

ประเด็น ยุทธศาสตร์ ฉบับที่ A28	26 พ.ค. 68	วิทยาลัยการทัพบก
ประเด็น ยุทธศาสตร์ สหรัฐ จีน	นโยบายทรัมป์ กระทบอีคอมเมิร์ซจีนในสหรัฐฯ	
ประเด็นสำคัญ	- นโยบายทรัมป์ กระทบอีคอมเมิร์ซจีนในสหรัฐฯ - ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในสหรัฐมีการปรับราคาสูงขึ้น - Shein ในจีน เผชิญกับคำสั่งซื้อที่ลดลง	



ให้ได้มากที่สุด”

Shein และ Temu ระบุในถ้อยแถลงบนเว็บไซต์ของตนซึ่งมีเนื้อหาคล้ายคลึงกัน

การขึ้นราคาครั้งนี้จะเริ่มมีผลตั้งแต่วันที่ 25 เมษายนเป็นต้นไป โดยรัฐบาลทรัมป์มีแผนลงนามในคำสั่งฝ่ายบริหารเพื่อยกเลิกช่องโหว่ทางภาษีขั้นต่ำ (De minimis trade loophole) ในวันที่ 2 พฤษภาคม ซึ่งเป็นข้อยกเว้นที่อนุญาตให้นำเข้าสินค้ามูลค่าต่ำกว่า 800 เหรียญสหรัฐ ได้โดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ก่อนหน้านั้นในเดือนกุมภาพันธ์ ทรัมป์ได้ยุติข้อยกเว้นภาษีสินค้าขั้นต่ำอย่างกะทันหัน ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ศุลกากรและป้องกันชายแดนสหรัฐฯ ต้องรับภาระงานอย่างหนัก และทำให้ประชาชนสหรัฐฯ ต้องหยุดรับพัสดุจากจีนและฮ่องกงชั่วคราว ภายในไม่กี่วันหลังจากประกาศ ทรัมป์ได้เปลี่ยนใจและเลื่อนการยกเลิกข้อยกเว้นนี้ออกไป

การเลื่อนระยะเวลาออกไป ให้เวลามากขึ้นแก่เจ้าหน้าที่ศุลกากร ผู้ค้าปลีก และบริษัทโลจิสติกส์ในการเตรียมตัว โดยสินค้าที่เข้าเงื่อนไขตามข้อยกเว้นภาษีสินค้าขั้นต่ำ จะต้องเสียภาษีในอัตรา 30% ของมูลค่าสินค้า หรือ 25 เหรียญสหรัฐ/ชิ้น ซึ่งอัตรานี้จะเพิ่มเป็น 50 เหรียญสหรัฐ/ชิ้น ในวันที่ 1 มิถุนายน ตามคำแถลงจากทำเนียบขาว

Shein และ Temu ประกาศขึ้นราคาสินค้าตอบโต้สงครามภาษีที่สหรัฐฯ อันมาจากความพยายามของรัฐบาลทรัมป์ในการขึ้นกำแพงภาษีสินค้านำเข้าจากจีนที่เริ่มมีผลกระทบที่เด่นชัดมากขึ้นเรื่อย ๆ

“เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงล่าสุดของกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศและภาษี ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานของเราสูงขึ้น พวกเรากำลังพยายามอย่างที่สุดเพื่อคงราคาที่ต่ำ และลดผลกระทบที่มีต่อผู้ซื้อ



นโยบายทรัมป์ กระทบอีคอมเมิร์ซจีนในสหรัฐฯ

การใช้ข้อยกเว้นภาษีสินค้าขั้นต่ำ หรือ de Minimis ได้เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้ากับบริษัทอีคอมเมิร์ซของจีนอย่าง Temu และ Shein ซึ่งจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และของใช้อื่นๆ ในราคาถูกเป็นพิเศษ สำนักงานศุลกากรและป้องกันชายแดนของสหรัฐฯ ระบุว่า ได้ดำเนินการกับพัสดุภายใต้ข้อยกเว้นภาษีสินค้าขั้นต่ำ กว่า 1.3 พันล้านชิ้นในปี 2024 เพิ่มขึ้นจากกว่า 1 พันล้านชิ้นในปี 2023

