

บทที่ 3

โครงสร้างทางเศรษฐกิจและ ระบบเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา

3.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยตัวจักรสำคัญคือ

1. ทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งด้านแร่ธาตุ ความสมบูรณ์ของพื้นที่การเกษตร และสภาวะอากาศที่ดี
2. ทรัพยากรบุคคลที่เป็นแรงงานคุณภาพและแรงงานฝีมือชั้นสูงมีเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยีชั้นสูง
3. ระบบการบริหารธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ
4. ตลาดการบริโภคที่มีขนาดใหญ่และมีกำลังซื้อสูง
5. เสถียรภาพระดับสูงในทางการเมืองและการปกครอง
6. ระบบการปกครองที่สนับสนุนการค้าเสรีหรือการเป็นเจ้าของกิจการของภาคเอกชน

แม้ว่าสหรัฐฯ จะมีธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมากที่เป็นที่รู้จักกันดีทั่วโลกแต่ธุรกิจที่เป็นรากฐานที่แท้จริงของเศรษฐกิจสหรัฐฯ คือ ธุรกิจขนาดเล็กซึ่งเป็นแหล่งรวมแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศเอาไว้ มีประมาณการว่าในระหว่างปี 1990 – 1995 ธุรกิจขนาดเล็กสร้างแรงงานใหม่ๆ ขึ้นในสหรัฐฯ ในอัตรา 3 ใน 4 ของแรงงานใหม่ๆ ทั้งสิ้นที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ ธุรกิจขนาดเล็ก ยังเป็นแหล่งผลิตแรงงานกลุ่มใหม่คือแรงงานสตรี แรงงานสูงอายุ และแรงงานที่เป็น part-time

จากสถิติของ U.S. Small Business Administration (SBA) ระบุว่าร้อยละ 52 ของแรงงานทั้งสิ้นในประเทศเป็นแรงงานรับจ้างในธุรกิจขนาดเล็ก และร้อยละ 99 ของธุรกิจขนาดเล็กเหล่านี้มีการจ้างแรงงานในไม่เกิน 500 คน คนงานสหรัฐฯ ประมาณ 19.6 ล้านคน เป็นแรงงานรับจ้างในบริษัทที่มีลูกจ้างไม่เกิน 20 คน ประมาณ 18.4 ล้านคนเป็นแรงงานรับจ้างในบริษัทที่มีลูกจ้างในระหว่าง 20 – 99 คน และประมาณ 14.6 ล้านคน เป็นแรงงานรับจ้างในบริษัทที่มีลูกจ้างระหว่าง 100 – 499 คน ในขณะที่ 47.7 ล้านคน เป็นแรงงานรับจ้างในบริษัทที่มีลูกจ้างเกินกว่า 500 คนขึ้นไป

✓ ธุรกิจขนาดเล็กเหล่านี้มีคุณสมบัติสำคัญคือ สามารถปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว หลายรายสามารถเติบโตอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของสหรัฐฯ และของโลก ยกตัวอย่าง เช่น Microsoft, Federal Express และ Nike เป็นต้น

✓ ในขณะที่ธุรกิจขนาดเล็กมีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นฐานรากของโครงสร้างทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ธุรกิจขนาดใหญ่ในระดับร่วมทุน (corporation) มีบทบาทที่เห็นได้เด่นชัดกว่าต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่นี้ให้บริการแก่ผู้บริโภคในจำนวนมากมหาศาล และสามารถเสนอขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าธุรกิจขนาดเล็ก และมีโอกาสที่จะเข้าถึงแหล่งเงินสนับสนุนได้มากกว่าและง่ายกว่าธุรกิจขนาดเล็กทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสหรัฐฯ ในฐานะเป็นบ่อเกิดของการวิจัยและการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวางในสหรัฐฯ เป็นแหล่งจ้างแรงงานหลายหลายชนิดที่มีความมั่นคงของการจ้างงานและการให้ผลตอบแทนด้านการเงินในระดับที่สูงกว่าธุรกิจขนาดเล็ก ✓

3.1.1 ระบบเศรษฐกิจ

กฎหมายรัฐธรรมนูญของสหรัฐฯ กำหนดไว้ว่าเศรษฐกิจสหรัฐฯ จะต้องเป็นไปในลักษณะตลาดที่รวมเป็นหนึ่งเดียว หรือ common market ที่ไม่มีการเก็บภาษีในการค้าระหว่างมลรัฐ ประชากรมีเสรีภาพในการประกอบธุรกิจของตน โดยรัฐบาลเข้าไปแทรกแซงในระดับต่ำ บทบาทของรัฐบาลกลางในระบบเศรษฐกิจของประเทศถูกจำกัดหน้าที่เฉพาะในการควบคุมระบบการค้าภายในประเทศ และระหว่างประเทศ โดยผ่านทางการจัดทำกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและการควบคุมการจัดสร้างเงินตรา และการกำหนดมูลค่าของเงินตรา

