

สนค. ชี้เป้าผู้ประกอบการไทย ใช้ช่องทาง CBEC ขายสินค้าออนไลน์เจาะตลาดจีน

สนค. ศึกษาการเติบโตของการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน (Cross-border e-Commerce - CBEC) ในตลาดจีน พบว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการที่คนจีนใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนจากการเกิดโควิด-19 และรัฐบาลจีนมีนโยบายสนับสนุน เผยเป็นโอกาสในการขยายตลาดส่งออกของไทย ชี้เป้าสินค้าอัตลักษณ์ สินค้าอุปโภคบริโภค มีโอกาสสูง

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้ทำการศึกษาการเติบโตของการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน หรือ Cross-border e-Commerce (CBEC) พบว่า มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักที่สำคัญของไทย โดยมีปัจจัยจากการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยปี 2565 มีจำนวน 1.067 พันล้านคน เพิ่มขึ้น 35.49 ล้านคน เมื่อเทียบกับปี 2564 และการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป หันมาใช้ e-Commerce มากขึ้น

ทั้งนี้ ยังพบว่า รัฐบาลจีนมีมาตรการและนโยบายสนับสนุน เช่น การจัดตั้งเขตนำร่องบูรณาการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน จำนวน 165 แห่ง ครอบคลุม 33 เมือง อาทิ ทางโจว ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ คุนหมิง และเฉิงตู เชื่อมโยงระหว่างทางบก ทางทะเล ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการส่งออกโดยเฉพาะสินค้าของ SMEs จีน ไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ในต่างประเทศและส่งเสริมการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อมาจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในจีน โดยผู้ประกอบการจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและมีขั้นตอนพิธีการศุลกากรที่ง่ายกว่าการค้าระหว่างประเทศแบบปกติ และมีการส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างจีนกับต่างประเทศผ่านการลงนามในสัญญาความร่วมมือระยะยาวระหว่างรัฐบาลจีนกับบริษัทด้านการค้าระหว่างประเทศและบริษัทด้านการขนส่งทางทะเล รวมทั้งการส่งเสริมบริษัทคลังสินค้าในต่างประเทศให้เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์ม E-Commerce ทั้งของจีนและต่างประเทศ

สำหรับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศสู่ตลาดจีนผ่านทางแพลตฟอร์ม CBEC แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การนำเข้าสินค้าผ่านคลังสินค้าทัณฑ์บน (Bonded Warehouse Import) ผู้ประกอบการจากทั่วโลกสามารถนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาเก็บไว้ในคลังสินค้าทัณฑ์บนโดยไม่ต้องผ่านพิธีการศุลกากรและยังไม่ต้องเสียภาษี จนกว่าผู้บริโภคจะสั่งซื้อสินค้า โดยการนำเข้าในรูปแบบนี้มีข้อดี ดังนี้ (1) ลดระยะเวลาการรอคอยสินค้าการนำเข้าสินค้ามาเก็บไว้ในคลังสินค้าทัณฑ์บนสามารถจัดส่งสินค้าถึงผู้บริโภคได้ภายใน 3-7 วัน (2) ห่วงโซ่อุปทานที่ยืดหยุ่น ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการคัดแยก บรรจุหีบห่อใหม่และการติดฉลากสินค้าในคลังสินค้าทัณฑ์บนโดยไม่ต้องเสียภาษีศุลกากร (3) รักษาสภาพคล่องได้ดีขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องชำระอากรและภาษีเมื่อมีการนำสินค้าออกจากคลังสินค้าทัณฑ์บน จึงทำให้อุรกิจสามารถรักษากระแสเงินสดได้เป็นอย่างดี แต่ก็ยังมีข้อจำกัด ดังนี้

(1) ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ อาทิ ขั้นตอนพิธีการศุลกากรที่เพิ่มขึ้นในการขอเก็บสินค้าในคลัง และข้อจำกัดในการจัดเก็บสินค้าในคลัง (2) ต้นทุนการดำเนินงาน อาทิ ค่าเช่า ค่าประกันภัย และค่าบริหารจัดการ

