

คอลัมน์ "แจ้งสืบ" ฉบับวันที่ 14 ตุลาคม 68

เบื้องหลังการเติบโตของการนำเข้าสินค้าผ่านด่านเร่งด่วน (express) ของไทย

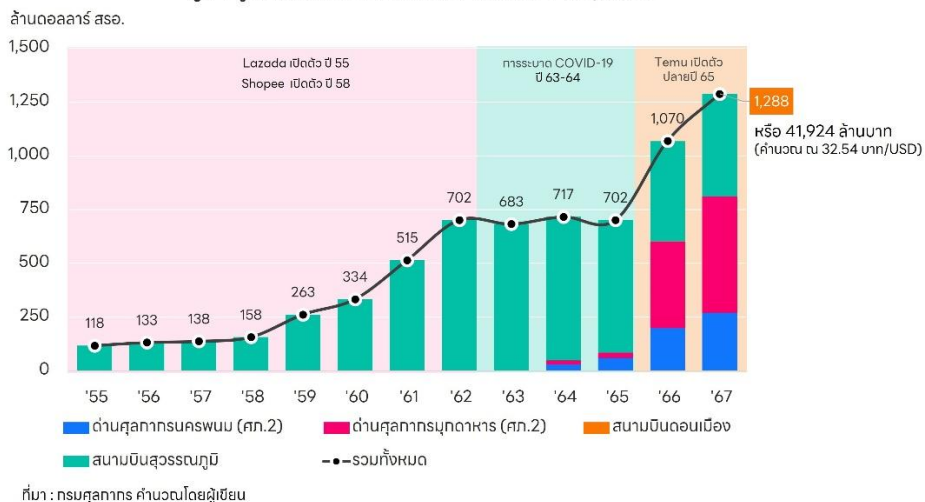
ดวงทิพย์ ศิริกาญจนารักษ์

ธนาคารแห่งประเทศไทย

การนำเข้าสินค้าผ่านด่านเร่งด่วน (express) แม้จะมีสัดส่วนเพียง 3.3% ของมูลค่านำเข้าสินค้าหมวดอุปโภคบริโภค แต่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมากลับเติบโตถึง 83% เมื่อเทียบกับก่อนโควิด-19 โดยเฉพาะสินค้าที่นำเข้าจากจีนที่เร่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

“สินค้าผ่านด่านเร่งด่วน หรือใบขน express” คือ พัสดุที่บริษัทโลจิสติกส์ เช่น FedEx DHL และ Flash Express ขออนุญาตกรมศุลกากรให้ปล่อยของทันทีเมื่อถึงไทย โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าต่ำกว่า 1,500 บาท (CIF) ที่ผู้บริโภคสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งหากย้อนกลับไปเมื่อสิบกว่าปีก่อน (รูป 1) หลังจากแพลตฟอร์ม e-commerce รายใหญ่เริ่มเปิดตัวในไทย มูลค่าการนำเข้าสินค้าเร่งด่วนค่อยๆ ขยับขึ้นต่อเนื่อง แต่เมื่อโลกหยุดนิ่งจากโควิด-19 การนำเข้าสินค้า ก็เข้าสู่ช่วงทรงตัว e-commerce กลายเป็นทางเลือกหลักในการจับจ่ายใช้สอยในช่วงล็อกดาวน์ และหลังการเปิดเมือง (ตั้งแต่ปี 2566) นี่ก็ คือ ช่วงที่นำเข้าตามองที่สุด เพราะการนำเข้าสินค้าผ่านด่านเร่งด่วนพุ่งขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2567 มีการนำเข้าสินค้ากว่า 150 ล้านชิ้น มูลค่ากว่า 1,288 ล้านดอลลาร์ สรอ. เพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจากช่วงก่อนโควิด และที่น่าสนใจ คือ 77% ของมูลค่าสินค้าฯ ทั้งหมด เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคในไทยสั่งซื้อจากจีน โดยประมาณ 80% เข้ามาทางด่านศุลกากรมุกดาหารและนครพนม Top 3 สินค้ายอดนิยม คือ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม พลาสติก และเครื่องใช้ไฟฟ้า

รูป 1 มูลค่าการนำเข้าสินค้าผ่านด่านเร่งด่วน (express)



