

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก
ttcc@thaitradechicago.com

ประเด็นสำคัญ:

- สหรัฐฯ เผชิญกับปัญหาการไหลทะลักของสินค้านำเข้าจากจีนมูลค่าต่ำที่ได้รับการยกเว้นภาษีภายใต้กฎระเบียบ the de minimis ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็นมูลค่ากว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปีที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทั้งในสหรัฐฯ และผู้ผลิตในต่างประเทศ
- รัฐบาลสหรัฐฯ ประกาศดำเนินมาตรการตอบโต้สินค้านำเข้าจากจีนที่ใช้สิทธิดังกล่าวซึ่งส่วนมากส่งออกมาจากบริษัท Shien และ Temu โดยจะบังคับเรียกเก็บภาษีนำเข้าสินค้ามูลค่าต่ำจากจีนในกลุ่มที่สหรัฐฯ มีมาตรการตอบโต้ทางการค้าภายใต้ Section 301 รวมถึงให้รายงานข้อมูลเลขพิกัดศุลกากรสินค้าและข้อมูลผู้ส่งออกด้วย
- การดำเนินมาตรการตอบโต้ดังกล่าวของสหรัฐฯ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดให้กับผู้ประกอบการในสหรัฐฯ และผู้ประกอบการผลิตในประเทศคู่ค้าของสหรัฐฯ รวมถึงไทยด้วย
- ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เช่น การพิจารณาส่งออกสินค้ามูลค่าต่ำเพื่อใช้สิทธิยกเว้นภาษีในลักษณะเดียวกันกับจีน การพิจารณาควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิต และการยกระดับสินค้าไปสู่ตลาดระดับบนเพื่อรักษาตลาดส่งออกสินค้าไทยในสหรัฐฯ อย่างยั่งยืนในระยะยาว

สหรัฐฯ ดำเนินมาตรการตอบโต้สินค้าราคาต่ำไหลทะลักจากจีน



“Shien และ Temu สองผู้ค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์รายใหญ่ของจีนที่สร้างผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจในสหรัฐฯ เป็นวงกว้าง”

เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2567 สหรัฐฯ ประกาศแผนตอบโต้สินค้านำเข้าจากจีนที่ใช้ช่องว่างด้านกฎระเบียบทางการค้าของสหรัฐฯ ซึ่งอนุโลมให้สินค้านำเข้าราคาต่ำ (Love-Value Shipment) ไม่จำเป็นต้องชำระภาษีและค่าดำเนินการนำเข้า จนทำให้สินค้านำเข้าจากจีนไหลทะลักเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ เป็นมูลค่าสูงในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยหนึ่งในมาตรการใหม่ที่สหรัฐฯ จะนำมาใช้คือการจำกัดไม่ให้สินค้านำเข้าที่อยู่ภายใต้กลุ่มที่ถูกเรียกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดจีน (U.S.- China Tariffs) ใช้สิทธิยกเว้นภาษีดังกล่าวได้

สิทธิยกเว้นภาษีสำหรับสินค้านำเข้าที่มีมูลค่าต่ำไม่เกิน 800 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ the de minimis เป็นช่องโหว่ทางกฎหมายที่ผู้ประกอบการค้าปลีกผ่าน



หมายเหตุ: รายละเอียดที่ปรากฏในบทความข้างต้นอาจมาจากหลายแหล่งข้อมูลที่ทำและเปิดเผยต่อสาธารณชนทั่วไปซึ่งบางส่วนเป็นเพียงความคิดเห็นส่วนบุคคลเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก มีวัตถุประสงค์รวบรวมเพื่อเผยแพร่แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น อย่างไรก็ตาม การรับข้อมูลหรือนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณเฉพาะบุคคล โดยโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครชิคาโกจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