2) การส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง (Direct Mailing Mode) ผู้ประกอบการสามารถส่งสินค้าจากประเทศต้นทางไปยังผู้บริโภคที่อยู่ในจีนโดยตรงผ่านระบบโลจิสติกส์ การชำระเงิน และการเสียภาษีที่ร่วมมือกับแพลตฟอร์ม โดยจะมีความสะดวกของผู้บริโภคและผู้ประกอบการในด้านระบบโลจิสติกส์ เนื่องจากของแพลตฟอร์มกับบริษัทโลจิสติกส์ร่วมมือกันโดยตรง และยังมีต้นทุนต่ำจากการหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายคลังสินค้าทัณฑ์บนในจีน แต่ก็ยังมีข้อจำกัด คือ อาจต้องใช้ระยะเวลาผ่านพิธีการศุลกากรประมาณ 1-2 สัปดาห์ ซึ่งยาวนานกว่าการนำเข้าสินค้าผ่านคลังสินค้าทัณฑ์บนที่ใช้เวลาดำเนินการพิธีทางศุลกากรเพียง 1-2 วัน

นายพูนพงษ์กล่าวว่ โอกาสของผู้ประกอบการไทยจากการที่ตลาด CBEC ของจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังมีความต้องการซื้อสินค้าในตลาดอยู่จำนวนมาก ประกอบกับมีสินค้าไทยหลายชนิดที่สามารถทำยอดขายในจีนได้อย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว อาทิ อาหารแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว สินค้าเพื่อสุขภาพ ผลไม้สด เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวธรรมชาติ ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยค้าขายผ่านช่องทาง CBEC มากขึ้น และมุ่งเน้นสินค้าที่มีอัตลักษณ์ความเป็นไทย มีศักยภาพ และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจีน ตอบสนองคุณภาพชีวิตยุคใหม่ก็จะสามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งตลาดในจีนได้โดยการค้าผ่าน CBEC มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีและพิธีทางศุลกากรที่ถูกลงและง่ายกว่าการค้าแบบปกติ หากเป็นคำสั่งซื้อสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 5,000 หยวน ต่อคำสั่งซื้อ และมูลค่ารวม ไม่เกิน 26,000 หยวนต่อปี/ต่อราย ก็จะได้รับยกเว้นภาษีศุลกากรและชำระภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิตเพียงร้อยละ 70 จากอัตราปกติ

“ด้วยแนวโน้มการซื้อขายสินค้าผ่าน CBEC ที่เติบโตต่อเนื่อง ประกอบกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและพิธีการศุลกากรที่ง่ายและรวดเร็วกว่าการซื้อขายในช่องทางปกติ จะทำให้ CBEC เป็นช่องทางสำคัญในการเพิ่มโอกาสและขยายช่องทางการตลาดของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องสำอางและสิ่งของที่ใช้ทำความสะอาดร่างกายและบำรุงผิว รวมไปถึงอาหารสด โดยผู้ประกอบการควรศึกษาตลาดจีนให้ลึกซึ้งทั้งในด้านกฎหมาย ภูมิประเทศ และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเลือกแพลตฟอร์มให้เหมาะกับตัวสินค้า เพื่อให้สื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถใช้ช่องทาง CBEC เป็นกุญแจสำคัญในการขยายธุรกิจสู่ตลาดจีนต่อไป” นายพูนพงษ์กล่าว

ปัจจุบัน กรมศุลกากรจีน ระบุว่า มูลค่าการนำเข้าและส่งออกผ่าน CBEC ในปี 2565 มีมูลค่า 2.06 ล้านล้านหยวน (2.83 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 และในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 (ม.ค.-มิ.ย.) มูลค่าการนำเข้าและส่งออกผ่าน CBEC สูงถึง 1.1 ล้านล้านหยวน (1.50 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 แบ่งเป็น การส่งออก 8.21 แสนล้านหยวน (1.12 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.9 และการนำเข้า 2.76 แสนล้านหยวน (3.78 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 ซึ่งเมื่อพิจารณาแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าและส่งออกผ่าน CBEC ของจีนแล้วจะเห็นว่าแนวโน้มที่เติบโตขึ้นตั้งแต่ปี 2563

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า 12 กันยายน 2566