นักวิจารณ์ชี้ว่า ข้อยกเว้นภาษีสินค้าขั้นต่ำดังกล่าว เป็นการเปิดช่องให้บริษัทอีคอมเมิร์ซจีนได้เปรียบอย่างไม่เป็นธรรม และทำให้มีพัสดุหลังไหลเข้าประเทศจำนวนมากโดยมีเอกสารและการตรวจสอบเพียงเล็กน้อย จนเกิดความกังวลเกี่ยวกับสินค้าปลอมและสินค้าที่ไม่ปลอดภัย รัฐบาลทรัมป์พยายามปิดช่องโหว่นี้ โดยให้เหตุผลว่า ข้อยกเว้นภาษีดังกล่าวเอื้อให้มีการลักลอบนำเข้าเฟentanyl และสารเสพติดอื่นๆ เนื่องจากพัสดุเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะไม่ถูกเจ้าหน้าที่ศุลกากรตรวจสอบ

การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้จะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อโมเดลธุรกิจของ Shein และ Temu ซึ่งในระดับหนึ่งพึ่งพาการหลีกเลี่ยงภาษีนำเข้าเพื่อรักษาราคาสินค้าให้ถูก นับตั้งแต่ทรัมป์ประกาศเก็บภาษีครั้งแรก ยอดขายของ Shein และ Temu ในสหรัฐอเมริกา ก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยตามรายงานของ Bloomberg รายได้ของ Shein ในช่วง 11 วันแรกของเดือนเมษายน เพิ่มขึ้น 38% ขณะที่ Temu ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มในเครือ Pinduoduo ก็เพิ่มขึ้นถึง 60% ในช่วงเวลาเดียวกัน



ด้วยความไม่แน่นอนของนโยบายภาษีนำเข้า แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของจีนจึงได้เริ่มขยายกิจการไปยังต่างประเทศล่วงหน้าแล้ว เพื่อลดสัดส่วนของการพึ่งพาการฝากขายเต็มรูปแบบ (Full consignment) ปัจจุบันเสียงเรียกร้องในการฝากขายเต็มรูปแบบก็ลดลงเรื่อยๆ ส่วนการใช้รูปแบบ ฝากขายบางส่วน (Partial consignment) ทำให้แพลตฟอร์มสามารถลดภาระความเสี่ยงไปยังร้านค้าได้

ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในสหรัฐมีการปรับราคาสูงขึ้น ทั้งตลาดล่างและตลาดบน

เมื่อมีการปรับขึ้นภาษี ต้นทุนการดำเนินงานของแพลตฟอร์มก็เพิ่มขึ้น มีรายงานจากสื่อต่างประเทศว่าผู้บริโภคในสหรัฐฯ จำนวนมากได้เริ่มเตรียมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อสต็อกเก็บไว้ล่วงหน้าแล้ว โดยผลกระทบต่อ Temu ถือว่ารุนแรง โดยสินค้าบางรายการหลังปรับราคามีราคาสูงกว่า Amazon เสียด้วยซ้ำ คาดว่าการขึ้นราคาจะทำให้ Temu สูญเสียกลุ่มลูกค้าที่ไวต่อราคา สูญเสียส่วนแบ่งการตลาด และมีกำไรลดลง ดังนั้น บริษัทเหล่านี้จำเป็นต้องเร่งปรับตัว โดยเริ่มหันมาใช้โมเดล คลังสินค้าในต่างประเทศ+ห่วงโซ่อุปทานในท้องถิ่น

แน่นอนว่าผู้ที่ขึ้นราคาไม่ใช่แค่ Temu และ Shein เท่านั้น แต่รวมถึง Amazon, Hermès, LVMH และบริษัทอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในสหรัฐฯ กำลังเผชิญกับการขึ้นราคาทั้งในตลาดล่างและตลาดบน ซึ่งสุดท้ายจะสะท้อนออกมาในรูปของอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นและการบริโภคที่อ่อนแอลง

ก่อนหน้านี้ มีข้อมูลเปิดเผยว่าทั้งสองแพลตฟอร์มกำลังลดการพึ่งพาตลาดสหรัฐฯ รวมถึงลดงบประมาณโฆษณา ซึ่งส่งผลให้อันดับออนไลน์ของทั้งสองแพลตฟอร์มตกลง ณ วันที่ 9 เมษายน Temu ได้ปิดโฆษณา Google

