

การจัดการธุรกิจ ระหว่างประเทศ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามนต์ ชานุกุไชย

International Business Management

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2539 โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิจามนต์ ชวนสุโขทัย ห้ามมิให้บุคคลใดคัดลอกหรือดัดแปลงข้อความหนังสือเล่มนี้หากผู้ใดละเมิดไม่ว่าการลอกเลียนหรือนำส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ไปใช้ดัดแปลงโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร จะถูกดำเนินคดีตามกฎหมายบัญญัติไว้สูงสุด

จำนวนหน้า : 354 หน้า

โทร. 08 7444 1919

โทร. 0 2160 1470 โทรสาร. 0 2160 1309

สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คำนำ

หนังสือการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศนี้ ได้เรียบเรียงขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบการสอนวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แก่นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี รวมถึงประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ นักธุรกิจ และบุคคลทั่วไปที่สนใจในธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมุ่งหวังให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหลักสากลที่ใช้กันโดยทั่วไปและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างถูกต้อง

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ได้แบ่งออกเป็น 10 บท ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ รูปแบบการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจโลก กลยุทธ์การค้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ แนวคิดทฤษฎีการค้าระดับโลก การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ วิธีการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกนำเข้า การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระดับโลก การส่งเสริมการขายและการบริการ จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระดับโลก โดยเนื้อหาสาระและตัวอย่างประกอบ ได้อธิบายไว้อย่างละเอียดเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น และมีแบบฝึกหัดทบทวนท้ายบท เพื่อให้ผู้ศึกษาได้ฝึกทักษะหลังจากการศึกษาเนื้อหาในแต่ละบท

หนังสือเล่มนี้มีเนื้อหาสาระตามหลักสูตร ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้นและสามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง โดยผู้เขียนมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์เชิงวิชาการแก่นักศึกษาและผู้สนใจ ในโอกาสนี้ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการเรียบเรียงหนังสือ และขอขอบพระคุณผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ให้การสนับสนุนการผลิตผลงานทางวิชาการ โดยส่งผลให้หนังสือเล่มนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามณต์ ชาญสุไชย

17 มิถุนายน 2567

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	(1)
สารบัญเนื้อเรื่อง	(3)
สารบัญภาพ	(9)
สารบัญตาราง	(11)
บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ	1
ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ	1
บทบาทและความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ	2
แนวคิดทฤษฎีและความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศในโลกปัจจุบัน	5
อุปสรรคทางการค้า	7
สิทธิประโยชน์ทางการค้า	11
บทสรุป	18
คำถามทบทวน	18
บรรณานุกรม	20
บทที่ 2 รูปแบบการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ	21
ประเภทและลักษณะการดำเนินธุรกิจ	21
โครงสร้างภายในของธุรกิจระหว่างประเทศ	24
รูปแบบการจัดองค์กร	25
การสำรวจตลาด	36
การแสวงหาคู่ค้าและการคัดเลือกคู่ค้า	39
การตรวจสอบเครดิตของคู่ค้า	42
บทสรุป	44
คำถามทบทวน	45
เอกสารอ้างอิง	46

	หน้า
บทที่ 3 การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจโลก	47
องค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ	49
ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับข้อตกลงการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (NAFTA)	51
ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EU)	54
ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)	56
ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับองค์การการค้าโลก (WTO)	61
ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)	63
ตลาดร่วมแห่งแอฟริกาตะวันออกและแอฟริกาตอนใต้ (COMESA)	63
ความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการ และเศรษฐกิจ (BIMSTEC)	66
บทสรุป	71
คำถามทบทวน	72
เอกสารอ้างอิง	74
บทที่ 4 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ	75
โครงสร้างองค์กรของบริษัทข้ามชาติ	75
ปรัชญาในการควบคุมของการดำเนินงานในต่างประเทศ	77
บทบาทของกลยุทธ์	81
กลยุทธ์และการกำหนดระดับของกลยุทธ์	82
ปัจจัยในการบริหารเชิงกลยุทธ์	92
กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจ	95
บทสรุป	101
คำถามทบทวน	102
เอกสารอ้างอิง	103

	หน้า
บทที่ 5 แนวคิดทฤษฎีการตลาดระดับโลก	105
ความหมายของการตลาดระดับโลก	105
ทฤษฎีการตลาดระดับโลก	106
แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด	110
วิวัฒนาการการตลาดระหว่างประเทศ	120
กลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ	123
บทสรุป	127
คำถามทบทวน	127
เอกสารอ้างอิง	129
บทที่ 6 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	131
ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์	131
แนวคิดเชิงกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ	133
ความหมายและบทบาทหน้าที่ของพนักงานข้ามชาติ	141
การบริหารพนักงานข้ามชาติ	142
แนวคิดหรือปรัชญาด้านการจัดหาบุคลากรไปปฏิบัติงานในต่างแดน	149
บทสรุป	154
คำถามทบทวน	155
เอกสารอ้างอิง	157
บทที่ 7 วิธีการดำเนินงานของผู้ประกอบการส่งออกนำเข้า	159
การทำข้อตกลงของสัญญาทางการค้าระหว่างประเทศ	159
วิธีและรูปแบบการเสนอขายและเสนอซื้อ	162
การคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าส่งออก-นำเข้า	174
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ	177
บทสรุป	193
คำถามทบทวน	194

	หน้า
เอกสารอ้างอิง	195
บทที่ 8 การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ระดับโลก	197
ความหมายของห่วงโซ่อุปทาน	197
การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	200
คำจำกัดความของโลจิสติกส์	215
การจัดการโลจิสติกส์	217
ความแตกต่างระหว่างโลจิสติกส์กับห่วงโซ่อุปทาน	223
ตัวอย่างของห่วงโซ่อุปทาน Supply Chain ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ	233
กรณีศึกษาเปรียบเทียบการส่งสินค้าของบริษัท UPS และ FedEx	234
กรณีศึกษาโลจิสติกส์ บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	246
กรณีศึกษาเรือตู้คอนเทนเนอร์กับโลจิสติกส์	248
บทสรุป	249
คำถามทบทวน	250
เอกสารอ้างอิง	251
บทที่ 9 การส่งเสริมการขายและการบริการ	253
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย	253
กลุ่มเป้าหมายของการส่งเสริมการขาย	254
กลยุทธ์การส่งเสริมการขายโดยบุคคล	255
กลยุทธ์การส่งเสริมการขายโดยการประชาสัมพันธ์	256
เทคนิคการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	257
ความหมายของการบริการลูกค้า	258
คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ	261
ความสำคัญและความพึงพอใจในการบริการ	262
คุณภาพบริการ	268
องค์ประกอบของการบริการ	274

	หน้า
กลยุทธ์การให้บริการลูกค้าในห่วงโซ่อุปทาน	278
บทสรุป	282
คำถามทบทวน	283
เอกสารอ้างอิง	284
บทที่ 10 จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระดับโลก	287
หลักธรรมาภิบาล	288
นโยบายการบริหาร	290
ความยั่งยืนขององค์กร	291
ตัวอย่างประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ	302
ตัวอย่างนโยบายด้านจริยธรรมในบริษัทต่าง ๆ (บริษัทฟูจิฟิล์ม)	303
ตัวอย่างนโยบายด้านจริยธรรมในบริษัทต่าง ๆ (บริษัทวอลโว่)	307
บทสรุป	311
คำถามทบทวน	312
เอกสารอ้างอิง	314
บรรณานุกรม	315
ดัชนีคำศัพท์	325

สารบัญภาพ

	หน้า
1.1 การส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิกในกลุ่มอาฟต้า	15
1.2 ขั้นตอนการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าทางระบบอิเล็กทรอนิกส์	15
1.3 ระบบสิทธิประโยชน์ทางการค้า	17
2.1 ผังองค์กรของการจัดตั้งแผนกส่งออก	25
2.2 ผังองค์กรของการจัดตั้งบริษัทในเครือ	26
2.3 การจัดผังองค์กรของกิจการที่มีการจัดตั้งฝ่ายต่างประเทศ	27
2.4 การจัดโครงสร้างโดยยึดหน้าที่	28
2.5 การจัดผังองค์กรแบบยึดหลักผลิตภัณฑ์แบบสากล	30
2.6 การจัดโครงสร้างองค์กรโดยพิจารณาจากพื้นที่	32
2.7 การจัดโครงสร้างแบบผสม	33
2.8 การจัดโครงสร้างองค์กรแบบแมกซ์ทริกส์	34
3.1 ระดับความเข้มงวดของข้อจำกัดด้านการค้าบริการระหว่างประเทศ	47
4.1 Ansoff Matrix	85
4.2 กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ	89
4.3 กลยุทธ์ธุรกิจองค์กร	91
4.4 สภาพแวดล้อมโดยทั่วไประหว่างประเทศ	93
5.1 The International product life cycle	110
5.2 ERRC Grid : Eliminate-Reduce-Raise-Create Grid	115
5.3 Omni Channel	117
6.1 รูปแบบของพนักงานบริษัทข้ามชาติ	143
6.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของพนักงานข้ามชาติ	148
8.1 ห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐาน	198
8.2 ห่วงโซ่อุปทานขั้นที่ 2	198
8.3 ห่วงโซ่อุปทานขั้นสูง	199

