.62	1.31	- 23.64	-31.89	44.20
ประเทศอื่นๆ	581	4876	1073	1705	2.62	19.40	5.37	9.97	- 88.08	354.43	-37.07
ทั้งหมด	22195	25137	19986	17109	100	100	100	100	- 117.0	25.77	16.82

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

ตารางแสดงการพัฒนาล่าสุดของการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับเงิน HS 7113 11 มายังสาธารณรัฐเช็ก

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (พัน USD)		ส่วนแบ่งของตลาด (%)		การเติบโต (%)
	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559
ไทย	4037	2841	73.52	62.72	42.10
จีน	575	835	10.47	18.43	-31.14
เยอรมนี	259	164	4.72	3.62	57.93
อิตาลี	143	97	2.60	2.14	47.42
โปแลนด์	117	134	2.13	2.96	-12.69
ตุรกี	83	110	1.51	2.43	-24.55
ฮ่องกง	69	125	1.26	2.76	-44.80
สหรัฐอเมริกา	53	43	0.97	0.95	23.26
ฝรั่งเศส	35	31	0.64	0.68	12.90
อินเดีย	34	22	0.62	0.49	54.55
ประเทศอื่นๆ	86	128	1.57	2.83	-32.81
ทั้งหมด	5491	4530	100	100	21.21

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

ในส่วนของเครื่องประดับเงินนั้น ประเทศไทยคือผู้นำตลาดด้วยส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 60.5 ในปี 2558 ประเทศอิตาลีเคยเป็นอันดับสองในอดีต ทั้งนี้ตั้งแต่ปี 2552 ประเทศจีนได้ก้าวขึ้นมาแทนที่ ส่วนแบ่งตลาดของประเทศอิตาลีมีการปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 10 และมีการลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงร้อยละ 3.7 ในปี 2558

สำหรับสถานการณ์ในปี 2559 ในช่วงไตรมาสแรกนั้น การนำเข้าทั้งหมดของสินค้าเครื่องประดับเงินมีการปรับตัวลงร้อยละ 21 แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยสามารถดำรงตำแหน่งผู้นำตลาดไว้ได้ โดยการเติบโตของการ

นำเข้าจากประเทศไทยนับเป็นร้อยละ 42 และส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 73.5 สาเหตุที่ประเทศไทยสามารถคงตำแหน่งไว้ได้เป็นผลมาจากสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิตของ PANDORA ในประเทศไทย รวมถึงความต้องการที่เพิ่มของสินค้า PANDORA ที่มีการโฆษณาในสาธารณรัฐเช็ก ถึงแม้ว่าการนำเข้าของสินค้าจากประเทศจีนจะลดลงถึงร้อยละ 31.1 ประเทศจีนยังสามารถดำรงตำแหน่งผู้นำตลาดอันดับสองไว้ได้ ในขณะที่เดียวกันประเทศเยอรมนีได้ก้าวมาเป็นผู้นำตลาดอันดับสามแทนที่ประเทศอิตาลีด้วยส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 4.7

ตารางแสดงภาพรวมของการนำเข้าเครื่องประดับอัญมณีเทียม HS7117 มายังสาธารณรัฐเช็กในช่วงปี 2555 ถึง 2558

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (พัน USD)				ส่วนแบ่งของตลาด (%)				การเติบโต (%)		
	2558	2557	2556	2555	2558	2557	2556	2555	2558	2557	2556
จีน	19365	17762	16833	17395	53.87	46.00	32.53	37.17	9.02	5.52	-3.23
ไทย	4986	4742	4805	4386	13.87	12.28	9.29	9.37	5.15	-1.31	9.55
เยอรมนี	4202	2605	13879	14418	11.69	6.75	26.82	30.81	61.31	-81.23	-3.74
ฮ่องกง	1163	1461	3964	614	3.24	3.78	7.66	1.31	-20.40	-63.14	545.60
ออสเตรีย	1091	5407	5609	3044	3.03	14.00	10.84	6.50	-79.82	-3.60	84.26
เวียดนาม	808	398	94	28	2.25	1.03	0.18	0.06	103.02	323.40	235.71
ฝรั่งเศส	631	687	806	678	1.76	1.78	1.56	1.45	-8.15	-14.76	18.88
อิตาลี	618	539	513	511	1.72	1.40	0.99	1.909	14.66	5.07	0.39
อินเดีย	404	252	272	374	1.12	0.65	0.53	0.80	60.32	-7.35	-27.27
สโลวาเกีย	174	845	1389	1688	0.48	2.19	2.68	3.61	-79.41	-39.16	-17.71
ประเทศอื่นๆ	2506	3918	422	3663	6.97	10.15	0.82	7.83	-36.04	828.44	-88.48
ทั้งหมด	35948	38616	51748	46799	100	100	100	100	-6.91	-25.38	10.58

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

ตารางแสดงการพัฒนาล่าสุดของการนำเข้าเครื่องประดับอัญมณีเทียม HS 7117 มายังสาธารณรัฐเช็ก

ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (พัน USD)		ส่วนแบ่งของตลาด (%)		การเติบโต (%)
	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559
จีน	3946	3547	53.51	52.05	11.25
เยอรมนี	961	720	13.03	10.56	33.47
ไทย	753	884	10.21	12.97	-14.82

อินเดีย	234	85	3.17	1.25	175.29
เวียดนาม	211	51	2.86	0.75	313.73
ฮ่องกง	204	197	2.77	2.89	3.55
ฝรั่งเศส	195	137	2.64	2.01	42.34
อิตาลี	134	199	1.82	2.9	-32.66
โปแลนด์	126	74	1.71	1.09	70.27
ออสเตรีย	120	351	1.63	5.15	-65.81
ประเทศอื่นๆ	491	570	6.66	8.36	-13.86
ทั้งหมด	7375	6815	100	100	8.22