จากข้อกำหนดในกฎหมายรัฐธรรมนูญสหรัฐฯ ส่งผลให้เศรษฐกิจสหรัฐฯ เป็นไปในรูปแบบของเศรษฐกิจการตลาด หรือการค้าขายเสรีที่อยู่บนรากฐานของความสัมพันธ์ระหว่างอุปทานและอุปสงค์ หรือความพอใจ และการตกลงใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเป็นตัวกำหนดราคาและประเภทของ สินค้าที่จะถูกผลิตป้อนตลาด ตัวจักรกลสำคัญคือ เจ้าของธุรกิจ ภาครัฐบาล หรืออิทธิพลของภาคเอกชน กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเข้าไปมีอิทธิพลควบคุมระบบในระดับต่ำมาก

✓ เศรษฐกิจสหรัฐฯ มีลักษณะเป็นระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่มีความสลับซับซ้อนในระดับสูงมาก อุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมบริการมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจสหรัฐฯ ในระดับที่เท่าเทียมกัน จำนวนแรงงานส่วนใหญ่ของสหรัฐฯ จะอยู่ในระบบอุตสาหกรรมบริการมากกว่าอุตสาหกรรมการผลิต ✓

ตัวจักรกลสำคัญที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสหรัฐฯ ปัจจุบันคือ การดำเนินธุรกิจในลักษณะ “corporation” หรือการรวมกลุ่มของเจ้าของบริษัทในลักษณะผู้ถือหุ้น จัดตั้ง และดำเนินธุรกิจภายใต้กฎระเบียบ และขนบธรรมเนียมที่ซับซ้อน เงินทุนในการดำเนินธุรกิจของ corporation มาจากรายได้จากการขายหุ้น หรือพันธบัตรให้แก่บริษัทประกันภัย ธนาคาร นักลงทุนอื่นๆ หรือบุคคลทั่วไป เป็นต้น หรือจากการกู้ยืมเงินจากธนาคาร หรือสถาบันการเงินต่างๆ ทั้งนี้ การดำเนินการต่างๆ ของ corporation อยู่ภายใต้การบริหารของนักบริหารมืออาชีพ ที่จะเป็นผู้จัดทำกลยุทธ์ในการได้มาซึ่งทรัพยากรต่างๆ ทั้งด้านวัตถุดิบ เงินทุน แรงงาน และเทคโนโลยี เพื่อการผลิตสินค้าและบริการที่จะให้ ผลกำไรแก่บริษัทมากที่สุด

กลยุทธ์ต่างๆ ที่ใช้ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีความยืดหยุ่นในระดับสูงมาก ซึ่งหมายถึงการดำเนินนโยบายด้านการวางแผนการคลังล่วงหน้าระยะยาวเป็นไปในระดับต่ำ แต่จะให้ความสำคัญอย่างสูงต่อสมรรถนะในการแข่งขันในตลาดโลก

จากการที่สหรัฐฯ มีความเชื่อว่าภาคเอกชนสามารถดำเนินธุรกิจได้มีประสิทธิภาพกว่าภาครัฐบาลส่งผลทำให้บทบาท และอิทธิพลของภาครัฐบาลในด้านการควบคุมระบบเศรษฐกิจของประเทศถือได้ว่าอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ดี ความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชนในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจถือได้ว่าอยู่ในระดับสูง บทบาทของภาครัฐบาลส่วนใหญ่แล้วจะเป็นไปในด้านการดูแลควบคุมกิจกรรมต่างๆ ทางเศรษฐกิจผ่านทาง การออกกฎหมายต่างๆ ที่จะป้องกันไม่ให้ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่ง ถือครองอำนาจทางเศรษฐกิจไว้ในมือในระดับที่มากเกินไปจนอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อ โครงสร้างของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้ และทำการเฝ้าสังเกตสัญญาณต่างๆ ที่บ่งบอกถึงภัยอันตรายที่อาจจะมีต่อเศรษฐกิจของประเทศ เช่น สถานะเงินเฟ้อ เป็นต้น และหาทางป้องกันไม่ให้เกิดสภาวะการณ์ดังกล่าวขึ้น

3.1.2 บทบาทของรัฐบาลในระบบเศรษฐกิจ

1. การรักษาเสถียรภาพการเติบโตของเศรษฐกิจผ่านทางนโยบายด้านการเงิน
2. การควบคุมเศรษฐกิจโดยการออกกฎหมาย กฎระเบียบ การออกกฎหมาย เพื่อควบคุมระบบเศรษฐกิจโดยรัฐบาลแยกออกได้เป็น 2 ประเภทสำคัญคือ กฎหมายเศรษฐกิจที่เป็นไปเพื่อการดูแลและควบคุมเสถียรภาพด้านราคา และกฎหมาย antitrust law ที่เป็นไปเพื่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของตลาด โดยการประกันความเสมอภาคของความสามารถในการแข่งขันในตลาด