	หน้า
8.4 ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน	204
8.5 มุมมองเชิงวัฏจักร	208
8.6 มุมมองแบบผลิตภัณฑ์และแบบดั้ง	209
8.7 สี่มิติของห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์	211
8.8 โครงสร้างของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	213
8.9 กรอบแนวคิดทางด้านห่วงโซ่อุปทาน	214
8.10 องค์ประกอบหลักของระบบโลจิสติกส์	218
8.11 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบหลักและฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในระบบโลจิสติกส์	222
8.12 ห่วงโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter	228
8.13 การบูรณาการความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน	232
8.14 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท FedEx : ขั้นตอนแรก	236
8.15 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท FedEx : ขั้นตอนที่ 2	237
8.16 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท FedEx : ขั้นตอนที่ 3	238
8.17 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท FedEx : ขั้นตอนที่ 4.1	239
8.18 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท FedEx : ขั้นตอนที่ 4.2	240
8.19 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท UPS : ขั้นตอนที่ 1	241
8.20 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท UPS : ขั้นตอนที่ 2	242
8.21 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท UPS : ขั้นตอนที่ 3	243
8.22 ขั้นตอนการส่งสินค้าของบริษัท UPS : ขั้นตอนที่ 4	244
9.1 กลยุทธ์การตลาด 7P's	268
9.2 7 R's Principle	272
9.3 โมเดลคุณภาพบริการ	280
10.1 หลักธรรมาภิบาล	290
10.2 ความเป็นมาและแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน	293
10.3 แสดงความสมดุลของความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืนตามหลัก Triple Bottom Line (TBL)	299

สารบัญตาราง

	หน้า
4.1 รูปแบบกลยุทธ์การบริหารตามทฤษฎีของ Perlmutter	80
5.1 จุดแข็งและจุดอ่อนของกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศ	126
6.1 การเลือกและข้อจำกัดของกลยุทธ์ Ethnocentric IHRM	135
6.2 การเลือกและข้อจำกัดของกลยุทธ์ Polycentric IHRM	136
6.3 การเลือกและข้อจำกัดของกลยุทธ์ Regiocentric IHRM	137
6.4 การเลือกและข้อจำกัดของกลยุทธ์ Geocentric IHRM	139
6.5 กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศและการออกแบบองค์กร	140
8.1 การวิเคราะห์ Information Systems ของทั้งบริษัท FedEx และบริษัท UPS	235
8.2 เปรียบเทียบการใช้งานระบบของ บริษัท FedEx และ บริษัท UPS – ด้านราคา	245
8.3 เปรียบเทียบการใช้งานระบบของ บริษัท FedEx และ บริษัท UPS – ด้าน User Interface	245
10.1 ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานจากการรายงานตามหลักไตรกัปปิยะ	301

บทที่ 1

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยการการค้าระหว่างประเทศเป็นวิธีหลักของการนำรายได้เข้าประเทศและการจ้างงานส่วนการทำการค้าระหว่างประเทศทำให้แต่ละประเทศสามารถบริโภคสินค้าที่ไม่สามารถผลิตภายในประเทศของตนได้ หรือการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบหรือเครื่องจักรส่งผลให้สามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสินค้าของประเทศ เนื่องจากการที่แต่ละประเทศมีทรัพยากรอยู่อย่างจำกัดและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความสามารถในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดแตกต่างกันไป โดยประเทศต่าง ๆ จะซื้อสินค้าและบริการที่มีสภาพการขาดแคลนและไม่สามารถผลิตได้เองหรือผลิตได้ไม่เพียงพอหรืออาจผลิตได้แต่มีต้นทุนเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งสูงกว่าประเทศอื่นและจะขายสินค้าหรือบริการที่มีความสามารถผลิตได้มากเกินความต้องการภายในประเทศ โดยมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าประเทศอื่นหรือมีต้นทุนเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าอีกชนิดหนึ่งต่ำกว่าประเทศอื่น ทำให้แต่ละประเทศต่างก็ได้รับประโยชน์จากการติดต่อค้าขายซึ่งกันและกันรวมไปถึงทำให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนจากประเทศที่พัฒนาแล้วไปยังประเทศกำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนา และจำนวนเงินที่ได้มาจากการค้าระหว่างประเทศนั้น รัฐบาลก็จะนำไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาประเทศต่อไปส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเจริญเติบโต

ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2549, หน้า 4) กล่าวว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง การดำเนินธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ไม่ว่าจะเป็นด้านการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ การส่งสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศ รวมถึงการลงทุนในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment หรือ FDI) ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการดังต่อไปนี้ 1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 2) ปัจจัยทางการเมือง 3) ปัจจัยทางสังคมและความแตกต่างทางวัฒนธรรม 4) ปัจจัยทางเทคโนโลยี

สมพงษ์ เฟื่องอารมย์ (2549, หน้า 5) กล่าวว่า การค้าระหว่างประเทศ (Foreign Trade or International Trade) หมายถึง การซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศหนึ่งกับอีกประเทศหนึ่ง ประกอบด้วย การนำเข้าสินค้า (Import) และการส่งออกสินค้า (Export) การค้าระหว่างประเทศ อาจจะเป็นการค้าระหว่างเอกชนต่อเอกชน รัฐต่อรัฐ หรือรัฐบาลกับเอกชน

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2553, หน้า 2) กล่าวว่า การค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การซื้อขาย และแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศหนึ่งกับอีกประเทศหนึ่ง ประกอบด้วย การส่งออกสินค้า (Export) และการนำเข้าสินค้า (Import) การค้ากับต่างประเทศอาจจะเป็นการค้าระหว่างเอกชนต่อเอกชน รัฐต่อรัฐ หรือระหว่างรัฐกับเอกชนก็ได้

สุเมธ เลิศจรรย์พร (2553, หน้า 2) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาตามความหมายของคำว่า การค้าระหว่างประเทศที่ Ball, Donald A. (1982: 9) ได้ให้ไว้คือ “ธุรกิจระหว่างประเทศ” หมายถึง ธุรกิจที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับการข้ามพรมแดนของชาติและมีได้ประกอบขึ้นเฉพาะการค้าและการผลิตระหว่างประเทศเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับการบริการทางด้านอุตสาหกรรม เช่น การขนส่ง การท่องเที่ยว การธนาคาร การโฆษณา การก่อสร้าง การค้าปลีก การค้าส่ง และการติดต่อสื่อสาร

อาจสรุปได้ว่า การค้าระหว่างประเทศ หมายถึง การดำเนินธุรกิจทางด้านการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือการเข้าไปลงทุนการค้าระหว่างประเทศระหว่างเอกชนกับเอกชน รัฐต่อรัฐ หรือรัฐกับเอกชน ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาประเทศและเศรษฐกิจโลกที่เจริญเติบโตอย่างแข็งแกร่ง

บทบาทและความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ

สมพงษ์ เฟื่องอารมย์ (2546, หน้า 3) กล่าวถึง ประวัติและความเป็นมาของการค้าระหว่างประเทศไว้ว่า การค้าระหว่างประเทศได้เป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจของโลก ในช่วงทศวรรษ 1960 (พ.ศ. 2503) และ 1970 (พ.ศ. 2513) โดยได้มีการนำเข้าและบริการแลกเปลี่ยนกัน ในตลาดโลกเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวในระยะเวลาเพียง 30 กว่าปี เศรษฐกิจของโลกได้ประสบวิกฤตการณ์น้ำมันอย่างรุนแรง 2 ครั้ง ในทศวรรษ 1970 (พ.ศ. 2513) อันเป็นชนวนแห่งภาวะเงินเฟ้อ และติดตามด้วยความซบเซาทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะการว่างงานในตลาดร่วมยุโรป และในสหรัฐอเมริกา ในปี พ.ศ. 2549 เศรษฐกิจของโลกได้ประสบวิกฤตการณ์น้ำมันราคาแพงขึ้นอย่างรุนแรง ประกอบกับมีการโต้ตอบด้วยมาตรการทางการค้าและการเมืองระหว่างประเทศอภิมหาอำนาจ เช่น

สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าห่วงใยว่าจะมีผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศโดยทั่วไป รวมทั้งตลาดการค้าของประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทยได้อย่างรุนแรง สมควรที่ผู้บริหารงานเศรษฐกิจการค้าของประเทศจะต้องพิจารณาว่าควรดำเนินนโยบายในรูปใดภายใต้ภาวะการณ์ดังกล่าว ในขณะที่รัฐบาลและธุรกิจเอกชนในประเทศไทย กำลังตื่นตัวในการลดอุปสรรคเปิดตลาดต่างประเทศ จำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหาต่าง ๆ ที่สืบเนื่องมาจากมาตรการกีดกันทางการค้าและภัยคุกคามทางการค้าที่พึงมี ทั้งในลักษณะและรูปแบบของปัญหาในด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจและการเมือง ในด้านแนวทางป้องกันแก้ไขปัญหาหรือลดความขัดแย้ง ตลอดจนในด้านการใช้กลไกขององค์การการค้าระหว่างประเทศให้เป็นประโยชน์

สำหรับประเทศไทยได้มีการสนับสนุนการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 โดยรัฐบาลภายใต้การนำของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับแรก ตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา ปรากฏว่าโครงสร้างสินค้าส่งออกของประเทศไทย ได้มีการพัฒนาออกไปเรื่อย ๆ นอกจากจะมีสินค้าเกษตรส่งออกมากขึ้นแล้ว สินค้าอุตสาหกรรมก็เริ่มมีบทบาทด้านส่งออกเป็นอย่างมาก ดังนั้น ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ต้องจำเป็นต้องเข้าไปเป็นสมาชิกในกลุ่มเศรษฐกิจในองค์การการค้าโลก WTO (World Trade Organization) ซึ่งเป้าหมายขององค์การการค้าโลก คือ เพื่อที่จะปรับปรุงยกระดับสวัสดิภาพของประชาชนของประเทศสมาชิก โดยผ่านทางหน้าที่หลัก 6 ประการ คือ (สุเมษ เลิศจริยพร, 2553, หน้า 4)

1. พยายามให้มีการดำเนินการตามข้อตกลงการค้าโลก
2. จัดให้มีวาระการประชุมในการเจรจาต่อรองทางการค้า
3. เป็นองค์กรระดับโลกในการเจรจาไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางการค้า
4. เป็นองค์กรในการตรวจสอบนโยบายการค้าของประเทศสมาชิก
5. ดำเนินการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคและการฝึกอบรมแก่ประเทศกำลังพัฒนา
6. ทำการประสานและให้ความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ

ซึ่งสรุปได้ว่า WTO เป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ดูแลจัดการเกี่ยวกับกฎเกณฑ์การค้าระดับโลกระหว่างประเทศ โดยพยายามให้การค้าต่าง ๆ ดำเนินไปด้วยความสงบเรียบร้อย มีทิศทางและเป็นไปด้วยความเสรีเท่าที่จะสามารถกระทำได้

การค้าระหว่างประเทศนับเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่มีบทบาทอย่างสำคัญอย่างยิ่งต่อการเร่งรัดพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เพราะการค้าระหว่างประเทศทั้งในด้านการส่งสินค้าออกและการนำสินค้าเข้า

จะเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยให้การใช้และการจัดสรรทรัพยากรของโลกเป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะอำนวยความสะดวกต่อประเทศที่ทำการค้า ซึ่งความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ สามารถอธิบายได้ดังนี้ (สมพงษ์ เพื่องอารมย์, 2546, หน้า 2-3)

1. ด้านการส่งสินค้าออก

1) ทำให้เกิดรายได้ซึ่งเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ หากประเทศใดไม่มีการส่งสินค้าออก ก็ไม่มีเงินตราต่างประเทศสำหรับซื้อสินค้าที่ต้องการ

2) สินค้าออกช่วยเพิ่มรายได้ของผู้ผลิต ทำให้ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้ในราคาที่เหมาะสม และสำหรับสินค้าบางชนิดที่สามารถผลิตได้เกินความต้องการของตลาดภายในประเทศ ผู้ผลิตก็สามารถขายออกสู่ตลาดต่างประเทศหรือมีโอกาสขยายการผลิตได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการจ้างงานเป็นการเพิ่มอำนาจการซื้อ และรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้นในที่สุด

3) สินค้าออกมีความหมายต่อภาวะการค้าและเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือ ในระยะที่มีการส่งสินค้าออกในมูลค่าที่เพิ่มขึ้น รัฐบาล ผู้ผลิต พ่อค้า ผู้ส่งออกก็จะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สภาพภาวะการค้าการลงทุนก็จะเพิ่มขึ้น มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น เศรษฐกิจของประเทศจะเจริญขึ้นตามไปด้วย แต่ในระยะใดที่การส่งออกมีมูลค่าลดลง รายได้และอำนาจซื้อของประชาชนก็จะลดลงด้วย เมื่อภาวะการค้าซบเซาก็จะส่งผลให้ธุรกิจด้านอื่น ๆ เช่น การธนาคาร การขนส่ง การจ้างงาน ซบเซาตามไปด้วย ทำให้เกิดเศรษฐกิจตกต่ำในประเทศโดยทั่วไป

4) สินค้าออกเป็นแหล่งรายได้ของรัฐบาล ในปีหนึ่ง ๆ ประเทศไทยได้รับรายได้จากอากรขาออกและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

5) ในกรณีประเทศที่กำลังพัฒนามีหนี้สินมาก การส่งออกจะทำให้ประเทศเหล่านั้นมีความสามารถในการชำระหนี้คืนได้ เพราะถ้าหากไม่สามารถส่งออกได้ ก็ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้คืนได้ ก็จะเป็นการส่งผลกระทบกระเทือนต่อประเทศเจ้าหนี้ และถ้าหากมีจำนวนหนี้มาก ๆ อาจจะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจ้าหนี้พลอยถูกกระทบกระเทือนไปด้วย

2. ด้านการนำสินค้าเข้า

1) การนำสินค้าเข้าช่วยให้ประชาชนในประเทศ มีสินค้าอุปโภคบริโภคสมบูรณ์และในราคาที่เหมาะสม เพราะสินค้าบางชนิดประเทศผู้นำเข้าไม่สามารถทำการผลิตได้ หรือผลิตได้ไม่เพียงพอแก่ความต้องการในประเทศ การนำสินค้าเข้าจึงเป็นการบรรเทาการขาดแคลน และผลของการนำเข้าทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าในราคาที่เหมาะสม

2) การนำสินค้าเข้าเป็นการเพิ่มการลงทุน ในกรณีที่มีการนำสินค้าเข้าเพื่อทำการผลิต หรือนำวัตถุดิบเข้ามาเพื่อใช้ในการผลิต ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น และรายได้ประชาชาติก็จะเพิ่มมากขึ้น

3) รัฐบาลมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งประเทศไทย รายได้ของรัฐบาล ส่วนหนึ่งมาจากภาษีศุลกากร

4) สินค้าเข้าจากประเทศอุตสาหกรรม จะเป็นตัวกระตุ้นการผลิตสินค้าประเภท อุตสาหกรรมภายในประเทศให้มีประสิทธิภาพสูงได้

อาจกล่าวได้ว่า ความสำคัญของการค้าทำให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านการส่งสินค้าออก และด้านการนำสินค้าเข้า ในด้านการส่งออกจะก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถกระจายสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศและขยายโอกาสการลงทุน ส่วนในด้านการนำเข้าจะทำให้ผู้บริโภคได้อุปโภคบริโภค สินค้าในราคาที่เหมาะสม อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานการลงทุนจากประเทศอุตสาหกรรม เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศผู้นำเข้าอีกด้วย

แนวคิดทฤษฎีและความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศในโลกปัจจุบัน

แนวคิดทฤษฎีและความสำคัญของธุรกิจระหว่างประเทศในโลกปัจจุบันที่มีการพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับบริบททางเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีแนวคิดหลักที่สำคัญ ได้แก่

1. ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) ทฤษฎีนี้มีบทบาทสำคัญอย่างมากในยุคการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยประเทศจะมีแนวโน้มที่จะผลิตและส่งออกสินค้าที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ซึ่งความได้เปรียบนี้สามารถเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน

2. ทฤษฎีการค้าดิจิทัล (Digital Trade Theory) ในยุคดิจิทัลการค้าระหว่างประเทศไม่ได้จำกัดอยู่แค่สินค้าทางกายภาพ แต่ยังรวมถึงการค้าที่อยู่ในรูปแบบบริการดิจิทัล เช่น ซอฟต์แวร์เนื้อหา ดิจิทัลและการทำธุรกรรมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การค้าดิจิทัลช่วยลดข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และเปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น แพลตฟอร์ม Temu ที่ถือกำเนิดมาจากประเทศจีน เปิดตัวครั้งแรกเมื่อต้นเดือนกันยายน ปี 2022 ซึ่งนับว่าเป็นแพลตฟอร์มที่มาแรงที่ได้รับความนิยมในสหรัฐอเมริกา ด้วยบริการขายสินค้าออนไลน์ที่มี

ความหลากหลายและต้นทุนต่อชิ้นต่ำไม่ว่าจะเป็นสินค้าเสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์บ้านและสวน เป็นต้น

3. ทฤษฎีเครือข่ายการผลิตโลก (Global Value Chain Theory) ในปัจจุบันโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การผลิตและการค้าไม่จำกัดอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่งแต่กระจายตัวไปทั่วโลก โดยผ่านการจัดการเครือข่ายการผลิตโลก ซึ่งแต่ละประเทศหรือบริษัทในแต่ละพื้นที่จะเข้ามามีบทบาทในการผลิตส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการ จากนั้นนำมาประกอบกันเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย

4. ทฤษฎีการค้าข้อมูล (Data Trade Theory) ข้อมูลในยุคปัจจุบันได้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญที่มีคุณค่าในยุคดิจิทัล การค้าข้อมูลแบบข้ามพรมแดน ซึ่งจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลผู้ใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เป็นสิ่งที่มีมูลค่าและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ยกตัวอย่างธุรกิจ Shein แปรนด์เสื้อผ้าออนไลน์ของประเทศจีน ถือกำเนิดที่กวางโจว เป็นแบรนด์จำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก Shein มีการใช้กลยุทธ์สร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจด้าน Supply Chain การออกแบบเสื้อผ้าด้วยข้อมูล (Data-Driven Clothing Design) นอกจากนี้ Shein ยังเป็นบริษัทที่มีการพัฒนาระบบ Supply Chain ที่ดีที่สุดในโลก โดย Shein จะใช้ซัพพลายเออร์ที่สามารถออกแบบและผลิตสินค้าภายในเวลา 10 วัน และยังสามารถส่งสินค้าในเวลาไม่เกิน 5 ชม. ให้ถึงโกดังรวบรวมสินค้าในเมืองกวางโจว ประเทศจีน ซึ่งจะทำให้ใช้เวลาน้อยกว่า Zara ผลิตเสื้อผ้าถึง 3 สัปดาห์และหากนับช่วงเวลาการผลิตต่อชิ้น Shein ใช้เวลาเร็วกว่าการผลิตเสื้อผ้าทั่วไปถึง 3-6 เดือน Shein ยังใช้ข้อมูล Big Data ของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบกำหนดปริมาณการผลิต และยังมีกระบวนการนำวัตถุดิบ แหล่งซื้อวัตถุดิบแก่ซัพพลายเออร์ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว, 2564)

5. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและความยั่งยืน (International Trade and Sustainability) มีการเน้นให้ความสำคัญกับการค้าอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล โดยรวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการผลิตและบริโภคที่ยั่งยืน และการใช้พลังงานหมุนเวียนในการผลิตและการขนส่ง เช่น บริษัท Epson ผู้ผลิตเทคโนโลยีเครื่องพิมพ์และโปรเจคเตอร์อันดับหนึ่งของโลกจากประเทศญี่ปุ่น ในฐานะผู้นำด้านเทคโนโลยีการพิมพ์ระดับโลก ได้นำหลักความยั่งยืนมาใช้ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนงานด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ตลอดไปจนถึงขั้นตอนบรรจุภัณฑ์และโลจิสติกส์ เพื่อรับประกันว่านวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ทุกรุ่นจะมีส่วนส่งเสริมสภาพสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้นในฐานะ

ผลผลิตที่สะท้อนถึงการนำหลักความยั่งยืนมาใช้ ปัจจุบันบริษัท Epson ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยังเปิดตัวแคมเปญใหม่ที่มีชื่อว่า Be Cool เพื่อสื่อสารถึงการตอบโจทย์ความต้องการงานพิมพ์ที่ควบคู่ไปกับการรักษาสິงแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยนำเสนอ Solution เพื่อการพิมพ์งานภายในองค์กรผ่านเทคโนโลยี Heat-Free ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ไม่ใช้ความร้อนในกระบวนการพิมพ์ ช่วยให้ประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้มากกว่าเครื่องพิมพ์เลเซอร์ทั่วไปถึง 85% นอกจากนี้ยังช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้มากถึง 85% (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2566)

อุปสรรคทางการค้า

ปัจจุบันอุปสรรคทางการค้าประกอบด้วยสองกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ อุปสรรคจากภาษีและโควตา (Tariff and Quota) และอุปสรรคจากสาเหตุที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier) ทั้งสองปัจจัยอธิบายได้ดังนี้ (ชนงกรณ์ กุณทลบุตร, 2549, หน้า 95-99)

อุปสรรคจากภาษีและโควตา (Tariff and Quota)

1. **อุปสรรคจากภาษีนำเข้า (Tariff)** การที่รัฐกำหนดภาษีนำเข้าของสินค้าให้สูง ส่งผลให้ราคาสินค้าชนิดนั้นสูงกว่าสินค้าภายในประเทศจนทำให้เกิดการแข่งขันได้ยาก เช่น การกำหนดอัตราภาษีนำเข้ารถยนต์ให้สูง ทำให้รถยนต์นำเข้ามีราคาสูงกว่ารถที่ผลิตในประเทศแม้จะเป็นรุ่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น รถยนต์ยี่ห้อ Tesla ในประเทศเกาหลีใต้จะมีราคาเฉลี่ยลดลงถึง 9.4 หมื่นบาท – 3.4 แสนบาท สำหรับการกำหนดภาษีนำเข้าเพื่อกีดกันสินค้าจากประเทศอื่นนี้เป็นที่นิยมมากในอดีต ในกรณีของประเทศไทยเคยพิจารณาการกำหนดภาษีให้สูง โดยเน้นที่สินค้าฟุ่มเฟือย แต่เป็นการมองจากมุมมองของประเทศไทยมิได้มองจากมุมมองของประชาคมโลก เช่น ถ้าเราต้องการให้ญี่ปุ่นหรือฝรั่งเศสซื้อสินค้าเกษตรจากไทยโดยขอสิทธิพิเศษทางภาษีอากร แต่เรากลับเพิ่มภาษีนำเข้าให้กับสินค้านำเข้าจากประเทศดังกล่าว ย่อมก่อให้เกิดความไม่เสมอภาคและเกิดความรู้สึกไม่เป็นธรรมต่อประเทศดังกล่าว ในปัจจุบันจึงมีองค์การการค้าโลกเข้ามาดำเนินงานเพื่อให้เกิดความเสมอภาคในเรื่องการค้าระหว่างประเทศ

2. **การจำกัดปริมาณนำเข้า (Quantity Limit) หรือโควตา** หมายถึง การกำหนดปริมาณการนำเข้าของสินค้าแต่ละชนิด เพื่อมิให้สินค้าต่างประเทศเข้ามาถือครองตลาดจนทำให้เกิดการต้องถื่นต้องประสบความเสียหาย เช่น ประเทศในกลุ่มตลาดร่วมยุโรปซึ่งเคยกำหนดโควตามิให้รถยนต์จากญี่ปุ่นเข้าไปจำหน่ายเกินกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ เพื่อการปกป้องมิให้อุตสาหกรรมภายในเสียหาย