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

การนำเข้าทั้งหมดของสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเทียมในสาธารณรัฐเช็กลดลงโดยภาพรวมร้อยละ 7 ในปี 2558 ผู้ค้ารายใหญ่ของสินค้านี้คือประเทศจีนด้วยส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 54 ตามด้วยประเทศไทยที่มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 14 ประเทศเยอรมนีครองตำแหน่งผู้นำตลาดอันดับสามด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 11.7 สำหรับผู้ค้าดั้งเดิมอย่างประเทศออสเตรียกลับมีตัวเลขการนำเข้าที่ไม่สูงมากนัก โดยมีส่วนแบ่งตลาดแค่เพียงร้อยละ 3 ประเทศออสเตรียเป็นผู้ค้ารายหลักสำหรับเครื่องประดับเพชร SWAROWSKI ทั้งนี้ส่วนแบ่งตลาดที่น้อยลงนั้นมาจากการเติบโตของผู้ผลิตท้องถิ่นในสาธารณรัฐเช็ก เช่น PRECIOSA

สำหรับสถานการณ์ของตลาดสินค้านี้ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2559 นั้น การนำเข้าในสาธารณรัฐเช็กทั้งหมดมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 แต่อย่างไรก็ตาม การนำเข้าจากประเทศไทยกลับมีการปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 14.8 และประเทศไทยอยู่ในอันดับที่สามในด้านของผู้นำตลาด รองจากประเทศจีนและเยอรมนี โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.2

สินค้านี้เป็นที่นิยมมากในกระแสแฟชั่นในช่วงที่ผ่านมาเนื่องจากมีราคาที่ถูกกว่าสินค้าเครื่องประดับชนิดอื่น อีกทั้งการนำเข้าที่เป็นเรื่องง่าย ไม่ยุ่งยาก เพราะไม่ต้องกระทำการผ่านสำนักงานการตรวจสอบในประเทศ

2.4 การนำเข้าสินค้าอัญมณีจากประเทศไทย

ตารางแสดงสรุปการนำเข้าของเครื่องประดับอัญมณีจากประเทศไทยในสาธารณรัฐเช็กในช่วงปี 2555 - 2558

H.S.	สินค้า	2555	2556	2557	2558	การเติบโตในปี 2557 (%)	การเติบโตในปี 2558 (%)
7113 11	เครื่องประดับเงิน	5071	7680	10120	13427	31.8	32.7
7113 19	เครื่องประดับทอง	2249	1198	1303	1205	8.8	-7.5
7117	เครื่องประดับอัญมณีเทียม	4386	4805	4742	4986	-1.3	5.1
7104	หินอัญมณีต่างๆ	234	162	101	94	-37.7	-6.9
7103	หินอัญมณีแปรรูปต่างๆ	202	281	173	230	-38.4	32.9
71	รวมการนำเข้าทั้งหมดจากประเทศไทย	13233	14792	17084	23731	15.5	38.9

แหล่งที่มา The Czech Statistical Office พฤษภาคม 2559

ในด้านของโครงสร้างการนำเข้าสินค้าอัญมณีจากประเทศไทยในปี 2558 นั้น สินค้าเครื่องประดับเงินเป็นสินค้านำเข้าที่มีมูลค่าสูงสุดอันดับแรกโดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 57 สินค้าเครื่องประดับอัญมณีเทียมตามมาเป็นอันดับที่สองด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 21 และอันดับที่สามคือสินค้าเครื่องประดับทองด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5 สำหรับหินอัญมณีต่างๆนั้นมีส่วนแบ่งตลาดที่น้อยลงในปีก่อนๆ แต่ในปี 2558 ได้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 1.36

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับสินค้าเครื่องประดับเงินและทองนั้น ผู้นำเข้าส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยการค้าแบบเหมา โดยจะทำการนำสินค้าทั้งคอลเลกชันมารวมกันเพื่อเข้าสู่กระบวนการค้าต่อไป โดยสินค้าในคอลเลกชันอาจจะประกอบด้วยสินค้าต่าง ๆ กันเช่นเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับทองที่ถูกนำเข้ามาจากหลายๆประเทศ ทั้งนี้บริษัทนำเข้าส่วนใหญ่จะมีร้านค้าปลีกของตนเอง เช่น บริษัท **KLENOTY AURUM Co.** (www.klenotyaurum.cz) ซึ่งเป็นบริษัทนำเข้าและค้าเหมาสินค้าเครื่องประดับทองและเงิน รวมถึงนาฬิกาด้วย โดยบริษัทนี้มีเครือข่ายร้านค้าปลีกมากถึง 46 ร้านในสาธารณรัฐเช็ก โดยตั้งอยู่ในกรุงปราก 15 ร้านด้วยกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจอัญมณีหลายแห่งต้องปิดตัวลง แต่นั่นก็ไม่ส่งผลกระทบต่อ KLENOTY AURUM หากแต่บริษัทนี้มีจำนวนร้านค้าปลีกเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี โดยบริษัทนี้มีพนักงาน 187 คนและมีรายได้รวมกว่า 20 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี

CEDRUS (www.svetprstenu.cz) ถูกจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดยถูกบริหารโดยผู้นำเข้าสินค้าเครื่องประดับเงินรายใหญ่ของสาธารณรัฐเช็ก บริษัทนี้มีพนักงานรวม 40 คน และร้านค้าปลีก 16 ร้าน รวมถึงร้านค้าออนไลน์ด้วย โดยระบบการขายของบริษัทนี้จะขายในรูปแบบเหมาซึ่งเน้นไปที่เครื่องประดับเงินและเครื่องประดับสแตนเลส ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ของ CEDRUS ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และจัดจำหน่ายภายใต้ชื่อของ PARADOX โดยร้านค้า 7 แห่งถูกตั้งอยู่ในกรุงปราก และ 2 แห่งในเมืองเบอร์โนจากจำนวนทั้งหมด 16 แห่ง ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายของ CEDRUS คือกลุ่มวัยรุ่น และคนรุ่นใหม่ สิ่งที่น่าสนใจ คือ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกสำคัญให้กับบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังนำเข้าสินค้าจากประเทศ จีน ฮองกง และอิตาลี อีกด้วย เมื่อเทียบเป็นสัดส่วนจะเห็นได้ว่า ร้อยละ 80 ของสินค้าทั้งหมดถูกนำเข้าจากทวีปเอเชีย โดยส่วนใหญ่จากประเทศไทย สาเหตุมาจากการที่บริษัทประทับใจในคุณภาพและการออกแบบของสินค้าเครื่องประดับเงิน รวมถึงความน่าเชื่อถือของลูกค้าจากประเทศไทยอีกด้วย

ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 ผู้ผลิตรายใหญ่ต่างๆ มักจะเปิดร้านค้าปลีกของตนเอง โดยเฉพาะสินค้าเครื่องประดับทอง เช่น บริษัทสัญชาติเช็ก SOLITER (www.soliter.cz) ที่มีร้านค้าปลีกถึง 17 ร้าน และร้านค้าส่งกว่า 500 แห่ง บริษัทนี้ถูกจัดตั้งมากกว่า 117 ปี โดยในปัจจุบันบริษัทมีพนักงานทั้งหมด 150 คน และมีผลประกอบการกว่า 24 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี นอกจากนี้บริษัท GRANET (www.granet.eu) ผู้ผลิตเครื่องประดับอัญมณีโกเมนโบฮีเมียที่ใหญ่ที่สุดและเป็นเจ้าของเหมืองโกเมนเพียงหนึ่งเดียวของสาธารณรัฐเช็ก ยังได้ทำการเปิดร้านค้าปลีก 7 ร้านด้วย อย่างไรก็ตามบริษัทยังจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายเช่นกัน ผลประกอบการของบริษัทนี้มีมูลค่า 8 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี โดยมีพนักงานกว่า 260 คน ทั้งนี้บางบริษัทผู้ผลิตเครื่องประดับในสาธารณรัฐเช็กยังดำเนินการ

นำเข้า ค้าส่ง รวมถึงขายปลีกด้วยตนเอง เพราะบริษัทเหล่านี้มีลูกค้าของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาภาคส่วนอื่น เช่น บริษัท BENET ที่ผลิตแหวนแต่งงานในสาธารณรัฐเช็ก (www.benetgold.cz) ที่มีร้านค้าปลีกของตนเอง 6 ร้าน อีกทั้งบริษัท ALO JEWELRY (www.alo.cz) ที่มีร้านค้าปลีกอีก 8 ร้าน บริษัท ALO JEWELRY มีพนักงานทั้งหมด 51 และมุ่งเน้นไปที่เครื่องประดับเพชร

กระแสการจัดตั้งร้านค้าปลีกของตัวบริษัทผู้ผลิตต่างๆ มีความชัดเจนและความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ในช่วงเวลาเดียวกัน หลายภาคอุตสาหกรรมได้มีการผลิตสินค้าเทียมในจำนวนที่มากขึ้น ผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ทำให้ลูกค้าขาดความมั่นใจในสินค้า และทำให้จำนวนลูกค้าลดลงอย่างมาก อย่างไรก็ตามร้านค้าปลีกเหล่านี้เน้นเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทรวมทั้งเป็นการเพิ่มความมั่นใจจากลูกค้าว่าจะได้สินค้าที่มีคุณภาพจากบริษัทจริงๆ อีกทั้งยังเป็นการดึงดูดลูกค้าที่หายไปอีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตยังมีการจัดทำระบบการค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ผู้ค้าปลีกหรือลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้นภายใต้ข้อกำหนดบางประการ โดยจะเห็นได้จาก บริษัท CARLO ROMANI (www.carloromani.cz) เป็นตัวอย่าง

สถานการณ์เฉพาะ ในศูนย์กลางเมืองหลวง กรุงปราก

สำหรับภาคส่วนธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีนั้นอัตราการขายมีสัดส่วนที่มากขึ้นอันเนื่องมาจากร้านค้าต่างๆ ในกรุงปราก ร้านค้ามากกว่า 50 ร้านมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ ลูกค้าส่วนใหญ่มาจากประเทศรัสเซีย ซึ่งนำเข้าเครื่องประดับอัญมณีด้วยมูลค่าภาษีที่สูง

อย่างไรก็ตาม ร้านค้าเหล่านี้ดำเนินการโดยชาวอิตาลี โดยเจ้าของหนึ่งคนมักจะเปิดร้านค้าประมาณ 2 ถึง 5 ร้าน จากการสำรวจของสำนักงานการส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก พบว่า กลุ่มคนเหล่านี้มีจริยธรรมที่ไม่สูงมากนัก โดยส่วนใหญ่จะกระทำธุรกิจโดยไม่เป็นธรรม เช่น การขายสินค้าเทียม สินค้าปลอมแปลงต่างๆ โดยจะกดราคาให้ต่ำลงเพื่ออุปสงค์ที่มากขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยนั้นจะความสนใจในสินค้าเครื่องประดับเงินและหินโกเมน โดยหินโกเมนนั้นเป็นอัญมณีท้องถิ่นของสาธารณรัฐเช็ก โดยนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการซื้ออัญมณีนี้เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

ทางสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก ขอแนะนำให้เพิ่มความระมัดระวัง หากต้องการจะทำการซื้อขายกับคนกลุ่มนี้ รวมทั้งระมัดระวังเรื่องการจัดส่งสินค้าและการชำระเงินไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตาม

4. พฤติกรรมการบริโภคสินค้า

อ้างอิงจากผลการสำรวจครัวเรือนในสาธารณรัฐเช็กโดย บริษัท Median พบว่า ผู้หญิงมีส่วนการครอบครองเครื่องประดับอัญมณีในร้อยละ 54.9 ในขณะที่ผู้ชายมีส่วนร้อยละ 45.1

อัตราเงินเดือนมีผลกระทบโดยตรงต่อการครอบครองเครื่องประดับอัญมณี โดยจะเห็นได้ชัดจากการที่ผู้ครอบครองสินค้าประเภทนี้ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงปรากและเมืองใหญ่ที่มีครัวเรือนมากกว่า 100,000 หลังขึ้นไป

ในส่วนของกลุ่มอายุของผู้บริโภคสินค้านั้น กลุ่มที่ครอบครองสินค้าเครื่องประดับอัญมณีมากที่สุดจะอยู่ในช่วง 14 ถึง 29 ปี และ 40 – 49 ปี เมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น ความสนใจในเครื่องประดับเหล่านี้ก็ลดลงน้อยด้วยเช่นกัน โดยสามารถตรวจสอบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรเช็กได้ในตารางด้านล่าง