3. การให้บริการโดยตรงผ่านการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐบาลทุกระดับในกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการสนับสนุนการจ้างงาน การพัฒนาแรงงานคุณภาพ การพัฒนาอาชีพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

4. การให้ความช่วยเหลือโดยตรงแก่ภาคธุรกิจ และเอกชนทั่วไปโดยผ่านทางกิจกรรมต่างๆ เช่น การให้กู้ยืมเงิน โดยเสียดอกเบี้ยในระดับต่ำ และการให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีต่อภาคธุรกิจขนาดเล็ก การให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา การส่งเสริมธุรกิจการส่งออก การให้ความช่วยเหลือทางการเงิน และบริการพิเศษแก่บุคคลพิการและบุคคลยากจน เป็นต้น

3.2 ข้อมูลเบื้องต้นและเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ

3.2.1 ข้อมูลทางเศรษฐกิจเบื้องต้น

ระบบเศรษฐกิจ เป็นระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) ที่ให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินธุรกิจ โดยที่รัฐจะเข้ามาแทรกแซงในกิจการของเอกชนน้อยสนับสนุนให้มีการแข่งขันกันอย่างเสรีทั้งภายในและภายนอกประเทศ (กองอเมริกาเหนือ, 2546)

ประชากร สหรัฐอเมริกามีประชากรทั้งสิ้น 252.8 ล้านคน (พ.ศ. 2534) เฉลี่ยความหนาแน่นประมาณ 27 คนต่อตารางกิโลเมตร โดยมีลักษณะทางเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และการศึกษาแตกต่างกัน

เชื้อชาติ ประชากรอเมริกันเป็นชาวผิวขาวประมาณ 84.3 คนผิวดำร้อยละ 12.5 และเผ่าพันธุ์อื่นๆ ร้อยละ 3.2

ภาษา สหรัฐอเมริกาใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการ และภาษาอังกฤษยังเป็นภาษาของส่วนใหญ่ในประเทศนี้ ส่วนภาษาสเปนมีการใช้มากรองจากภาษาอังกฤษมีอัตราส่วนประมาณร้อยละ 5

ศาสนา ประชากรชาวอเมริกันนับถือศาสนาคริสต์ถึงร้อยละ 77 ของประชากรทั้งหมด นิกายสำคัญได้แก่ โปรเตสแตนต์ โรมันคาทอลิก แองกลิกัน อีสเทอร์นออร์โทดอกซ์ นอกจากนี้ยังมีผู้นับถือศาสนาฮิว มุสลิม และฮินดู อีกเล็กน้อย

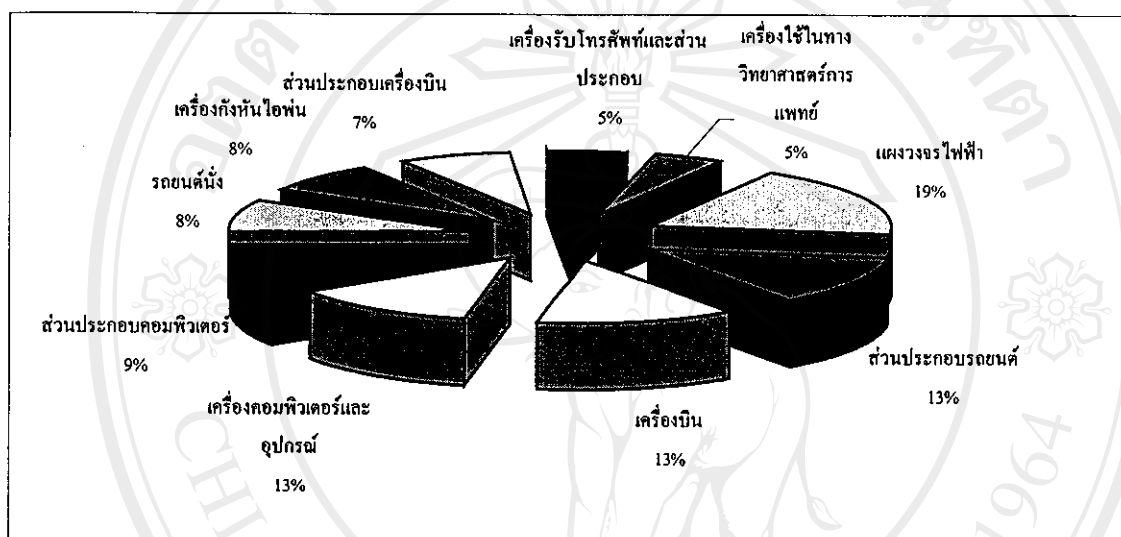
การศึกษา รัฐเป็นผู้จัดการศึกษาแบบให้เปล่าแก่นักเรียนทุกคนจนถึงอายุ 16 ปี ส่วนการศึกษาระดับสูงขึ้นไป ได้แก่ โรงเรียนเทคนิค วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ซึ่งมีมากกว่า 3,500 สถาบัน นักศึกษาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเอง แต่ก็มีสถาบันทางการศึกษาจำนวนมากที่ให้ทุนการศึกษาและคิดค่าเล่าเรียนต่ำใน พ.ศ. 2534 ประชากรชาวอเมริกันที่มีอายุเกิน 15 ปี อ่านออกเขียนได้ถึงร้อยละ 99