ทั้งหมดในสหรัฐฯ แล้ว โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายวันสำหรับโฆษณาบนโซเชียลมีเดียในสหรัฐฯ (รวมถึง Facebook, Instagram และ YouTube) ของ Temu ลดลง 31% และของ Shein ลดลง 19%



ปัจจุบัน Temu อยู่อันดับที่ 75 ในการจัดอันดับการดาวน์โหลดบน App Store ของสหรัฐฯ จากที่เคยอยู่ใน 5 อันดับแรกตลอดสองปีที่ผ่านมา ส่วน Shein อยู่อันดับที่ 58 ลดลงจากอันดับ 15 ในเดือนก่อนหน้า การเติบโตอย่างรวดเร็วของ Shein มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชะตากรรมของกลุ่มหมู่บ้านในซานเหมิงกว่างโจว เมืองใหญ่ทางตอนใต้ของจีน จนถึงขั้นที่หมู่บ้านเหล่านี้ถูกเรียกกันอย่างไม่เป็นทางการว่า “หมู่บ้าน Shein”

โรงงานซัพพลายเออร์รายย่อยของSheinในจีน เผชิญกับคำสั่งซื้อที่ลดลง

Shein สามารถกลายเป็นยักษ์ใหญ่ที่มียอดขายสินค้ามูลค่ากว่า 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ/ปี ส่วนหนึ่งมาจากราคาที่ถูกลงและกฎการค้าที่ยืดหยุ่น เช่น การได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าขั้นต่ำของสหรัฐฯ (de minimis) แต่สิ่งที่เป็ญกญแจสำคัญต่อความสำเร็จของ Shein อีกประการหนึ่งคือ Shein ไม่ได้เป็นเจ้าของหรือดำเนินการโรงงานผลิตสินค้าเอง แต่ใช้วิธีจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตตามสัญญาประมาณ 5,800 ราย ดังนั้น หัวใจสำคัญอีกประการของความสำเร็จ คือประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานที่เกิดจากโรงงานนับร้อยในหมู่บ้านซานเหมิงกว่างโจว เหล่านี้ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อออนไลน์ที่มีราคาถูกเป็นพิเศษ เช่น กางเกงลายเสือหรือเสื้อยืดลายตารางได้แบบเรียลไทม์ ด้วยราคาถูกกว่าแบบหาไม่ได้จากที่อื่นบนโลกออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ก็มีซัพพลายเออร์รายย่อยในพื้นที่ แสดงความกังวลว่าคำสั่งซื้อภายในประเทศจาก Shein เริ่มลดลง ซึ่งสะท้อนถึงความเคลื่อนไหวของบริษัทในการกระจายการผลิตไปยังเวียดนาม ภายใต้ภาษีศุลกากรที่สูงถึง 145% และการยกเลิกข้อยกเว้นภาษีขั้นต่ำสำหรับสินค้าจากจีน บริษัทที่พึ่งพาการผลิตในจีนเริ่มตั้งคำถามว่าช่วงเวลาแห่งความรุ่งเรืองนี้จะอยู่ได้นานแค่ไหน คำถามนี้ไม่ได้มีเพียงแค่ว่ากับโรงงานในกว่างโจว แต่รวมถึงตัว Shein เองด้วย

นายหลี่ เจ้าของโรงงานที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2006 และผลิตเสื้อผ้าสำหรับตลาดจีนและต่างประเทศ ได้ร่วมงานกับ Shein มานาน 5 ปี กล่าวว่าคำสั่งซื้อในปีนี้อลดลงถึง 50% เนื่องจากการย้ายคำสั่งซื้อไปเวียดนาม หนึ่งในเจ้าของโรงงานและซัพพลายเออร์ของ Shein บริษัทของเขามีพนักงานราว 100 คน และในช่วงที่มีความต้องการสินค้าสูง สามารถผลิตสินค้าให้ Shein ได้ถึง 200,000–300,000 ชิ้นต่อเดือน อย่าง นายหู วัย 56 ปี กล่าวอย่างตรงไปตรงมาว่า

“พูดตามตรง อีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนในช่วงสองปีที่ผ่านมา มันบ้าคลั่งมาก ก่อนหน้านี้นี้จีนไม่เคยมีธุรกิจแบบนี้เลย เป็น Shein ที่เร่งให้เกิดความรุ่งเรืองนี้ขึ้นมา”