ประชากรในสาธารณรัฐเช็ก แบ่งตามเพศ และกลุ่มอายุ

กลุ่มอายุ	ผู้หญิง	ผู้ชาย	รวมทั้งหมด
จำนวนทั้งหมด	5,363,971	5,168,799	10,532,770
0 – 4	221,425	233,595	455,020
5 – 9	293,856	309,844	603,700
10 – 14	316,702	331,772	648,474
15 – 19	341,419	358,088	699,507
20 – 29	839,866	874,815	1,714,671
30 – 39	665,909	693,112	1,359,021
40 – 49	756,778	759,171	1,515,949
50 – 59	722,977	658,847	1,408,824
60 +	1,060,883	750,487	1,811,370

แหล่งที่มา Statistical Yearbook of the Czech Republic

อ้างอิงจากผลสำรวจที่กล่าวถึงก่อนหน้านี้ ผู้ซื้อสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเพศหญิงมีส่วนถึงร้อยละ 65.3 เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ซื้อทั้งหมด ทั้งนี้ Assay Office of the Czech Republic ได้ให้ข้อมูลว่า จากจำนวนการขายสินค้าเครื่องประดับทั้งหมดนั้น ความต้องการซื้อสินค้าประเภทแหวนมีมากที่สุด โดยสามารถตรวจสอบได้จากตารางด้านล่าง

ประเภทของสินค้าเครื่องประดับ	ส่วนแบ่งของสินค้าต่อ จำนวนการขาย ทั้งหมด
แหวน	29.6%
สร้อยคอ	29.3%
ต่างหู	21.3%
สร้อยข้อมือ	6.7%

5. ตลาดทองถิ่นและราคา

ในสาธารณรัฐเช็ก สินค้าอัญมณีต่างๆถูกใช้เป็เครื่องประดับแฟชั่นมากกว่าการลงทุนเพื่ออนาคตหรือการออมทรัพย์ มาตั้งแต่ในอดีต

ในปี พ.ศ. 2558 ค่าประมาณของน้ำหนักอัญมณีทองที่สามารถผลิตได้อยู่ที่ 2.16 กรัม ต่อชิ้น ในขณะที่น้ำหนักของการนำเข้าต่อชิ้นอยู่ที่ 1.71 กรัม ในส่วนของเครื่องประดับเงินนั้นค่าเฉลี่ยของน้ำหนักที่สามารถผลิตได้อยู่ที่ 9.21 กรัม ในขณะที่ค่าเฉลี่ยการนำเข้าอยู่ที่ 6.24 กรัม โดยเครื่องประดับเงินเหล่านี้มีความนิยมมากในหมู่วัยรุ่นและวัยกลางคน

สำหรับกระแสแฟชั่นชั้นในสาธารณรัฐเช็กนั้นมีแนวโน้มที่จะได้รับอิทธิพลจากประเทศอิตาลี โดยในหลายปีที่ผ่านมากระแสความนิยมของเครื่องประดับคือ อัญมณีทองต้องมีส่วนประกอบของทองคำขาวและทองคำสีเหลือง ผสมกับหินสีต่างๆ ทั้งนี้ในปัจจุบันรูปแบบดังกล่าวก็ยังได้รับความนิยมอยู่ แต่หินหลากสีก็มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

หินที่ถูกใช้มากที่สุดใเครื่องประดับคือ หินสังเคราะห์ โดยเฉพาะ Cubic Zirconia ทั้งสีขาว สีใส และเฉดสีฟ้าต่างๆ สำหรับหินตามธรรมชาติที่ได้รับความนิยม คือ ทับทิม ไพลิน มรกต และหิน โกเมน

สำหรับเครื่องประดับทองถิ่นของสาธารณรัฐเช็กนั้นจะเป็นเครื่องประดับอัญมณีทองและหิน โกเมน โดยหินโกเมนนั้นเป็นอัญมณีขึ้นชื่อของสาธารณรัฐเช็ก ซึ่งมีผู้จัดการเหมืองอย่างถูกกฎหมายเพียงรายเดียวเท่านั้น คือ บริษัท GRANAT และเนื่องจากเหตุผลทางด้านราคา บริษัทเครื่องประดับบางแห่งยังนำเข้าหินโกเมนจากประเทศไทยด้วยเช่นกัน

สำหรับราคาของเครื่องประดับทองและเงินนั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก แนะนำให้ตรวจสอบได้จากเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ด้านล่าง

www.lauraverdi.cz	สำหรับเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับชุดต่างๆ
www.zlatnictvi.com	สำหรับเครื่องประดับทองและเครื่องประดับสแตนเลส
www.zlato-stribro.cz	สำหรับเครื่องประดับทองและเครื่องประดับเงิน
www.sperkyonline.cz	สำหรับเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับอัญมณีเทียม
www.silver025.cz	สำหรับเครื่องประดับเงิน

ตลาดนำเข้าสินค้าเครื่องประดับเงินนั้นมีแนวโน้มที่แยกลงในหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีผู้นำเข้ารายเล็กเข้ามาเพิ่มมากขึ้นในตลาด ทำให้การแข่งขันมีอัตราที่สูงขึ้นจนผู้นำเข้าหลายรายต้องถอนตัวจากตลาดในส่วนนี้ไป

เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าในสาธารณรัฐเช็ก

เกรดของสินค้าเครื่องประดับถูกกำหนดโดยระบบตรารับรองและกฎหมายว่าด้วยการนำเข้าสินค้าที่ทำจากอัญมณีต่างๆ โดยเกรดของความบริสุทธิ์ แบ่งได้ดังนี้

ทอง: 999, 986, 900, 750, 585/1000

เงิน: 999, 959, 925, 900, 835, 800/1000

ทองคำขาว: 999, 950, 900, 850, 800/1000

สินค้าทำจากทองและเงินที่ถูกขายเป็นสินค้าเก่า ไม่ว่าจะป็นร้านขายของเก่า ร้านขายของมือสอง จะต้องมีการตรวจความบริสุทธิ์อยู่ที่ 333/1000 ขึ้นไปสำหรับทอง และ 500/1000 ขึ้นไปสำหรับเงิน