สภาพเศรษฐกิจ สหรัฐอเมริกามีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม และเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจสูงที่สุดแห่งหนึ่งในโลก

อุตสาหกรรม สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรที่ส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้แก่ ไฟฟ้าพลังน้ำ ปิโตรเลียม ถ่านหิน และเหล็ก ประกอบกับประชาชนชาวอเมริกันเป็นผู้มีคุณภาพ จึงเป็นประเทศที่เจริญก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม โดยใช้เทคโนโลยีระดับสูง มีการลงทุน

ขนาดใหญ่ที่ผลิตสินค้าได้คุณภาพสูงและผลิตมากซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งทำรายได้ประมาณร้อยละ 20 จึงทำให้สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำทางภาคอุตสาหกรรมของโลกมีความหลากหลายและมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามาก เช่น ปีโตรเลียม, เครื่องยนต์, เครื่องบิน, อุปกรณ์การสื่อสาร, เคมีภัณฑ์, อิเล็กทรอนิกส์, การแปรรูปอาหาร, สินค้าอุปโภคบริโภค, ป่าไม้, เหมืองแร่

รูปที่ 3.1 สินค้าส่งออกสำคัญของสหรัฐอเมริกาปีพ.ศ.2543-2544(ล้านเหรียญสหรัฐฯ)



ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

การส่งออก (ปี 2545) : การส่งออกของสหรัฐอเมริกา มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งมูลค่าที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจากภาคอุตสาหกรรม ในปี 2545 มีมูลค่าการส่งออก 1,014,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสินค้าส่งออกที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา คือ สินค้าทุน, เครื่องยนต์, ชิ้นส่วนอุตสาหกรรมและวัตถุดิบ, สินค้าบริโภคอุปโภค, วัตถุดิบอุตสาหกรรม, อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ซึ่งรายละเอียดได้แสดงไว้ในรูปที่ 3.2 โดยที่ประเทศคู่ค้าในการส่งออกคือ แคนาดา ร้อยละ 20.6 เม็กซิโก ร้อยละ 12.4 ญี่ปุ่น ร้อยละ 7 สหราชอาณาจักร ร้อยละ 4.4 เยอรมนี ร้อยละ 3.6 ดังแสดงในรูปที่ 3.3

สินค้าออกสำคัญของสหรัฐอเมริกา

อัตราการขาดตัว (ร้อยละ)

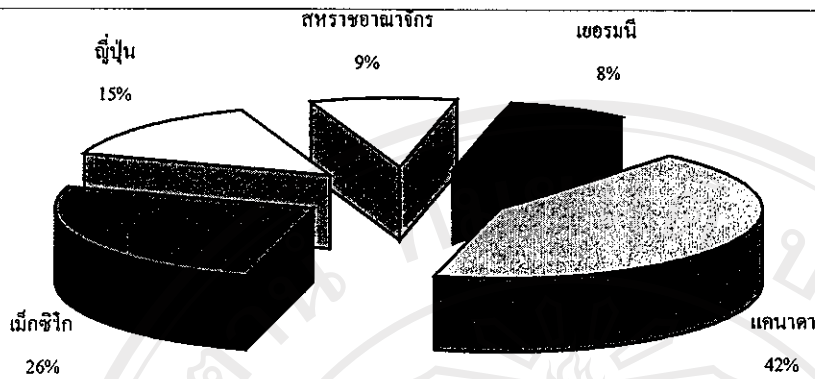
มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)