แต่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในเช่นกัน เนื่องจากก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เสรี ทำให้อุตสาหกรรมภายในไม่ได้พัฒนาเนื่องจากไม่มีคู่แข่ง เช่นการจำกัดการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศ ที่มุ่งหวังจะทำให้อุตสาหกรรมประกอบรถยนต์เจริญรุ่งเรืองขึ้นทั้งระบบ แต่กลับปรากฏว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นไปได้ช้า เมื่อมีการนำเข้ารถยนต์ได้เสรีทำให้ผู้ผลิตภายในต้องเพิ่มคุณภาพและทำการลดต้นทุนเพื่อจะได้แข่งขันได้ ทำให้ผู้บริโภคได้ใช้ของดีในราคาถูก ยุติธรรม ซึ่งในปัจจุบันสหภาพยุโรปเตรียมออกกฎหมายกำหนดนิยามของ “รถยนต์เพื่อความยั่งยืน” (Sustainable Cars) โดยจะเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2569 เป็นต้นไป จะต้องเป็นรถยนต์ที่ปลอดการปล่อยก๊าซคาร์บอนโดยสิ้นเชิง ซึ่งสหภาพยุโรปมีการใช้ระดับการปล่อยก๊าซคาร์บอนเป็นข้อจำกัดและมีหลักเกณฑ์สำหรับการให้ฉลาก “รถยนต์สีเขียว” หรือ “รถยนต์เพื่อความยั่งยืน” ภายใต้ EU Green Investment Label จะช่วยสร้างความชัดเจนและช่วยดึงดูดนักลงทุนเข้ามาในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าในอนาคตได้

3. การกำหนดราคาขายร่วมในตลาดระหว่างประเทศ (International Price Fixing)

ในบางกรณีมีการรวมตัวของประเทศหรือกิจการผู้ผลิตสินค้าเพื่อทำการกำหนดราคาขายในต่างประเทศร่วมกัน เป็นการผูกขาดโดยตรง เช่น กรณีของกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันหรือกลุ่ม “โอเปค” (Organization of Petroleum Exporting Countries หรือ OPEC) การจำกัดปริมาณการผลิตน้ำมันของกลุ่มประเทศเหล่านี้มีผลต่อราคาน้ำมัน การที่ประเทศกลุ่มดังกล่าวเป็นผู้ผลิตในปริมาณส่วนใหญ่ ทำให้การผูกขาดเกิดขึ้น แต่ยากที่ประเทศอื่นจะทำการตอบโต้ แม้ว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการรวมกลุ่มเพื่อผูกขาดซึ่งประเทศในยุโรปหรือสหรัฐต่อต้าน แต่ก็ไม่สามารถทำอะไรได้เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าประเทศเช่นสหรัฐและอังกฤษมีผลประโยชน์ในการขุดเจาะน้ำมันในบริเวณดังกล่าว

อุปสรรคจากปัจจัยที่ไม่ใช่ภาษี (Nontariff Barrier)

หมายถึงอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยอื่นซึ่งมิใช่ภาษีหรือการจำกัดโควตา ประกอบด้วย

1. การควบคุมการทางการเงิน (Financial Control) หมายถึง การควบคุมที่เกี่ยวกับระบบแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Exchange Control) ส่งผลไปยังการค้าระหว่างประเทศโดยตรง เนื่องจากระบบเงินตรา (Currency) เป็นปัจจัยสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ เช่นประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกา ที่อนุญาตให้ผู้ส่งออกสามารถนำเงินตราต่างประเทศมาแลกเปลี่ยนเงินตราท้องถิ่นที่ค่อนข้างเสรี แต่จำกัดปริมาณการนำเงินตราท้องถิ่นไปแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ทำให้ผู้นำเข้าถูก

จำกัดปริมาณนำเข้าไปโดยปริยาย หรือการควบคุมการนำเงินตราต่างประเทศออกนอกประเทศที่เกิดขึ้นโดยทั่วไป ทำให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคต้องประสบอุปสรรคในการค้าระหว่างประเทศไปโดยปริยาย รวมทั้งการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ เมื่อพิจารณาอย่างผิวเผินดูเหมือนหนึ่งว่ามีผลดีต่อการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนมีเสถียรภาพ แต่ในระยะยาวแล้วมีผลเสีย โดยเฉพาะประเทศเล็ก ๆ เพราะการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนคงที่ทำให้เงินตราของประเทศนั้นมิได้สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงออกมาทำให้การนำเข้าและส่งออกเป็นไปอย่างผิดธรรมชาติ ส่งผลไปยังระบบเงินตราของประเทศในระยะยาว จนกระทบไปยังการค้าระหว่างประเทศ เช่น การที่ประเทศไทยกำหนดมูลค่าเงินบาทที่ 25 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ แต่ปรากฏว่าประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมากกว่าส่งออก ทำให้ดอลลาร์สหรัฐซึ่งเป็นเงินสำรองลดลง ค่าเงินบาทควรจะลดลงซึ่งทำให้สินค้าจากต่างประเทศแพงขึ้นและสินค้าไทยถูกลงในตลาดต่างประเทศ แต่การที่ประเทศไทยกำหนดค่าเงินไว้คงที่ ทำให้ค่าเงินบาทมิได้ลดลงอย่างที่ควรจะเป็น ทำให้คนไทยยังคงซื้อสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนเงินสำรองลดลงถึงจุดอันตรายในที่สุด ทำให้ไม่สามารถทำการค้ากับนานาประเทศได้ในที่สุดเนื่องจากค่าเงินของไทยไม่เป็นที่เชื่อถืออีกต่อไปเพราะไม่มีเงินตราต่างประเทศสำรองในปริมาณที่เพียงพอ

2. การควบคุมการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Investment Control) เป็นการควบคุมการลงทุนจากต่างประเทศโดยรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจำกัดสัดส่วนความเป็นเจ้าของ เช่น ห้ามต่างชาติถือหุ้นเกินร้อยละ 49 เป็นต้น หรือจำกัดมิให้มีการส่งกำไรออกเกินร้อยละ 15 ของทุน หรือควบคุมการคิดรายจ่ายสัมปทาน (Royalty) การควบคุมเหล่านี้เกิดจากแนวคิดที่ว่าเพื่อให้ธุรกิจในประเทศพัฒนาได้ แต่ในระยะยาวก็จะเป็นผลเสียต่อการค้าระหว่างประเทศของประเทศเหล่านั้นเอง เช่น การที่ประเทศไทยเคยกำหนดห้ามคนต่างชาติถือหุ้นเกินร้อยละ 49 ในขณะที่ธุรกิจไทยไม่สามารถพัฒนาตนเองได้ดีพอ ทำให้รัฐบาลทุกรัฐบาลต้องเชิญชวนธุรกิจต่างชาติให้มาลงทุนในประเทศ แต่ปรากฏว่ากฎหมายของประเทศกลับห้ามคนต่างชาติถือหุ้นเกินร้อยละ 49 นับเป็นสิ่งที่ขัดกันเองเป็นอย่างยิ่ง และเมื่อกิจการขนาดใหญ่ต้องการลงทุนหลายหมื่นล้าน ปรากฏว่าทุนไทยมีไม่เพียงพอ แต่เมื่อเปิดโอกาสให้ต่างชาติถือหุ้นได้เกินร้อยละ 50 ทำให้ทุนต่างประเทศไหลเข้าได้สะดวก ทำให้ธุรกิจจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนได้เพิ่ม ส่งผลกระทบต่อการจ้างงานและเศรษฐกิจของไทยในที่สุด

3. ปัจจัยอื่น ๆ ยังมีปัจจัยปลีกย่อยที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายข้อบังคับหรือระเบียบราชการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความล่าช้า และ