ตรารับรองคุณภาพสินค้าสำหรับสินค้าทองและเงินในสาธารณรัฐเช็ก จะมีรูปแบบดังนี้

สำหรับสินค้าทอง เทียบตามเกรดความบริสุทธิ์



สำหรับสินค้าเงิน เทียบตามเกรดความบริสุทธิ์



6. ระเบียบการนำเข้า ภาษีศุลกากร และภาษีมูลค่าเพิ่ม

สาธารณรัฐเช็กได้เข้าเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี 2557 ด้วยเหตุนี้กฎระเบียบการนำเข้า ภาษีศุลกากร และ ภาษีมูลค่าเพิ่มจึงถูกนำมาใช้ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา โดยสังเกตตัวอย่างได้จากตารางด้านล่าง

กำแพงภาษีของสหภาพยุโรป สำหรับสินค้าเครื่องประดับที่มีต้นกำเนิดจากประเทศไทย

รหัส H.S.	คำอธิบาย	ภาษีสำหรับประเทศไทย
7113 1100	สินค้าเครื่องประดับเงิน	2.5 %
7113 1900	สินค้าเครื่องประดับทอง	2.5 %
7103 1000	อัญมณีล้ำค่า, กึ่งล้ำค่า (ยังไม่ผ่านการผลิต)	0 %
7103 9100	ทับทิม ไพลิน และ มรกต	0 %
7103 9900	อัญมณีชนิดอื่นๆ	0 %
7104 1000	อัญมณีสังเคราะห์ Piezo Electric Quartz	0 %
7104 2000	อัญมณีสังเคราะห์ที่ยังไม่ผ่านการผลิต	0 %
7104 9000	อัญมณีสังเคราะห์ชนิดอื่นๆ	0 %
7117 19	สินค้าเครื่องประดับเทียมจากแร่ต่างๆ	4 %

แหล่งที่มา EU TARIC 2559

ข้อมูลสำหรับภาษีศุลกากรและข้อจำกัดที่เป็นไปได้ สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ของสหภาพยุโรปเกี่ยวกับเรื่อง ระเบียบการนำเข้า ภาษีศุลกากร และภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยตรง ตามที่อยู่ด้านล่าง

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric

ทั้งนี้อัญมณีที่ถูกนำเข้าทั้งหมดต้องถูกตรวจสอบโดย Czech Assay Office ทั้งหมด ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม โดยการตรวจสอบจะดำเนินการผ่านระบบตราสัญลักษณ์ที่แสดงระดับของความวิจิตร สำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปด้วยกันนั้น สาธารณรัฐเช็กได้ยอมรับการตรวจสอบจาก 14 ประเทศสมาชิกเท่านั้น นอกจากนี้ ภาษีมูลค่าเพิ่มที่สาธารณรัฐเช็กกำหนดสำหรับสินค้าเครื่องประดับอยู่ที่ ร้อยละ 21

7. โอกาสสำหรับประเทศไทย

ประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกสูงสุดอันดับมาซึ่งสาธารณรัฐเช็ก โดยมีสินค้าที่สำคัญคือ เครื่องประดับเงิน ด้วยส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 60.5 ในปี 2558 ซึ่งนับว่าเป็นส่วนแบ่งตลาดที่มีความมั่นคงมาก สำหรับสินค้าเครื่องประดับทองนั้น สาธารณรัฐเช็กนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยในอันดับที่ 10 ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.8 ในปี 2558 ในแง่ของเครื่องประดับชุดประเทศไทยเป็นผู้นำเข้าสินค้าที่สำคัญเป็นอันดับที่ 2 ในสาธารณรัฐเช็กด้วยส่วนแบ่งตลาดที่มั่นคงและมีแนวโน้มที่จะเติบโตเรื่อยๆ โดยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ ร้อยละ 14 ในปี 2558 เช่นกัน

ประเทศไทยยังเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในแง่ของเครื่องประดับเงินในกลุ่มผู้ค้า ผู้ผลิตสินค้าเครื่องประดับในสาธารณรัฐเช็ก อย่างไรก็ตาม ลูกค้าที่ซื้อเครื่องประดับเป็นกลุ่มสุดท้ายมักจะไม่ทราบว่าสินค้านี้ผลิตจากประเทศไทย ดังนั้นการให้ความสำคัญกับความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจึงนับว่ายังจำเป็นอยู่มาก

ในแง่ของสินค้าเครื่องประดับทองนั้น ประเทศไทยไม่ได้มีบทบาทในการส่งออกสินค้าประเภทนี้สู่ยุโรปมากนัก เพราะฉะนั้นการทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าประเภทนี้ได้จึงมีความสำคัญมาก นอกจากนี้สินค้าประเภทอัญมณี ยังประสบภาวะเดียวกันอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ กรมการส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก จึงขอเสนอให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมุ่งเน้นไปยังตลาดสินค้าที่มีความหรูหรา เนื่องจากตลาดดังกล่าวมีการพัฒนามาก่อนที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจและมีแนวโน้มว่าจะกลับมามีบทบาทมากอีกครั้ง

ก้าวแรกของผู้ส่งออกจากประเทศไทย ควรเริ่มที่การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นในสาธารณรัฐเช็กที่เกิดจากความร่วมมือของผู้นำเข้าท้องถิ่นและผู้ค้าเหมาต่างๆ ผ่านสมาคมสินค้าเครื่องประดับของประเทศ ทางสำนักงานฯ ยังแนะนำให้มีการทำโฆษณาผ่านหนังสือแม็กกาซีนรายเดือนที่เกี่ยวกับเครื่องประดับโดยตรง เช่น KLENOTNIK – HODINAR (www.klenotnik.com)

นอกจากนั้น การติดตามแฟชั่นชั้นนำของยุโรปโดยตรงยังมีความสำคัญมาก โดยสามารถมุ่งเน้นไปยังแฟชั่นจากประเทศอิตาลี เนื่องจากสินค้าเครื่องประดับจากประเทศอิตาลีมีความโด่งดังมากในกลุ่มลูกค้าชาวเช็ก สำหรับเครื่องประดับเงินนั้น ผู้ออกแบบจากประเทศเนเธอร์แลนด์ยังมีชื่อเสียงมากเช่นกัน