ช่องทางออนไลน์รายใหญ่ของจีนใช้เป็นกลยุทธ์ในการทำตลาดส่งออกสินค้าราคาต่ำจากจีนไปยังสหรัฐฯ จากข้อมูลรัฐบาลสหรัฐฯ พบว่า สินค้านำเข้าสหรัฐฯ ที่ขอใช้สิทธิดังกล่าวขยายตัวเพิ่มขึ้นจากมูลค่าเพียงราว 140 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปีเป็นกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อปีที่ผ่านมา

Mr. Daleep Singh ตำแหน่ง ผู้ช่วยที่ปรึกษาฝ่ายความมั่นคงแห่งชาติด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (Deputy National Security Advisor for International Economics) กล่าวว่า การขยายตัวของสินค้านำเข้าจากจีนผ่านการใช้สิทธิดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อกระบวนการในการคัดกรองสินค้าผิดกฎหมายและสินค้าอันตรายที่จะส่งไปยังสหรัฐฯ ด้วย

การขยายตัวของสินค้านำเข้าผ่านการใช้สิทธิ the de minimis ไปยังสหรัฐฯ ส่วนมากจะมาจากกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกผ่านช่องทางออนไลน์รายใหญ่ของจีน อาทิ “Shien” และ “Temu” ที่อาศัยช่องโหว่ของสิทธิดังกล่าวส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคราคาต่ำตรงไปยังกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกัน เช่น เสื้อผ้า และข้าวของเครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น ซึ่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่จัดส่งแต่ละครั้งจะมีมูลค่าไม่เกิน 800 ดอลลาร์สหรัฐฯ จึงสามารถขอใช้สิทธิยกเว้นภาษีนำเข้าได้

อีกทั้ง Mr. Singh ยังกล่าววว่า กว่าร้อยละ 70 ของสินค้าในกลุ่มสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจีนอยู่ในกลุ่มที่ถูกสหรัฐฯ ดำเนินมาตรการตอบโต้ทางการค้าเรียกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดภายใต้ Section 301 tariffs การบังคับใช้มาตรการดังกล่าวอย่างจริงจังจะช่วยลดปริมาณสินค้านำเข้าราคาต่ำจากจีนส่งออกไปยังสหรัฐฯ ที่ขอใช้สิทธิดังกล่าวได้มากพอสมควร

นอกจากนี้ สหรัฐฯ ยังประกาศที่จะเพิ่มระเบียบเรียกขอข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับสินค้านำเข้าที่ขอใช้สิทธิ the de minimis ด้วย เช่น เลขพิกัดศุลกากร 10 หลัก (10-digit tariff classification number) และชื่อผู้ขอใช้สิทธิ เป็นต้น

ทั้งนี้ รัฐบาลสหรัฐฯ ยังมีความพยายามที่จะแก้ไขกฎระเบียบการให้สิทธิดังกล่าวที่เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี 2473 และเริ่มส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในสหรัฐฯ อย่างมีนัยสำคัญในปัจจุบัน จากข้อมูลรายงานโดยคณะกรรมการการค้าด้านกลยุทธ์ระหว่างสหรัฐฯ และจีน (U.S. House Select Committee on Strategic Competition between the United States and the Chinese Communist Party) พบว่า ในปีที่ผ่านมาเกือบครึ่งหนึ่งของสินค้านำเข้าสหรัฐฯ ที่ขอใช้สิทธิ the de minimis เป็นสินค้าส่งออกจากประเทศจีน



ที่มา: สำนักข่าว CNBC

เรื่อง “Biden Targets Shein, Temu with New Rules to Curb Alleged ‘Abuse’ of U.S. Trade Loophole”
โดย Annie Nova และ Gabrielle Fonrouge



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago

อีกทั้ง ยังพบว่า กว่าร้อยละ 30 ของสินค้านำเข้าสหรัฐฯ ภายใต้สิทธิ์ดังกล่าวทั้งหมดในแต่ละวันเป็นสินค้าส่งออกจากบริษัท “Shein” หรือ “Temu”