HS	สินค้า	2540	2541	2542	2543	2544	2541	2542	2543	2544	2540	2541	2542	2543	2544	2540	2541	2542	2543	2544	2540	2541	2542	2543	2544	
8542	แผงวงจรไฟฟ้า	35,544.00	34,139.00	42,859.00	54,098.00	40,428.00	-3.95	25.54	26.22	-25.27	5.17	5.02	6.19	6.93	5.53											
8708	ส่วนประกอบรถยนต์	27,769.00	27,670.00	28,694.00	30,995.00	28,558.00	-0.36	3.66	8.06	-7.86	4.04	4.07	4.14	3.97	3.91											
8802	เครื่องบิน	26,828.00	36,766.00	33,892.00	25,325.00	28,223.00	37.04	-7.82	-25.28	11.44	3.90	5.40	4.89	3.25	3.86											
8471	เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	28,108.00	25,835.00	26,715.00	30,929.00	27,386.00	-8.09	3.41	15.77	-11.46	4.09	3.80	3.86	3.96	3.75											
8703	ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์	21,477.00	19,722.00	19,971.00	24,649.00	20,174.00	-8.17	1.26	23.42	-18.15	3.12	2.90	2.88	3.16	2.76											
8474	รถยนต์นั่ง	17,417.00	16,703.00	17,060.00	17,234.00	18,364.00	-4.10	2.14	1.02	6.56	2.53	2.45	2.46	2.21	2.51											
8412	เครื่องกังหันไอน้ำ	11,744.00	13,650.00	14,915.00	15,608.00	17,530.00	16.23	9.27	4.65	12.31	1.71	2.01	2.15	2.00	2.40											
8804	ส่วนประกอบเครื่องบิน	13,550.00	15,278.00	15,410.00	15,239.00	16,211.00	12.75	0.86	-1.11	6.38	1.97	2.25	2.22	1.95	2.22											
8518	เครื่องรับโทรทัศน์และส่วนประกอบ	7,640.00	8,308.00	9,732.00	12,891.00	10,903.00	8.74	17.14	32.46	-15.42	1.11	1.22	1.40	1.65	1.49											
9019	เครื่องใช้ในทางวิทยาศาสตร์การแพทย์	7,887.00	8,197.00	8,670.00	9,101.00	10,169.00	3.93	5.77	4.97	11.73	1.15	1.20	1.25	1.17	1.39											
3005	ยาต้านโรค	2,971.00	3,905.00	5,233.00	6,500.00	8,552.00	31.44	34.01	24.21	31.57	0.43	0.57	0.76	0.83	1.17											
8460	เครื่องจักรที่ทำงานเป็นเอกเทศ	8,273.00	6,749.00	7,901.00	12,279.00	8,193.00	-18.42	17.07	55.41	-33.28	1.20	0.99	1.14	1.57	1.12											
8432	ส่วนประกอบเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้าง	8,355.00	8,882.00	6,841.00	7,354.00	8,088.00	6.31	-22.98	7.50	9.98	1.22	1.31	0.99	0.94	1.11											
8526	เครื่องส่งวิทยุ	6,953.00	6,608.00	7,168.00	7,712.00	6,584.00	-4.96	8.47	7.59	-14.63	1.01	0.97	1.03	0.99	0.90											
2711	น้ำมันสำเร็จรูป	5,203.00	3,991.00	4,576.00	7,107.00	6,411.00	-23.29	14.66	55.31	-9.79	0.76	0.59	0.66	0.91	0.88											
8408	เครื่องยนต์เบนซิน	3,989.00	4,517.00	5,480.00	6,513.00	6,397.00	13.24	21.32	18.85	-1.78	0.58	0.66	0.79	0.83	0.88											
8537	เครื่องตัดต่อสายรับวงจรไฟฟ้า	4,426.00	4,649.00	5,442.00	6,821.00	5,774.00	5.04	17.06	25.34	-15.35	0.64	0.68	0.79	0.87	0.79											
8705	รถบรรทุก	7,389.00	6,779.00	5,541.00	6,608.00	5,658.00	-8.30	-18.23	19.26	-14.38	1.07	1.00	0.80	0.85	0.77											
9031	เครื่องวัดรังสี	4,429.00	4,563.00	5,107.00	7,165.00	5,477.00	3.03	11.92	40.30	-23.56	0.64	0.67	0.74	0.92	0.75											
1202	ถั่วเหลือง	7,503.00	4,885.00	4,557.00	5,313.00	5,451.00	-34.89	-6.71	16.59	2.60	1.09	0.72	0.66	0.68	0.75											
	รวมสินค้า 20 รายการ	257,455.00	261,793.00	275,754.00	309,441.00	284,531.00	1.68	5.33	12.22	-8.05	37.44	38.47	39.80	39.65	38.92											
	สินค้าอื่น ๆ	430,143.00	418,681.00	417,067.00	470,978.00	446,465.00	-2.66	-0.39	12.93	-5.20	62.56	61.53	60.20	60.35	61.08											
	มูลค่าส่งออกรวม	687,598.00	680,474.00	692,821.00	780,419.00	731,026.00	-1.04	1.81	12.64	-6.33	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00											