8. ข้อมูลเพิ่มเติม

Assay Office ของสาธารณรัฐเช็ก

การรับรองมาตรฐานและการตรวจสอบแร่/ อัญมณีต่างๆในสาธารณรัฐเช็ก ถูกดำเนินการโดย Assay Office ของประเทศ โดยสำนักงานฯจะนำเสนอระเบียบแบบแผนที่กำหนดขึ้นโดยกฎหมายเฉพาะ นอกจากนั้นแล้ว สำนักงานฯยังเป็นสมาชิกของสมาคม Assay Office แห่งยุโรปอีกด้วย

การควบคุมส่วนการรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วยการตรวจคุณภาพของควมวิจิตรและการกำหนดเงื่อนไขการจัดการสินค้านั้นๆ โดยกระทำผ่าน Hallmarking and Assay Act อันว่าด้วยการปิดผนึก การรับรองคุณภาพ และ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดยผลของการตรวจสอบนั้นถือว่าเป็นมาตรฐานที่เหมาะสมที่สุด

ทางสำนักงานฯ ยังทำการตรวจสอบไปถึงผู้ผลิต เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในแหล่งที่มาของสินค้านั้น รวมถึงกระบวนการเข้าสู่การตรวจสอบอีกด้วย นอกจากนี้ การตรวจสอบยังดำเนินไปอย่างพิถีพิถัน โดยจะต้องมั่นใจว่าคุณสมบัติของสินค้าที่จะออกขายสู่ตลาดนั้นต้องผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำที่สำนักงานกำหนดไว้สำหรับสินค้าแต่ละประเภท

ในแง่ของผู้ค้า สำนักงานฯจะดำเนินการตรวจสอบให้มั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นนั้นผ่านการรับรองจากระบบที่สำนักงานกำหนด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าในคลังหรือสินค้าที่วางแผนในตลาดแล้วก็ตาม สำนักงานฯยังมีหน้าที่ในการตรวจสอบผู้ค้าปลีกให้มั่นใจว่าผู้ค้าทุกรายได้ผ่านการลงทะเบียนการเสียภาษีอย่างถูกต้องและจะไม่ยอมรับการหลีกเลี่ยงการเสียภาษีหรือการนำเสนอสินค้าที่นอกจากมาตรฐานโดยเด็ดขาด

ช่องทางการติดต่อ Assay Office ในสาธารณรัฐเช็ก

PUNCOVNI URAD – ASSAY OFFICE

Kozi 4

110 00 Praha 1

Tel: +420 225 982 111

Fax: +420 224 812 447

Director General: Me.Ing. Martin Novotny

Internet Website: www.puncovniurad.cz

สมาคมเครื่องประดับแห่งสาธารณรัฐเช็ก

สมาคมผู้ค้าเครื่องประดับและนาฬิกาของสาธารณรัฐเช็กได้ถูกจัดตั้งขึ้นตั้งตั้งแต่ปี 2540 โดยในปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 37 ราย ทั้งนี้สมาคมฯยังเป็นศูนย์รวมช่างทอง ช่างทำเครื่องประดับ นาฬิกา และสินค้าอื่นๆในกระบวนการผลิต ที่มีฝีมือ การนำเข้าและการส่งออกสินค้าเครื่องประดับ ทอง หรือ เงิน บางส่วน ยังดำเนินการโดยสมาคมเช่นกัน

ช่องทางการติดต่อ สมาคมเครื่องประดับแห่งสาธารณรัฐเช็ก

SDRUZENI KLENOTNIKU A HODINARU CR

Association of Jewellers and Watchmakers of the Czech Republic

Kozi ul. 4

110 00 Praha 1

Tel: +420 603 882 783, +420 724 333 225

E-mail: jan.hlavac@skhcr.cz

Internet Website: www.skhcr.cz

Contact Person: Me.Ing. Jam Hlavac (Secretary General)

9. งานแสดงสินค้าในสาธารณรัฐเช็ก

งานจัดแสดงสินค้าเครื่องประดับที่โดดเด่นที่สุดของสาธารณรัฐเช็ก คือ งาน HODINY A KLENOVY – WATCHES AND JEWELS โดยงานดังกล่าวเป็นนิทรรศการแสดงสินค้านานาชาติที่มุ่งเน้นการแสดงผลงานประเภท นาฬิกาข้อมือ นาฬิกา สินค้าเครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทอง และสินค้านานาชนิดประเภทต่างๆ โดยงานแสดงสินค้านี้จะจัดขึ้นใน Prague Exhibition Grounds ในกรุงปราก เขต 7

ในปีที่ผ่านมา ผู้แสดงสินค้าที่เข้าร่วมนิทรรศการทั้งหมดมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 203 ราย โดยประกอบด้วยผู้แสดงสินค้าจากประเทศ ออสเตรีย ออสเตรเลีย เบลเยียม สาธารณรัฐเช็ก ฝรั่งเศส เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฮังการี อิตาลี ญี่ปุ่น มาเลเซีย โปแลนด์ สโลวาเกีย สวิตเซอร์แลนด์ และ สหรัฐอเมริกา โดยมีพื้นที่จัดงานทั้งหมดรวม 5,500 ตารางเมตรและมีผู้เข้าชมถึง 6000 คน ทั้งนี้งานแสดงสินค้านี้จะจัดขึ้นทุกๆปี ในช่วงปลายเดือนกันยายน

โดยผู้ที่สนใจสามารถติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในภาษาอังกฤษผ่านเว็บไซต์ www.hodinyaklenety.cz หรือเว็บไซต์ของผู้จัดงาน INCHEBA Co. (www.incheba.cz) และสามารถติดต่อผ่านทางอีเมลล์ hodinyklenovy@incheba.cz และ info@incheba.cz

25th WATCHES AND JEWELS 2016 จะจัดขึ้นในวันที่ 29 กันยายน ถึง 1 ตุลาคม ในปีนี้ ที่ Prague Exhibition Grounds กรุงปราก เขต 7 เช่นเดิม

10. รายชื่อผู้นำเข้าสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในสาธารณรัฐเช็ก

ALO jewelry, s.r.o.

Na Maninach 1040/14

170 00 Praha 7

Czech Republic

Phone: +420 220 109 111

Fax: +420 220 109 501

E-mail: info@alo.cz

Web site: <http://www.alo.cz>

BELDA a spol., s.r.o.