3 ปัจจัยสำคัญที่อยู่เบื้องหลังการเติบโตของการนำเข้าสินค้าผ่านด่านเร่งด่วน

ปัจจัยแรก คือ ผลของสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐฯ ที่ทำให้จีนต้องปรับตัวหาตลาดใหม่ในการระบายสินค้า ซึ่งนโยบาย Cross-Border E-Commerce (CBEC) เป็นนโยบายสำคัญหนึ่งของจีน และไทยกลายเป็นเป้าหมายหนึ่ง ด้วยความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และเป็นคู่ค้ากันมานาน

ปัจจัยที่สอง คือ พฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน จากรายงาน Digital 2025 ของ We are social และ Meltwater ที่สำรวจในปี 2024 พบว่า คนไทยใช้เวลาเฉลี่ยบนอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือมากถึง 5 ชั่วโมงต่อวัน ติด Top 5 ของโลก และครองแชมป์โลกด้านการช้อปปิ้งออนไลน์ (e-commerce) บ่อยที่สุดต่อสัปดาห์ ด้วยสัดส่วนสูงถึง **69.2%** เพิ่มขึ้นจาก 66.6% ของปีก่อนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของการนำเข้าสินค้าเร่งด่วนที่ทุกครั้งมีการเปิดตัวแพลตฟอร์ม หรือ application เกี่ยวกับ e-commerce ใหม่ มูลค่าการนำเข้าสินค้าฯ จะสูงขึ้น

ปัจจัยสุดท้าย คือ เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-จีน ทางบกที่เร็วและต้นทุนที่ถูกลง เมื่อเทียบกับเดิมที่นิยมขนส่งทางอากาศเข้าทางด่านสุวรรณภูมิที่มีต้นทุนสูงกว่า ปัจจุบันสามารถขนส่งทางบกผ่านเส้นทาง R9 (ด่านศุลกากรมุกดาหาร) และ R12 (ด่านศุลกากรนครพนม) ไปยังเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (กว่างสี) ของจีน ซึ่งเป็นจุดผ่านแดนทางบกที่ใหญ่ที่สุดระหว่างจีนกับอาเซียน ใช้เวลาขนส่งประมาณ 2-3 วัน (รูป 2) รวมทั้งเป็นเส้นทางที่เชื่อมไปยังฝั่งตะวันออกของจีน ที่รัฐบาลจีนกำหนดให้เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลักตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เช่น อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของจีนประมาณ 70% ผลิตในมณฑลกว่างตุง เจ้อเจียง เจียงซู ชานตง และฝูเจี้ยน นิยมใช้เส้นทาง R9 มากกว่า R12 ส่วนหนึ่งเพราะส่วนใหญ่เป็นที่ราบและถนนที่สภาพดีกว่า นอกจากนี้ ทั้ง 2 ด้าน มีความพร้อมในการรองรับสินค้าขนาดเล็กจำนวนมาก เช่น คลังสินค้า จุดพักสินค้า และระบบการตรวจพัสดุ ที่ใช้เวลาเฉลี่ย 45 นาทีในการตรวจพัสดุทุกชิ้นใน 1 ตู้คอนเทนเนอร์

รูป 2 เส้นทาง R9 และ R12 (East-West Economic Corridor)



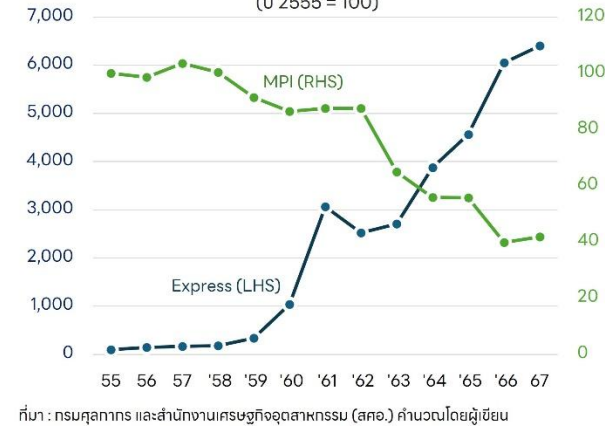
ที่มา: บทวิเคราะห์ เรื่อง Border trade and cross-border trade ของ กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการสหกรณ์ สำนักรวมการพาณิชย์