ตารางที่ 3.1 สินค้าส่งออกสำคัญของสหรัฐอเมริกา

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

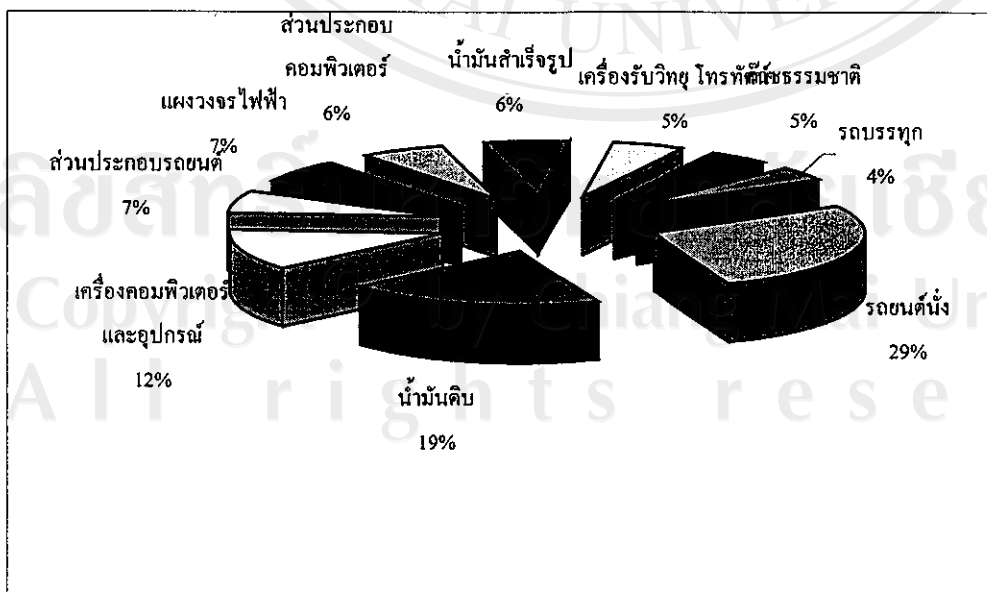
รูปที่ 3.2 ประเทศคู่ค้าในการส่งออกของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2545



ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

✓ **การนำเข้า (ปี 2545) :** การนำเข้าของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2545 มีมูลค่าการนำเข้า 1,438,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสินค้านำเข้าที่สำคัญคือ น้ำมันดิบ, สินค้าปิโตรเลียมบริสุทธิ์, เครื่องจักรเครื่องยนต์, สินค้าอุปโภคบริโภค, วัตถุดิบอุตสาหกรรม, อาหารและเครื่องดื่ม ดังแสดงในรูป 3.4 และ 3.5 ซึ่งประเทศคู่ค้าในการนำเข้าที่สำคัญคือ แคนาดา ร้อยละ 18.2 เม็กซิโก ร้อยละ 11.6 จีน ร้อยละ 10.8 ญี่ปุ่น ร้อยละ 10.5 เยอรมนี ร้อยละ 5.3 ดังแสดงในรูป 3.6

รูปที่ 3.3 สินค้าเข้าสำคัญของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2543-2545 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)



ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

สินค้านำเข้าสำคัญของสหรัฐอเมริกา

อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)

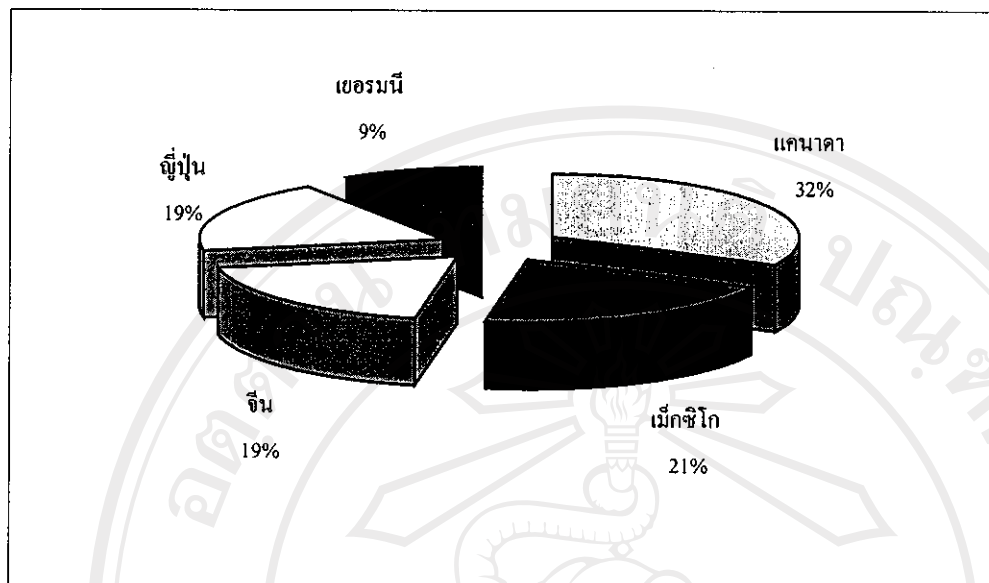
มูลค่า (ล้านบาทไทย)