โดยการดำเนินกิจการของกลุ่มผู้ค้าปลีกจีนดังกล่าวจะแตกต่างจากผู้ประกอบการทั่วไปที่จะนำเข้าสินค้าปริมาณมากในลักษณะเป็นตู้คอนเทนเนอร์จัดส่งไปยังผู้กระจายสินค้าในสหรัฐฯ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะกระจายคำสั่งซื้อสินค้าไปยังผู้ผลิตสินค้าในเครือข่ายของตนเพื่อให้จัดส่งสินค้าตรงไปยังผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาด ซึ่งจะทำให้สามารถประหยัดต้นทุนด้านภาษีนำเข้าได้เป็นมูลค่ามหาศาลในแต่ละปีและมีความได้เปรียบคู่แข่งในตลาดที่ยังคงต้องจ่ายชำระค่าภาษีนำเข้า เช่น “Gap” และ “H&M” ที่จ่ายชำระค่าภาษีนำเข้ารวมสูงถึง 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และ 205 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามลำดับในปี 2565

นอกจากนี้ ยังมีความกังวลว่า สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มจากผู้ประกอบการจีนดังกล่าวยังมีความเกี่ยวพันกับการใช้แรงงานทาสและแรงงานบังคับด้วย โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้วัตถุดิบฝ้ายจากเมืองซินเจียงที่สหรัฐฯ ไม่

อนุญาตให้นำเข้าจากปัญหาแรงงานบังคับชาวอุยกูร์ด้วย

ในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา วิวัฒนาการด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับแนวโน้มวิถีชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคชาวอเมริกันที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้บริโภคในตลาดหันไปนิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยมูลค่าตลาดค้าปลีกสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในสหรัฐฯ มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากมูลค่าประมาณ 2.61 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2556 เป็นมูลค่า 1.10 ล้านล้านในปี 2566 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15.52 ต่อปี (Compound Average Growth Rate หรือ CAGR) อีกทั้งยังคาดว่า มูลค่าตลาดค้าปลีกสินค้าออนไลน์สหรัฐฯ จะขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.22 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.95 ในปี 2567 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาอีกด้วย

แนวโน้มความนิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของ

ผู้บริโภคในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่พยายามเข้ามาแข่งขันในตลาดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่มีศักยภาพ ทั้งในกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกผ่านช่องทางหน้าร้านเดิม เช่น “Gap” “Target” “Macy’s” และ “Walmart” รวมถึงผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหม่ ซึ่งต่างก็ต้องพยายามปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดเพื่อแข่งขันกับผู้นำตลาดอย่าง “Amazon” ที่ปัจจุบันมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 40.4 ในสหรัฐฯ หรือคิดเป็นมูลค่าราว 4.92 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาสหรัฐฯ ต้องเผชิญกับปัญหาภาวะเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยในตลาดที่ปรับตัวสูงขึ้นอันเป็นผลมาจากภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 และนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้และกำลังการซื้อของภาคประชาชนชาวอเมริกัน ผู้บริโภคชาวอเมริกันมีพฤติกรรมระมัดระวังการใช้จ่ายและเลือกซื้อสินค้านำเข้ามากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจีน ซึ่งได้รับผลกระทบจากการดำเนินนโยบาย



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago

ตอบโต้ทางการค้าของสหรัฐฯ เรียกเก็บภาษีตอบโต้การค้าสินค้านำเข้าจากจีนหลายรายการ ใช้ช่องโหว่ของกฎระเบียบ the de minimis ที่ให้สิทธิ์ยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้านำเข้าที่มีมูลค่ารวมไม่เกิน 800 ดอลลาร์สหรัฐฯ จึงก่อให้เกิดการไหลทะลักของสินค้าราคาถูกจากจีนจำนวนมากในสหรัฐฯ ซึ่งสร้างความเสียหายทางการค้าทั้งในกลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกในประเทศและผู้ประกอบการผลิตในประเทศคู่ค้าของสหรัฐฯ รวมถึงไทยด้วย