ความสับสนในการนำเข้าส่งออกหรือการลงทุน บางประเทศอาจใช้อุปสรรคทางเทคนิค เช่น การกำหนดมาตรฐานที่สูงจนผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศไม่สามารถนำเข้าได้ (Technical Barrier) เป็นการกำหนดอุปสรรคให้กับประเทศอื่นอย่างดูเสมือนหนึ่งมีเหตุผล แต่อาจกำหนดสูงจนประเทศที่มีเทคโนโลยีต่ำกว่ายากที่จะแข่งขันได้ หรือการกำหนดปัจจัยทางสังคมที่แต่ละประเทศมีความพร้อมไม่เท่ากัน เช่น การใช้แรงงานหญิงหรือเด็ก ในประเทศพัฒนาแล้วมีความพร้อมจากฐานะของรัฐบาล จึงกำหนดเกณฑ์ที่สูงได้ในขณะที่ประเทศยากจนรัฐบาลไม่สามารถสนับสนุนได้เต็มที่ หากมีกฎหมายที่สูงมาก อาจไม่สามารถทำได้ เมื่อไม่สามารถทำได้ก็ไม่สามารถขายสินค้าให้ประเทศที่กำหนดเงื่อนไขเหล่านั้นได้นอกจากนั้นนโยบายบางอย่าง เช่น ใช้ของที่ผลิตในประเทศก็เป็นนโยบายที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าเสรี และการค้าระหว่างประเทศได้ เช่น นโยบายการใช้ของไทย ถ้ามีการกำหนดนโยบายเพื่อให้คนไทยเลิกใช้ของต่างชาติ จะมีปัญหาต่อการค้าระหว่างประเทศและถูกต้องได้ กล่าวคือรัฐบาลเชิงธุรกิจต่างชาติมาลงทุนในประเทศ แต่สนับสนุนให้คนไทยเลิกใช้ของต่างชาติหันมาใช้ของไทยย่อมเป็นนโยบายที่ขัดกันเอง

อุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศเหล่านี้ เป็นกลไกที่เกิดขึ้นจากปัจจัยเฉพาะของแต่ละประเทศ หรือโดยรัฐบาลของแต่ละประเทศ ทำให้การค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ มีความได้เปรียบเสียเปรียบไม่เท่ากัน ชักนำมาซึ่งความไม่เสมอภาคหรือความไม่เป็นธรรมทางการค้า จนประเทศมหาอำนาจพยายามสร้างความเสมอภาคในรูปของข้อตกลงต่าง ๆ และการรวมกลุ่มเศรษฐกิจดังที่ได้กล่าวไปแล้ว รวมทั้งองค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งมุ่งจัดความไม่เป็นธรรมทางการค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เห็นได้ชัดเจนได้แก่ อัตราภาษี กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมและวัดได้ ทำให้อุปสรรคต่าง ๆ กำลังถูกขจัดให้หมดไป แต่อุปสรรคทางเทคโนโลยีระดับสูง ซึ่งสร้างความแตกต่างระหว่างประเทศพัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนายังเป็นสิ่งที่แทรกอยู่และวัดได้ยาก หากประเทศพัฒนาแล้วใช้อุปสรรคทางเทคนิคดังกล่าวกีดกันการค้าจากประเทศกำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนา ก็จะก่อให้เกิดความเสียหายกับประเทศด้อยพัฒนา และปัญหาการกระจายรายได้ระหว่างประเทศพัฒนาและประเทศที่อยู่นอกกลุ่มประเทศที่พัฒนาทำให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจต่อประเทศที่พัฒนาได้ในที่สุด แต่อาจเป็นวงจรที่ใช้เวลานานหลายสิบปีกว่าจะเห็นผล ในระหว่างนั้นอาจเกิดเหตุการณ์อื่นขึ้นก่อนเช่นปัญหาราคาน้ำมันหรือสงคราม ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดการเบี่ยงเบนประเด็นจากภาวะการค้าระหว่างประเทศที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนาในที่สุด ทำให้ปัญหาเศรษฐกิจโลกเป็นเรื่องที่ยากต่อการแก้ไข ถ้าทุกประเทศ

มุ่งแก้ปัญหาจากภาพรวมของทั้งโลกโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว จะทำให้โลกเดินหน้าเข้าไปหาความเสมอภาคที่แท้จริงและลึกซึ้งกว่าความเสมอภาคทางการค้าซึ่งเป็นเพียงปัจจัยพื้นฐาน ความเสมอภาคชนิดนั้น ได้แก่ ความเสมอภาคของประชาชนในทุกประเทศในโลกที่จะได้รับสิทธิพื้นฐานทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจเพียงพอต่อการดำรงชีวิตอย่างสงบสุขตามอัตภาพของตน ปัจจัยเหล่านี้มีรากฐานมาจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ โดยที่ประเทศสมาชิกต้องคำนึงถึงประเทศอื่นที่ด้อยกว่าทั้งทางเศรษฐกิจสังคม และการเมือง โดยการรวมกลุ่มที่แต่ละฝ่ายสุจริตใจต่อกันทำให้เกิดการเกื้อหนุน เพื่อให้ประเทศที่มีฐานะเสียเปรียบสามารถพัฒนาตนเองขึ้นไปสู่สิ่งที่ดีกว่า เมื่อแต่ละประเทศสามารถพัฒนาขึ้นไปเท่าเทียมกันแล้ว ประโยชน์จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจึงจะสมบูรณ์ทั้งทางสังคมและการเมือง

อาจสรุปได้ว่า อุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศเกิดจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ อุปสรรคที่เกิดจากภาษีและโควตา โดยในแต่ละประเทศจะมีการกำหนดอัตราภาษีแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนโยบายของประเทศนั้น ๆ เช่น ภาษีสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งในประเทศไทยจะมีอัตราการจัดเก็บที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ การให้โควตานี้โดยมากประเทศที่ให้โควตาจะเป็นกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว จะกำหนดปริมาณการนำเข้าสินค้านั้นด้วยปริมาณและภาษีพิเศษ เพื่อปกป้องสินค้าในประเทศตนเอง ไม่ให้เกิดความเสียหาย และอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยที่ไม่ใช่ภาษี เกิดจากมาตรการต่าง ๆ ของประเทศผู้นำเข้ากำหนดเงื่อนไข เช่น การควบคุมทางการเงิน การควบคุมการลงทุนจากต่างประเทศ และปัจจัยอื่น ๆ เช่น มาตรฐานสินค้าที่ไม่ได้ตรงตามเกณฑ์ของประเทศผู้นำเข้ากำหนด

สิทธิประโยชน์ทางการค้า

ในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการในประเทศไทยจำเป็นต้องเรียนรู้สิทธิประโยชน์ทางการค้าซึ่งอำนวยความสะดวกในการแข่งขันกับคู่แข่งในประเทศผู้นำเข้า สิทธิประโยชน์ทางการค้าที่สำคัญซึ่งจะทำให้การส่งออกไปยังต่างประเทศได้รับการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีนำเข้าจากทั้งหมด 85 ประเทศ ประกอบด้วย 3 ระบบ ได้แก่ (สุเมธ เลิศจริยพร, 2553, หน้า 10-14)

1. ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences; GSP) เป็นระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปที่ประเทศพัฒนาแล้ว (Developed Countries) มอบให้แก่สินค้านำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประเทศที่กำลังพัฒนา (Developing Countries) โดยการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีอากรนำเข้าให้แก่สินค้าที่เข้าข่ายได้รับสิทธิพิเศษ

ทางภาษีศุลกากร ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปนี้เรียกโดยย่อว่าระบบ GSP สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรหรือ GSP เกิดขึ้นจากการประชุมขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนามัยที่ 1 ที่นครเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ในปี พ.ศ. 2507 ที่ต้องการยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาจากการประสบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ด้วยการให้ประเทศกำลังพัฒนามีรายได้จากการช่วยเหลือทางการค้าแทนการช่วยเหลือด้วยการได้รับเงินช่วยเหลือในรูปของการให้เปล่า โดยมีวิธีการคือให้ประเทศที่พัฒนาแล้วช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าจากประเทศกำลังพัฒนาด้วยการลดหย่อนภาษีขาเข้าแก่สินค้าที่นำเข้าจากประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งระบบ GSP ได้รับการยอมรับในมติที่ประชุมสหประชาชาติในสมัยที่ 2 ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย ต้นปี พ.ศ. 2511 ประเทศที่เข้าร่วมในการให้สิทธิ GSP ประกอบไปด้วย 29 ประเทศ ซึ่งประเทศไทยได้รับสิทธิพิเศษนี้จากทั้ง 29 ประเทศด้วย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย แคนาดา ตุรกี สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) ได้แก่ นอร์เวย์ สวิตเซอร์แลนด์ กลุ่มประเทศสังคมนิยม ได้แก่ รัสเซีย สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐสโลวัก โปแลนด์ ฮังการี และบัลแกเรีย ประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรป 15 ประเทศ ได้แก่ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก ไอร์แลนด์ อิตาลี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เดนมาร์ก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี กรีซ สเปน โปรตุเกส สวีเดน ฟินแลนด์ และออสเตรีย