การนำเข้าสินค้าผ่านด่านเร่งด่วนนี้ แม้มูลค่ายังไม่มาก แต่การเติบโตอย่างก้าวกระโดด และในระยะต่อไป คาดว่าจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น จึงนับว่าเป็นประเด็นที่ควรติดตามอย่างใกล้ชิด เพราะแม้จะมีส่วนช่วยทำให้ผู้ประกอบการสินค้าถูกลงและมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น กรณีเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่ผู้ประกอบการไทยนิยมสั่งซื้อผ่านช่องทางนี้จากจีนมากที่สุด มีส่วนช่วยทำให้เงินเฟ้อในหมวดเสื้อผ้าของไทยลดลงเป็นลำดับ จากเฉลี่ยปี 2555-57 ที่ 0.9% เหลือ 0.3% ในช่วงปี 2558-62 และเหลือติดลบ 0.1% ตั้งแต่ช่วงโควิด-19 ถึงปี 2567

แต่สิ่งที่หลายฝ่ายกังวล คือ ราคาที่ถูกอาจแลกมาด้วยคุณภาพ รวมทั้งประโยชน์จากการใช้จ่ายที่เกิดขึ้น อาจไม่ได้ตกกับเศรษฐกิจไทยในภาพรวมมากนัก และยังส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งการจ้างงานของไทย ที่มีผู้ประกอบการเกือบ 2 แสนราย และแรงงานกว่า 1 ล้านคน อยู่ในอุตสาหกรรมผลิต 3 สินค้าที่คนไทยนิยมซื้อ

เช่น จากรูป 3 เห็นได้ว่า การผลิตอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของไทยลดลงต่อเนื่อง สวนทางกับการนำเข้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มผ่านด่านเร่งด่วนที่เร่งตัวขึ้น

รูป 3 มูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผ่านด่านเร่งด่วน (express) และดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) หมวดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของไทย (ปี 2555 = 100)



การนำเข้าสินค้าเร่งด่วน (express) จึงไม่ใช่แค่เรื่องของพัสดุชิ้นเล็ก แต่คือสัญญาณของการเปลี่ยนแปลง

โครงสร้างการค้าในระดับผู้บริโภค โดยในช่วงที่ผ่านมาทางการไทยได้ออกมาตรการเพื่อรักษาสมดุลระหว่างการเปิดเสรีกับการคุ้มครองเศรษฐกิจในประเทศ เช่น กำหนดให้แพลตฟอร์ม e-commerce ต่างชาติจดทะเบียนในไทย จัดเก็บ VAT 7% ตั้งแต่ 1 ม.ค. 2568 และส่งเสริมศักยภาพผู้ผลิตไทย ขณะที่ในบางประเทศมีแนวทางเพิ่มเติมที่น่าสนใจ เช่น มาเลเซียที่เก็บภาษีบริการดิจิทัลจากผู้ให้บริการต่างชาติ และอินโดนีเซียที่ออกกฎหมายให้ผู้ประกอบการต่างชาติตั้งสำนักงานในประเทศ พร้อมควบคุมคุณภาพสินค้าและส่งเสริมแพลตฟอร์มท้องถิ่น ทางด้าน OECD World Bank และ McKinsey ต่างแนะนำให้มีการทบทวนกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้ครอบคลุมถึงแพลตฟอร์ม e-commerce เพื่อสร้างสนามแข่งขันที่เป็นธรรม เพราะการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางนี้ ไม่ควรเป็นแค่การเติบโตของตัวเลข แต่ควรเป็นการเติบโตที่สมดุลและยั่งยืน ที่ทุกฝ่ายในระบบเศรษฐกิจสามารถได้รับประโยชน์ร่วมกัน

ผู้เขียนขอขอบคุณ ดร.จิตเกษม พรประพันธ์ ผู้หยิบยกประเด็นนี้ให้ผู้เขียนทำการศึกษา ดร.สุรจิต ลักษณะสุด สำหรับคำแนะนำและให้คำปรึกษาตลอดการจัดทำ คุณก้องภพ ภูสุวรรณ ผู้ให้ความรู้ด้านภูมิประเทศของจีน รวมทั้งผู้บริหารและเพื่อนพนักงาน สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับข้อมูลเชิงพื้นที่ ตลอดจน Editor ดร.พรเพ็ญ สดศรีชัย สำหรับความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และช่วยให้บทความนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

** บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของหน่วยงานที่สังกัด **