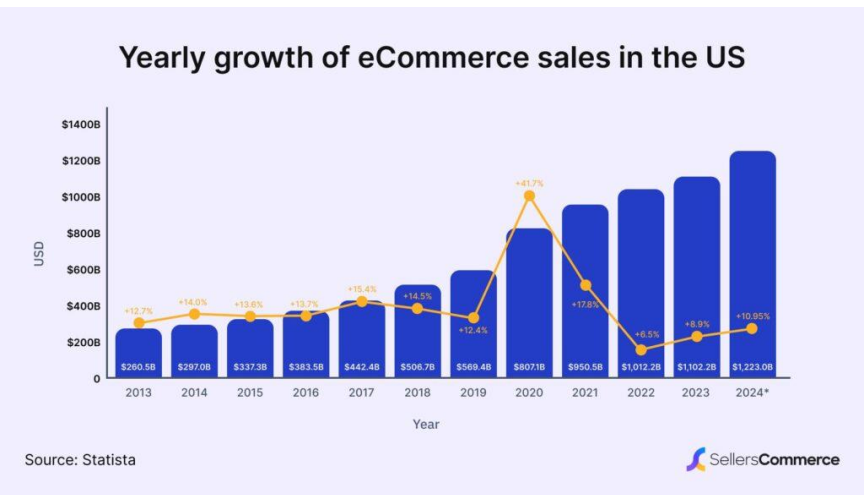
ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มสหรัฐฯ ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2567 มีมูลค่าทั้งสิ้น 2.40 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวลงร้อยละ 2.41 โดยสหรัฐฯ ยังคงนำเข้าสูงสุดจากจีน (ร้อยละ 21.03) รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม (ร้อยละ 17.58) บังคลาเทศ (ร้อยละ 5.43) กัมพูชา (ร้อยละ 5.36) และอินเดีย (ร้อยละ 5.31) ตามลำดับ ส่วนการนำเข้าจากไทยมีมูลค่าทั้งสิ้น 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (อันดับที่ 18) หดตัวลงร้อยละ 3.21 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีที่ผ่านมา

ดังนั้น การพิจารณาดำเนินมาตรการตอบโต้สินค้านำเข้าจากจีนภายใต้ระเบียบ

the de minimis ของสหรัฐฯ จึงน่าจะมีส่วนช่วยให้ประเทศไทยมีโอกาสในการขยายตลาดส่งออกไปยังสหรัฐฯ มากขึ้นด้วย นอกจากนี้ด้วยการตอบโต้ดังกล่าวมุ่งเน้นเฉพาะสินค้าที่ส่งออกจากจีนเป็นหลัก ผู้ประกอบการไทยอาจจะพิจารณาเลือกใช้กลยุทธ์ในลักษณะเดียวกันส่งออกสินค้ามูลค่าต่ำไม่เกิน 800 ดอลลาร์สหรัฐฯ ผ่านแคมเปญ SOOK (Small Order OK) ช่องทาง www.thaitrade.com โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด

ทั้งนี้ แม้ว่าผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าสูงแต่ปัจจัยด้านราคา

จำหน่ายก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสูง ดังนั้น การพิจารณาควบคุมต้นทุนการผลิตและการขนส่งให้สามารถแข่งขันได้จะเป็นกุญแจสำคัญช่วยให้ประสบความสำเร็จในการทำตลาดสหรัฐฯ ได้ นอกจากนี้ การปรับตัวพัฒนาสินค้าไปสู่กลุ่มตลาดระดับบนสินค้าออกแบบกลุ่มพรีเมียมคุณภาพสูงที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าจากวัสดุธรรมชาติ สินค้าจากวัสดุนำกลับมาใช้ และสินค้ากลุ่ม Bio Circular Green (BCG) เป็นต้น ก็น่าจะช่วยให้สินค้าไทยสามารถรักษาตลาดในสหรัฐฯ ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว



“มูลค่าตลาดค้าปลีกออนไลน์สหรัฐฯ มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง”



ditp.thaitradechicago



thaitradecenterchicago



thaitradecenterchicago