โดยอยู่บนหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

- (1) ให้เป็นการทั่วไป (Generalized)
- (2) โดยไม่หวังผลตอบแทน (Non-Reciprocal)
- (3) และไม่เลือกปฏิบัติ (Non-Discriminatory)

วัตถุประสงค์ของสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรหรือ GSP คือ

- (1) เพื่อเพิ่มรายได้จากการส่งออกให้แก่ประเทศที่กำลังพัฒนา
- (2) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมของประเทศที่กำลังพัฒนา
- (3) เพื่อเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนา

ประเทศได้รับสิทธิพิเศษทาง GSP จากกลุ่มประเทศสมาชิกที่เข้าร่วมทั้ง 29 ประเทศ โดยกลุ่มสินค้าหลักที่ได้รับสิทธิพิเศษทาง GSP มีทั้งกลุ่มสินค้าเกษตร เช่น สิ่งทอ อัญมณี เครื่องหนัง งานหัตถกรรม เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ผู้ส่งออกที่อยู่ในประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทาง GSP จากประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษนี้ จะได้รับสิทธิเมื่อการส่งสินค้าออกจะต้องมี “หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบ เอ”

(Certificate of Origin Form A) หรือ “หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสำหรับสินค้าหัตถกรรม” (Certificate in Regard to Certain Handicraft Products) หรือ “หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสำหรับสินค้าผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอด้วยมือ” (Certificate Relating to Silk or Cotton Handloom Products) ซึ่งหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดทั้ง 2 ประเภทหลังใช้สำหรับการส่งสินค้าหัตถกรรมและสิ่งทอไปยังประเทศในสหภาพยุโรป

2. ระบบสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศกำลังพัฒนา (Global System of Trade Preferences Among Developing Countries; GSTP) เป็นระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรที่ประเทศกำลังพัฒนาทั้งหมด 48 ประเทศทั่วโลก ร่วมกันใช้สิทธิแก่ประเทศสมาชิกในการลดภาษีศุลกากรสินค้านำเข้าซึ่งมีประมาณ 1,672 รายการระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกัน ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกของ GSTP ซึ่งจะได้รับสิทธิจากประเทศกำลังพัฒนา 42 ประเทศที่ได้ลงนามและให้สัตยาบันในข้อตกลงไว้แล้วคือ แอลจีเรีย อาร์เจนตินา บังคลาเทศ เบนิน โบลิเวีย บราซิล แคนาดา ชิลี คิวบา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี เอกวาดอร์ อียิปต์ กานา กินี กายอานา อินเดีย อินโดนีเซีย สาธารณรัฐอิสลามอิหร่าน อิรัก ลิเบีย มาเลเซีย เม็กซิโก โมร็อกโก โมซัมบิก เมียนมาร์ นิการากัว ไนจีเรีย ปากีสถาน เปรู ฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐเกาหลี สิงคโปร์ ศรีลังกา ซูดาณ ไทย ตรินิแดด และโตเบโก ตูนิเซีย สหสาธารณรัฐแทนซาเนีย เวเนซุเอลา เวียดนาม ซิมบับเว และเมอริโกเซอร์ นอกจากนี้ยังมีอีก 7 ประเทศที่ได้ลงนามในข้อตกลงไว้แล้ว แต่ยังไม่ให้สัตยาบันข้อตกลงตามระบบ GSTP ในการลดภาษีนำเข้า คือ อังกฤษ โคลัมเบีย กัวเตมา อุรุกวัย เวเนซุเอลา และซาอุดีอาระเบีย เช่นเดียวกับระบบ GSP การที่ผู้ส่งออกที่อยู่ในประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทาง GSTP จากประเทศผู้ให้สิทธิพิเศษ จะได้รับสิทธิต่อการส่งออกสินค้าออกจะต้องมี “หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบ จีเอสทีพี” (Certificate of Origin Form GSTP) กำกับเอกสารส่งออกไปด้วย

3. ระบบสิทธิพิเศษทางการค้าตามความตกลงว่าด้วยการใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน (Common Effective Preferential Tariff : CEPT) เป็นระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียนซึ่งให้สิทธิในการลดอัตราภาษีศุลกากรขาเข้าระหว่างประเทศสมาชิกประกอบไปด้วย 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชา โดยมีข้อตกลงการใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากันคือ

- 1) สินค้าที่ลดภาษี แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- (1) กลุ่มสินค้าเร่งรัดภาษี (Fast Track) มี 15 รายการ คือ ปุ๋ย ผลิตภัณฑ์หนังสือพิมพ์สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ไม้ และประเภทยาง เยื่อกระดาษ เครื่องประดับ และอัญมณี ผลิตภัณฑ์เซรามิกและผลิตภัณฑ์แก้ว น้ำมันพืช อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์ เกษภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยาง พลาสติก และแคโทดที่ทำจากทองแดง
- (2) กลุ่มสินค้าที่ลดภาษีในระยะเวลาปกติ (Normal Track) เป็นสินค้าที่ได้รับการลดหย่อนภาษีนอกเหนือจากสินค้า 15 รายการในกลุ่มสินค้าเร่งรัดภาษี

2) ระยะเวลาในการลดภาษี แบ่งเป็น 2 กลุ่มประเทศ คือ

- (1) กลุ่มสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ ได้แก่ บรูไน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ทำการลดอัตราภาษีศุลกากรที่อยู่ภายใต้ข้อผูกพันลงเหลือร้อยละ 0 จำนวน ร้อยละ 60 ของสินค้าในบัญชีลดภาษี ในปี 2546 และเพิ่มเป็นร้อยละ 80 ในปี 2550 และสุดท้ายที่ร้อยละ 100 ของสินค้าในบัญชีลดภาษี ในปี 2553
- (2) กลุ่มสมาชิกอาเซียนใหม่ 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเวียดนามและกัมพูชา ทำการลดอัตราภาษีศุลกากรที่อยู่ภายใต้ข้อผูกพันลงเหลือร้อยละ 0 จำนวนร้อยละ 80 ของสินค้าในบัญชีลดภาษี ในปี 2553 และเพิ่มเป็นร้อยละ 100 ของสินค้าในบัญชีลดภาษี ในปี 2558 ประเทศลาวและพม่า ทำการลดอัตราภาษีศุลกากรที่อยู่ภายใต้ข้อผูกพันลงเหลือร้อยละ 0 จำนวนร้อยละ 80 ของสินค้าในบัญชีลดภาษี ในปี 2555 และเพิ่มเป็นร้อยละ 100 ของสินค้าในบัญชีลดภาษี ในปี 2558

3) การยกเลิกข้อกีดกันทางการค้า สินค้าที่ทำการลดภาษีศุลกากรจะไม่ถูกกีดกันทางการค้าจากมาตรการดังนี้

- (1) การจำกัดปริมาณการนำเข้าและ/หรือส่งออก (Quantitative Restriction: QRs)
- (2) มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs)
- (3) มาตรการจำกัดการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange Restrictions)

ผู้ส่งออกจะได้รับสิทธิต่อเมื่อการส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิกในกลุ่มอาฟต้า จะต้อง มี “หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแบบ ดี” (Certificate of Origin Form D) กำกับเอกสาร

ส่งออกไปด้วย ตามขั้นตอนที่สรุปได้ดังภาพที่ 1.1 ซึ่งเอกสาร Form D ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการได้



