

จีนออกมาตรการ e-commerce หนุนผู้ประกอบการ SME ของจีนในตลาดโลก

ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 เป็นต้นมา จีนใช้มาตรการใหม่เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง (SME) ในตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ภายใต้แนวคิด “Made in China, sold on Amazon”

มาตรการดังกล่าวอนุญาตให้ผู้ส่งออกสามารถจำหน่ายสินค้าบนพื้นที่ของผู้ให้บริการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ (e-commerce platform) ของต่างประเทศได้ อาทิ Amazon และ eBay โดยจะได้รับการตรวจสอบปล่อยสินค้าอย่างรวดเร็วเพื่อส่งไปยังคลังสินค้าในต่างประเทศ หากผู้ขาย ผู้ให้บริการพื้นที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์ และผู้ให้บริการขนส่งขึ้นทะเบียนกับศุลกากรจีน ในกรณีนี้ ผู้ประกอบการสามารถรวบรวมพัสดุขนาดเล็กจำนวนมากเข้าไว้ด้วยกันเพื่อส่งออกไปยังคลังสินค้าในต่างประเทศในคราวเดียวได้ นอกจากนี้ ผู้ที่เข้าร่วมในโครงการนำร่องจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น การได้รับยกเว้นจากภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีสรรพสามิตสำหรับการค้าปลีก รวมทั้งเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราที่ต่ำกว่าปกติด้วย

อนึ่ง แม้ว่าการส่งสินค้าจากจีนไปยังผู้บริโภคในยุโรปหรือสหรัฐอเมริกาผ่านการซื้อขายบน Amazon จะเสียค่าขนส่งมากกว่าผู้ประกอบการที่ค้าขายในยุโรปหรือสหรัฐอเมริกา แต่สถานการณ์ดังกล่าวไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการชาวจีนเพราะสามารถใช้บริการของ Amazon ในการจัดส่งสินค้าไปยังคลังสินค้าของ Amazon ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าต่อไปยังผู้บริโภคได้

ในปี 2563 มูลค่าการส่งออกของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 40 หรือคิดเป็น 1.12 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 5.6 ล้านล้านบาท) และเป็นที่คาดว่า มาตรการใหม่นี้จะช่วยทำให้การค้าของผู้ประกอบการจีนในตลาดโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่ผู้คนหันมาสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

อ้างอิง

China Daily. *China's new clearance system to help small exporters: media.*

http://global.chinadaily.com.cn/a/202107/01/WS60dd4f02a310efa1bd65f2ea.html?ck_subscriber_id=638813816&utm_source=convertkit&utm_medium=email&utm_campaign=CTS+Weekly+Border+Management+Brief+07-02-21%20-%206154501 .

Accessed 6 July 2021.

E-Commerce Times. *Made in China, Sold on Amazon: The Numbers are Skyrocketing.*

<https://www.ecommercetimes.com/story/87077.html> . Accessed 6 July 2021.