Shein ย้ายตลาดจากสหรัฐฯ สู่ประเทศอื่น

เมื่อปี 2024 Shein ได้เปลี่ยนเป้าหมายไปมุ่งเน้นที่การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน แทนการพยายามเสนอขายหุ้นในสหรัฐฯ หลังจากเผชิญแรงต่อต้าน



จากสส.ของสหรัฐฯ ที่แสดงความกังวลเกี่ยวกับข้อกล่าวหาในเรื่องการใช้แรงงานในห่วงโซ่การผลิตของบริษัทในประเทศจีน ซึ่ง Shein ได้ระบุว่าบริษัทมีนโยบายไม่ยอมรับการใช้แรงงานบังคับและแรงงานเด็กในห่วงโซ่การผลิตโดยเด็ดขาด

ทั้งนี้ เมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา Shein เพิ่งได้รับการอนุมัติจากสำนักงานกำกับดูแลกิจการการเงินของสหราชอาณาจักร (FCA) สำหรับแผนการเสนอขายหุ้นต่อสาธารณะเป็นครั้งแรก (IPO) ในตลาดลอนดอน ตามข้อมูลจากแหล่งข่าวสองรายที่มีความรู้ในเรื่องนี้ การได้รับอนุมัติจาก FCA ถือเป็นก้าวสำคัญของบริษัทที่ก่อตั้งในจีน ในการมุ่งสู่การจดทะเบียนในตลาดหุ้นลอนดอน หลังจากที่ Shein ได้ยื่นเอกสารแบบไม่เปิดเผยต่อหน่วยงานกำกับดูแลของอังกฤษเมื่อเดือนมิถุนายนปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ Shein ยังลงทุนในโครงการอุตสาหกรรมในจีนตอนใต้มูลค่า 10,000 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ 1.37 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งรวมถึงศูนย์ซัพพลายเชนในเขตเจิ้งเฉิงของกว่างโจวมูลค่า 500 ล้านดอลลาร์

ในแถลงการณ์ตอบคำถามของสำนักข่าวรอยเตอร์ Shein ระบุว่า จำนวนซัพพลายเออร์จากจีนเพิ่มขึ้นจาก 5,800 รายในปีที่แล้ว เป็น 7,000 รายในปัจจุบัน

จากสถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระบบการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะมีผลกระทบทั้งในด้านธุรกิจและเศรษฐกิจภาพรวม โดยเฉพาะโมเดลธุรกิจที่เคยพึ่งพาการยกเว้นภาษีสินค้านำเข้าขั้นต่ำ และการปรับตัวของ Shein ที่พยายามลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาสหรัฐฯ ด้วยการเตรียมจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน และกระจายการผลิตไปยังเวียดนาม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดในอนาคต หาก Shein และ Temu หันมาให้ความสำคัญกับตลาดอาเซียนมากขึ้น อาจทำให้แพลตฟอร์มไทยต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในด้านราคาและการจัดส่ง ดังนั้นไทยควรติดตามสถานการณ์นี้อย่างใกล้ชิดและใช้โอกาสจากการปรับตัวของยักษ์ใหญ่อีคอมเมิร์ซจีน ขณะเดียวกันก็ต้องเตรียมพร้อมรับมือกับผลกระทบในเชิงโครงสร้างที่อาจเกิดขึ้นในภูมิภาค

ในภาพรวม มาตรการภาษีของสหรัฐฯ อาจกระทบต่อสมดุลของเศรษฐกิจโลกในแง่ของห่วงโซ่อุปทาน อัตราเงินเฟ้อ และพฤติกรรมผู้บริโภค และน่าจับตามองว่าการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้นี้น่าจะนำไปสู่โครงสร้างการค้ารูปแบบใหม่ที่ยั่งยืนหรือไม่ในอนาคต

พ.อ.สุเทพ ยั่งยืน

อจ.อภ.สมย.วทบ.

อ้างอิง

1. <https://www.ditp.go.th/post/202243>
2. <https://www.cnbc.com/2025/04/03/de-minimis-trade-loophole-to-end-may-2-white-house-says.htm>
3. <https://www.ft.com/content/a40ae765-1d01-4dc1-8ceb-fe8934fd9b64>