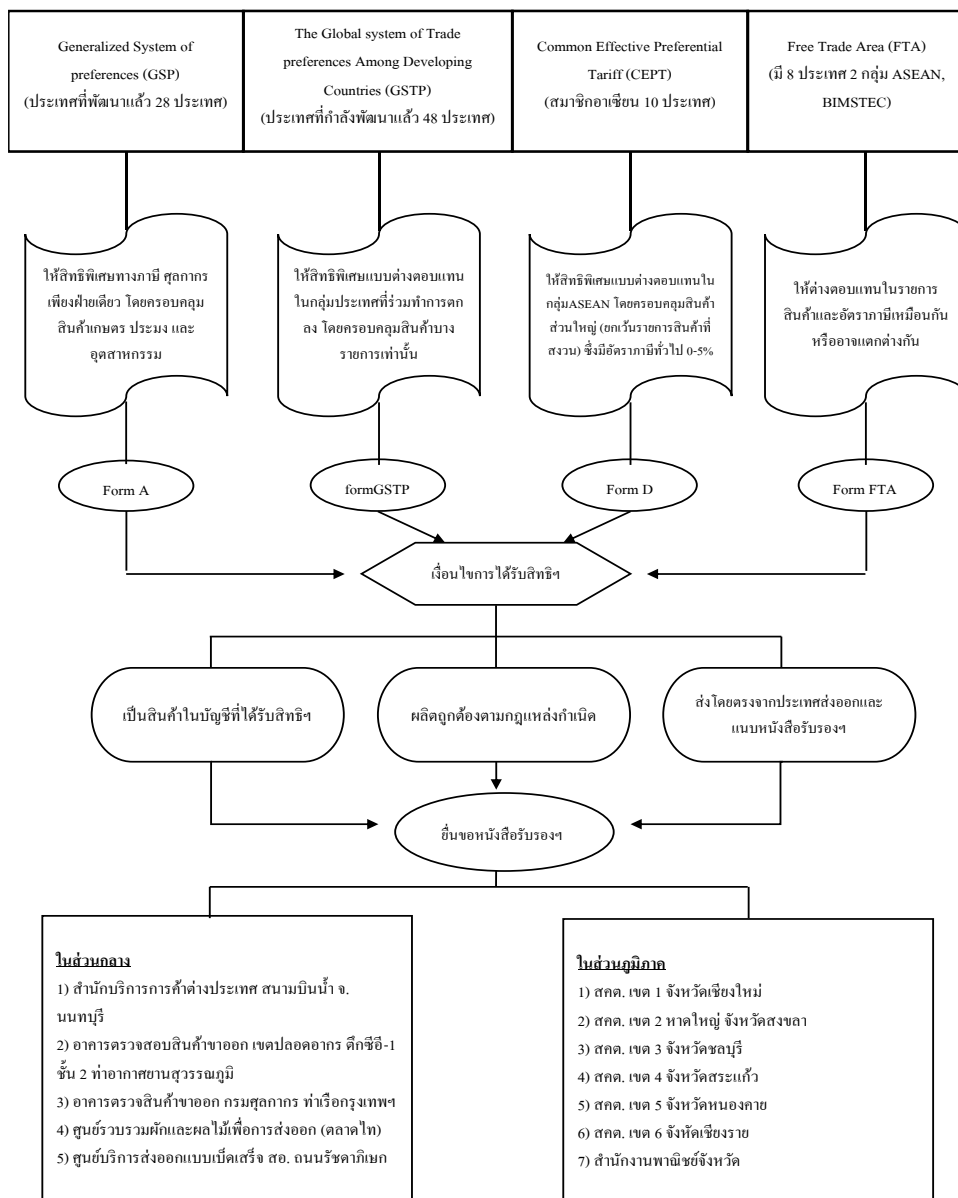
ภาพที่ 1.1 การส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิกในกลุ่มอาฟต้า

โดยขั้นตอนการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านกรมการค้าต่างประเทศ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1.2 ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการทราบขั้นตอนการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าแล้วก็จะสามารถเลือกประเภทของเอกสาร ได้แก่ A, D, E, JTEPA เพื่อใช้ประกอบในการขอรับการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีอากรขาเข้า ณ ประเทศปลายทางได้



ภาพที่ 1.2 ขั้นตอนการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

จะเห็นว่าสิทธิประโยชน์ทางการค้านั้นถูกแบ่งออกเป็น 3 ระบบ อันได้แก่ 1) ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปจะมอบให้สินค้านำเข้าที่มีแหล่งกำเนิดสินค้ามาจากประเทศที่กำลังพัฒนา จะได้รับการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีศุลกากร 2) ระบบสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศกำลังพัฒนา เป็นการให้สิทธิพิเศษด้านภาษีศุลกากรแก่ประเทศกำลังพัฒนาที่ได้ทำข้อตกลงในสมาชิกร่วมกัน 3) ระบบสิทธิพิเศษทางการค้าตามตกลงว่าด้วยการใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน ประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ซึ่งสิทธิประโยชน์ทางการค้าสามารถตามที่ได้กล่าวข้างต้น สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 ระบบสิทธิประโยชน์ทางการค้า (Trade Preference System)

ที่มา : สำนักสิทธิประโยชน์ทางการค้า, กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2565)

บทสรุป

ปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของทุกประเทศในโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย ซึ่งการค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศในด้านต่าง ๆ เช่น การส่งออกสินค้าจะทำให้ประเทศผู้ส่งออกมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การค้าการลงทุนก็จะเพิ่มขึ้น มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น เศรษฐกิจของประเทศจะเจริญขึ้นตามไปด้วย ส่วนการนำเข้าสินค้าเป็นการบรรเทาการขาดแคลนสินค้าบางชนิดที่ประเทศผู้นำเข้าไม่สามารถทำการผลิตได้ หรือผลิตได้ไม่เพียงพอแก่ความต้องการในประเทศ ผลของการนำเข้าทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าในราคาที่เหมาะสม ซึ่งการค้าระหว่างประเทศเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยให้การใช้และการจัดสรรทรัพยากรของโลกเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ทำให้ประเทศต่าง ๆ พยายามสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการรวมกลุ่มทางการค้าคือวิธีสำคัญในการสร้างอำนาจต่อรองของประเทศต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาค ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยก็ได้เข้าร่วมกลุ่มทางการค้าด้วยเช่นกัน และในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางการค้าที่ได้รับจากแต่ละประเทศคู่ค้า ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นและก่อให้เกิดประโยชน์สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก

คำถามทบทวน

1. จงอธิบายความหมายของ “การค้าระหว่างประเทศ”
2. จงอธิบายความสำคัญของการส่งออก และการนำเข้าสินค้า
3. ในการส่งออกหรือนำเข้า เจออุปสรรคการค้าหรือไม่ อะไรบ้าง
4. ในการส่งออกหรือนำเข้า ได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าหรือไม่ อะไรบ้าง
5. ยกตัวอย่างการรวมกลุ่มทางการค้าที่มีประเทศไทยเป็นสมาชิกอยู่ด้วยมา 1 กลุ่ม พร้อมทั้งอธิบาย
6. สิทธิประโยชน์ทางการค้ามีกี่ระบบ ประกอบด้วยระบบอะไรบ้าง
7. ประเทศไทยจัดอยู่ในระบบใดที่ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า และเนื่องมาจากสาเหตุใดบ้าง
8. การรวมกลุ่มทางการค้ามีข้อดีข้อเสียอย่างไร จงอธิบาย

9. การสร้างอุปสรรคทางการค้าทำให้เกิดผลกระทบต่อการนำเข้าและส่งออกกับประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร
10. การควบคุมการลงทุนจากต่างประเทศจะเกิดผลดีอย่างไรบ้างต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าไทยต่อตลาดโลกและการค้าชายแดนไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2566). ความร่วมมือในกรอบพหุภาคี. สืบค้น 10 ธันวาคม 2566, จาก <https://europetouch.mfa.go.th>.
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2553). หลักการนำเข้า และส่งออก. กรุงเทพฯ: บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง จำกัด.
- ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2549). การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พเยาว์ ศิริสิทธิ์. (2508). การค้าระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มตลาดร่วมยุโรป. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ กระทรวงพาณิชย์ (2555). ระบบสิทธิประโยชน์ทางการค้า. สืบค้น 10 ธันวาคม 2566, จาก http://onestopservice.ditp.go.th/download/export/po_1.pdf.
- สมพงษ์ เพื่องอารมย์. (2549). ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว. (2564). เปิดกลยุทธ์ SHEIN Fast-Fashion ยักษ์ใหญ่จากจีน. สืบค้น 12 ธันวาคม 2566, จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/734582/734582.pdf.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). การจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2566). Sustainability in Digital Marketing. สืบค้น 12 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/sustainability-digital-marketing>.
- สุเมธ เลิศจริยพร. (2553). การเรียนรู้วิธีการดำเนินธุรกิจ นำเข้า-ส่งออก ครบวงจร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bloomberg News. (2021). How Trump's Trade War Built Shein, China's First Global Fashion Giant. Retrieved March 18, 2024, from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-06-14/online-fashion-giant-shein-emerged-from-china-thanks-to-donald-trump-s-trade-war>.