Nadrazni 1073

511 01 Turnov

Czech Republic

Phone: +420 481 324 073

Fax: +420 481 313 335

E-mail: belda@belda.cz; viki@belda.cz

Web site: <http://www.belda.cz>

BENET GOLD s.r.o.

Sokolovska 25

186 00 Praha 8

Czech Republic

Phone: +420 221 778 451

Fax: +420 221 178 463

E-mail: benetgold@benetgold.cz

Web site: <http://www.benetgold.cz>

<http://www.snubniprsteny.cz>

BOHEMIA CRYSTAL PALACE s.r.o.

Navratilova 1354

274 01 Slany

Czech Republic

Phone: +420 312 520 062

Fax: +420 312 520 062

E-mail: info@lauraverdi.cz

Web site: <http://www.lauraverdi.cz>

CABRHA team, s.r.o.

Hybernska 1617/40

110 00 Praha 1

Czech Republic

Phone: +420 221 408 261

Fax: +420 221 408 261

E-mail: praha@diamantgold.cz

Web site: <http://www.diamantgold.cz>

<http://www.znalciostrava.cz>

CARLO ROMANI, s.r.o.

Za Lesem 290/1

277 11 Neratovice

Czech Republic

Phone: +420 315 602 906

Fax: +420 315 602 906

E-mail: info@carloromani.cz; velkoobchod@carloromani.cz

Web site: <http://www.carloromani.cz>

CAROLLINUM s.r.o.

Parizska 67/11

110 00 Praha 1

Czech Republic

Phone: +420 224 812 125

Fax: +420 224 815 785

E-mail: carollinum@carollinum.cz

Web site: <http://www.carollinum.cz>

CEDRUS, spol. s r.o.

Libocka 53

161 00 Praha 6

Czech Republic

Phone: +420 257 311 123

Fax: +420 257 325 016

E-mail: info@lordoftherings.cz

Web site: <http://www.svetprstenu.cz>

Cistin, s.r.o.

Naskove 1/1101

150 00 Praha 5

Czech Republic

Phone: +420 257 225 846

Fax: +420 257 225 846

E-mail: cistin@seznam.cz

Web site: <http://www.cistin.cz>

CROWN CZ a.s.

Havlickovo namesti 99/I

380 01 Dacice

Czech Republic

Phone: +420 384 420 722

Fax: +420 384 420 494

E-mail: crown@crowncz.cz

Web site: <http://www.crown.cz>

MODEVA, s.r.o.

Perlova 1

110 00 Praha 1

Czech Republic

Phone: +420 607 555 366

E-mail: obchod@silverbox.cz

Web site: <http://www.silverbox.cz>

Granat, druzstvo umelecke vyroby, Turnov

Vysinka 1409

511 14 Turnov

Czech Republic

Phone: +420 481 357 216

Fax: +420 481 322 463

E-mail: obchod@granat.cz

Web site: <http://www.granat.eu>

HALADA spol. s r.o.

Parizska 7

110 01 Praha 1

Czech Republic

Phone: +420 224 227 957

Fax: +420 222 242 146

E-mail: halada@halada.cz

Web site: <http://www.halada.cz>

Ing. Jan Lorenc - oksperky.cz

V Bazantnici 2637

272 01 Kladno

Czech Republic

Phone: +420 603 277 024

E-mail: info@oksperky.cz

Web site: <http://www.oksperky.cz>

Jiri Novotny

U Domoviny 1027

756 54 Zubri

Czech Republic

Phone: +420 608 622 082

E-mail: jnovotny@cbox.cz

Web site: <http://www.drahekameny-sperky.cz>

KARAT, druzstvo

Palackeho trida 119

612 00 Brno

Czech Republic

Phone: +420 549 523 311

Fax: +420 549 212 621

E-mail: info@karat-brno.cz

Web site: <http://www.karat-brno.cz>

KLENOTY AURUM, s.r.o.

U Libenskeho pivovaru 10

180 28 Praha 8

Czech Republic

Phone: +420 284 829 165

Fax: +420 266 315 231

E-mail: info@klenotyaurum.cz

Web site: <http://www.klenotyaurum.cz>

Lenka Mullerova - Mine Art

5. kvetna 523

511 01 Turnov

Czech Republic

Phone: +420 481 321 262

Fax: +420 481 321 262

E-mail: mineart@mineart.cz

Web site: <http://www.mineart.cz>

MADRA s.r.o.

Ksirova 150/177

619 00 Brno

Czech Republic

Phone: +420 774 980 238

E-mail: madra@madra-cz.eu

Web site: <http://www.madra-cz.eu>

Marek Rufert - Vas klenotnik

Palachova 51

400 01 Usti nad Labem

Czech Republic

Phone: +420 475 210 447

Fax: +420 475 210 447

E-mail: marek@rufert.cz

Web site: <http://www.rufert.cz>

Mineral Metal, sdruzeni

Nachodska 864/20

193 00 Praha 9

Czech Republic

Phone: +420 281 921 139

Fax: +420 281 922 517

E-mail: mineral@telecom.cz

Web site: <http://www.mineral-metal.cz>

MOSNA a.s.

17. listopadu 1146

549 41 Cerveny Kostelec

Czech Republic

Phone: +420 491 461 202

Fax: +420 491 461 202

E-mail: obchod@mosna.cz

Web site: <http://www.mosna.cz>

OPTIMA DIAMANT, spol. s r.o.

Dr. Martinka 1295

700 30 Ostrava - Hrabuvka

Czech Republic

Phone: +420 596 723 003

Fax: +420 596 723 013

E-mail: optima@diamant.cz

Web site: <http://www.diamant.cz>

Petr Nosek

Pod Chalupami 20/9

326 00 Plzen

Czech Republic

Phone: +420 731 415 548

E-mail: dr.nosek@centrum.cz

Web site: <http://www.sperkystribro.cz>

BEADEX s.r.o.

Podhorská 1236/48
466 01 Jablonec nad Nisou
Czech Republic
Phone: +420 483 310 169
Fax: +420 483 302 060
E-mail: beadex@beadex.cz
Web site: <http://www.beadex.cz>

Beads 4U, s.r.o.