HS	สินค้า	2540	2541	2542	2543	2544	2541	2542	2543	2544	2540	2541	2542	2543	2544	2540	2541	2542	2543	2544
8703	รถยนต์นั่ง	73,360.00	81,207.00	96,888.00	109,614.00	107,006.00	-10.70	19.31	13.13	-2.38	8.43	8.89	9.45	9.01	9.37	8.43	8.89	9.45	9.01	9.37
2709	น้ำมันดิบ	54,091.00	37,543.00	50,662.00	89,786.00	75,263.00	-2.00	34.98	77.23	-16.18	6.22	4.11	4.94	7.38	6.59	6.22	4.11	4.94	7.38	6.59
8471	เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	45,038.00	44,137.00	49,173.00	55,909.00	47,596.00	4.99	11.41	13.70	-14.87	5.18	4.83	4.80	4.59	4.17	5.18	4.83	4.80	4.59	4.17
7808	ส่วนประกอบรถยนต์	21,175.00	22,232.00	25,320.00	27,986.00	26,444.00	-10.25	13.89	10.53	-5.51	2.43	2.43	2.47	2.30	2.32	2.43	2.43	2.47	2.30	2.32
8542	แผงวงจรไฟฟ้า	33,080.00	29,689.00	33,460.00	42,462.00	26,439.00	12.71	12.70	26.90	-37.73	3.80	3.25	3.27	3.49	2.32	3.80	3.25	3.27	3.49	2.32
8473	ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์	23,839.00	26,869.00	30,522.00	32,161.00	25,151.00	-20.66	13.60	5.37	-21.80	2.74	2.94	2.98	2.64	2.20	2.74	2.94	2.98	2.64	2.20
2710	น้ำมันถ่านหิน	14,182.00	11,252.00	14,525.00	26,365.00	24,541.00	28.56	29.09	81.51	-6.92	1.63	1.23	1.42	2.17	2.15	1.63	1.23	1.42	2.17	2.15
8525	เครื่องส่งวิทยุ	6,613.00	8,502.00	12,356.00	20,453.00	21,354.00	-10.77	45.33	65.53	4.41	0.76	0.93	1.21	1.68	1.87	0.76	0.93	1.21	1.68	1.87
2711	ก๊าซธรรมชาติ	7,297.00	6,511.00	7,316.00	12,899.00	18,403.00	-12.17	12.36	76.31	43.45	0.84	0.71	0.71	1.06	1.62	0.84	0.71	0.71	1.06	1.62
8704	รถบรรทุก	12,012.00	10,550.00	14,477.00	15,055.00	16,336.00	45.85	37.22	3.99	8.51	1.38	1.15	1.41	1.24	1.43	1.38	1.15	1.41	1.24	1.43
8802	เครื่องบิน	4,851.00	7,075.00	9,086.00	12,610.00	14,776.00	24.60	28.42	38.78	17.18	0.56	0.77	0.89	1.04	1.29	0.56	0.77	0.89	1.04	1.29
8411	เครื่องกังหันพ่น	8,115.00	10,111.00	10,092.00	10,666.00	13,305.00	11.41	-0.19	5.69	24.74	0.93	1.11	0.98	0.88	1.17	0.93	1.11	0.98	0.88	1.17
8517	เครื่องรับโทรทัศน์และส่วนประกอบ	8,055.00	8,974.00	12,114.00	19,101.00	12,341.00	42.87	34.99	57.68	-35.39	0.93	0.98	1.18	1.57	1.08	0.93	0.98	1.18	1.57	1.08
3004	ยารักษาโรค	4,961.00	7,088.00	8,695.00	9,157.00	12,334.00	17.69	22.67	5.31	34.69	0.57	0.78	0.85	0.75	1.08	0.57	0.78	0.85	0.75	1.08
6110	เสื้อผ้าแบบเวสต์เลอร์	7,119.00	8,378.00	9,460.00	10,914.00	11,368.00	11.62	12.91	15.37	4.16	0.82	0.92	0.92	0.90	1.00	0.82	0.92	0.92	0.90	1.00
7102	เพชร	7,635.00	8,522.00	9,929.00	12,093.00	10,656.00	11.69	16.51	21.79	-11.88	0.88	0.94	0.97	0.99	0.93	0.88	0.94	0.97	0.99	0.93
6204	ชุดของผู้หญิง	7,658.00	8,533.00	8,717.00	10,175.00	10,205.00	22.66	1.92	16.73	0.29	0.88	0.76	0.85	0.84	0.89	0.88	0.76	0.85	0.84	0.89
9403	เฟอร์นิเจอร์และส่วนประกอบ	5,653.00	6,934.00	8,478.00	10,146.00	9,992.00	-0.63	22.27	19.67	-1.52	0.65	0.96	0.83	0.83	0.87	0.65	0.96	0.83	0.83	0.87
6403	รองเท้าหนัง	8,827.00	8,771.00	8,628.00	9,272.00	9,700.00	45.63	-1.63	7.46	4.62	1.01	0.46	0.84	0.76	0.85	1.01	0.46	0.84	0.76	0.85
2933	สารประกอบไฮโดรคาร์บอนไฮโดรลิค	2,875.00	4,187.00	5,421.00	9,177.00	8,881.00	0.18	29.47	69.29	-3.23	0.33	39.00	0.53	0.75	0.78	0.33	39.00	0.53	0.75	0.78
	รวมสินค้า 20 รายการ	356,436.00	357,076.00	425,319.00	546,001.00	502,191.00	8.45	19.11	28.37	-8.02	40.98	7.00	41.50	44.87	43.98	40.98	7.00	41.50	44.87	43.98
	สินค้าอื่นๆ	513,438.00	556,809.00	599,447.00	670,887.00	639,768.00	5.06	7.66	11.92	-4.64	59.02	60.93	58.50	55.13	56.02	59.02	60.93	58.50	55.13	56.02
	มูลค่าส่งออกรวม	869,874.00	913,885.00	1,024,766.00	1,216,888.00	1,141,959.00	-1.04	12.13	18.75	-6.16	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ตารางที่ 3.2 สินค้าเข้าสำคัญของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2540-2545