Pod Skalkou 39
466 01 Jablonec nad Nisou
Czech Republic
Phone: +420 483 317 786
Fax: +420 483 317 787
E-mail: beads4u@beads4u.cz
Web site: <http://www.beads4u.cz>

Bijoux Components s.r.o.

Rynovická 61
466 01 Jablonec nad Nisou
Czech Republic
Phone: +420 483 312 288
Fax: +420 483 315 282
E-mail: info@bijoux-components.cz
Web site: <http://www.bijoux-components.cz>

BOHEMIA CRYSTAL PALACE s.r.o.

Navrátilova 1354
274 01 Slany
Czech Republic
Phone: +420 312 520 062

Fax: +420 312 520 062

E-mail: info@lauraverdi.cz

Web site: <http://www.lauraverdi.cz>

CZECH BIJOUX s.r.o.

Kostalov 20

512 02 Semily

Czech Republic

Phone: +420 728 076 459

E-mail: czechbijoux@email.cz

Web site: <http://www.czechbijoux.com>

DECOLIFE CZ s.r.o.

Stefanikova 1158/11

742 21 Koprivnice

Czech Republic

Phone: +420 556 801 602

E-mail: info@mojedarky.cz

Web site: <http://www.shop.mojedarky.cz>

EPOS spol. s r.o.

Hnojnik 74

739 53 Hnojnik

Czech Republic

Phone: +420 558 696 235

Fax: +420 558 696 430

ERPET Group a.s.

Strakonicka 2860

150 00 Praha 5

Czech Republic

Phone: +420 296 373 111

Fax: +420 296 373 212

E-mail: directory@erpet.cz

Web site: <http://www.erpet.cz>

ESTRELLA ES - PRESS, spol.s r.o.

Tepere 34

468 22 Zelezny Brod

Czech Republic

Phone: +420 483 332 211

Fax: +420 483 389 187

E-mail: estrela@estrela.cz

Web site: <http://www.estrela.cz>

FinStyle s.r.o.

Zirovnicka 3124/1

106 00 Praha 10

Czech Republic

Phone: +420 272 770 031

E-mail: jan.safr@finstyle.cz

Web site: <http://www.pekne-pradlo.cz>

<http://www.pekne-sperky.cz>

GLASS, spol. s r.o.

V Luzich 5

466 02 Jablonec nad Nisou

Czech Republic

Phone: +420 483 346 481

Fax: +420 483 316 434

E-mail: eva.adamova@glassltd.cz

Web site: <http://www.glassltd.cz>

HELLAS STAR s.r.o.

Moskevská 142/47

460 01 Liberec

Czech Republic

Phone: +420 724 203 272

E-mail: obchod@fashionplanet.cz

Web site: <http://www.fashionplanet.cz>

Ing. Leo Stoklasa

Zahumenni 453/22

747 21 Kravare

Czech Republic

Phone: +420 553 671 141

Fax: +420 553 677 999

E-mail: eshop@stoklasa.cz

Web site: <http://koralky.stoklasa.cz>

<http://www.stoklasa.cz>

INTERIMEX CZ a.s.

Smetanova 19

466 01 Jablonec nad Nisou

Czech Republic

Phone: +420 483 359 011

Fax: +420 483 312 616

E-mail: interimex@interimex.cz

Web site: <http://www.interimex.cz>

Jana Stuparkova - TECALLI

Veselska 192/13

742 35 Odry

Czech Republic

Phone: +420 556 720 303

Fax: +420 556 720 303

E-mail: info@tecalli.cz

Web site: <http://www.tecalli.cz>

JBX Retail s.r.o.

Na Hutich 44

466 01 Jablonec nad Nisou

Czech Republic

Phone: +420 724 590 053

E-mail: mlejnкова@jbxretail.cz

Web site: <http://www.jbxretail.cz>

KALIPRA, spol. s r.o.

Brezova 29

466 02 Jablonec nad Nisou

Czech Republic

Phone: +420 483 312 454

Fax: +420 483 312 465

E-mail: info@kalipra.cz

Web site: <http://www.kalipra.cz>

Ladybird s.r.o.

Jistebsko 23

468 21 Bratrikov

Czech Republic

Phone: +420 483 306 723

Fax: +420 483 306 721

E-mail: shop@ladyscrystal.cz

Web site: <http://www.ladyscrystal.cz>

LINIE SCHNEIDER s.r.o.

Myslivecka 578

735 31 Bohumin

Czech Republic

Phone: +420 596 011 327

Fax: +420 596 011 327

E-mail: linieschneider@seznam.cz

Web site: <http://www.linieschneider.cz>

MARKO-BIJOU, s.r.o.

Zabehlicka 1784/28

106 00 Praha 10

Czech Republic

Phone: +420 222 351 211

Fax: +420 222 351 213

E-mail: info@marko-bizu.cz

Web site: <http://www.bizuterie-marko.cz>

Michaela Svobodova - AEL

Opletalova 592/4

602 00 Brno

Czech Republic

Phone: +420 542 213 830

Fax: +420 542 213 830

E-mail: info@aeloranzova.com

Web site: <http://www.aeloranzova.com>

MISH MASH s.r.o.

Bohunov 93

569 04 Brnenec

Czech Republic

Phone: +420 604 660 605

E-mail: info@mish-mash.cz

Web site: <http://www.mish-mash.cz>

NEEL s.r.o.

Makovskeho 1392/2b

163 00 Praha 6

Czech Republic

Phone: +420 235 301 911

Fax: +420 235 301 120

E-mail: personality@personality.cz

Web site: <http://www.personality.cz>

Rachel Trading spol. s r.o.

U Zebracky 2915/11

750 02 Prerov

Czech Republic

Phone: +420 581 737 052

E-mail: info@rachel-trading.cz

Web site: <http://www.bizuterie-rachel.cz>

RNDr. Milan Blaha - ELGEO

Nove Sady 1

571 01 Moravska Trebova

Czech Republic

Phone: +420 461 319 270

Fax: +420 461 319 268

E-mail: info@eravan.cz

Web site: <http://www.eravan-shop.cz>

SANU BABU, spol. s r.o.

V Kolkovne 921/3

110 00 Praha 1

Czech Republic

Phone: +420 220 870 618

Fax: +420 220 870 623

E-mail: info@sanubabu.cz

Web site: <http://www.sanubabu.cz>