ที่มา : กรมศุลกากรกระทรวงพาณิชย์ (ออนไลน์)

รูปที่ 3.4 ประเทศคู่ค้าในการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2545



ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

เกษตรกรรม ผลผลิตทางการเกษตรของสหรัฐอเมริกามีเพียงร้อยละ 2 ของผลผลิตรวมทั้งชาติแต่ก็จัดได้ว่าเป็นผู้ขำผู้นำที่ยิ่งใหญ่แห่งหนึ่งของโลก ทั้งนี้เพราะมีพื้นที่ทางการเกษตรกว้างขวางและมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยมาก ผลผลิตทางการเกษตรนอกจากจะใช้เพียงพอกภายในประเทศแล้ว ยังส่งออกจำหน่ายในประเทศต่างๆ ในปีละหลายๆ ได้แก่ ข้าวสาลี ฝ้าย บาสูบ ถั่วเหลือง อ้อย ข้าวฟ่าง มันฝรั่ง ถั่วลิสง เนื้อโค เนื้อแพะ เนื้อสุกร เนื้อไก่ นม และเนย ด้านการประมงส่วนใหญ่ เป็นการประมงน้ำเค็ม ซึ่งทำกันทั้งในเขตมหาสมุทรแอตแลนติกและมหาสมุทรแปซิฟิก ใน พ.ศ. 2533 สหรัฐอเมริกาจับปลาได้มากลำดับที่ 4 ของโลก รองจากญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และจีน

การทำป่าไม้ สหรัฐอเมริกาเป็นแหล่งป่าไม้ชั้นนำแห่งหนึ่งของโลก ทั้งไม้เนื้ออ่อนและไม้เนื้อแข็งลักษณะป่าไม้มีทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและป่าที่ปลูกสร้างขึ้นใหม่ เขตป่าไม้สำคัญได้แก่ ด้านชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก เขตที่ราบสูงตะวันออกเฉียงเหนือและเขตเทือกเขารอกกี

การทำเหมืองแร่ สหรัฐอเมริกา เป็นแหล่งที่มีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งของโลก แร่ธาตุสำคัญ ได้แก่ ถ่านหิน เหล็ก ทองแดง บอแรกซ์ สังกะสี อะลูมิเนียม น้ำมัน แก๊สธรรมชาติ

การบริการ ผู้มีอาชีพเกี่ยวกับการบริการในสหรัฐอเมริกามีอัตราส่วนสูงสุดถึงร้อยละ 70 ของผู้มีงานทำ ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง การค้าขาย การเงิน การประกันภัย การธุรกิจ การบริการทางการแพทย์ โรงแรมและการบริการของรัฐ

3.2.2 เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ

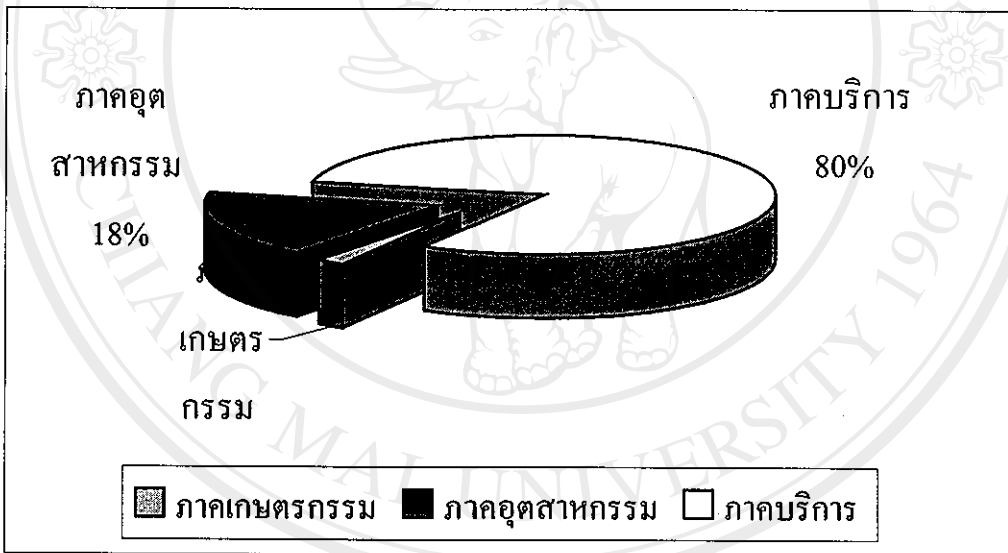
CPI (มิถุนายน ปี 2545) +0.1%

การขยายตัวทางเศรษฐกิจ GDP (ไตรมาสสอง ปี 2545)

Real GDP	+1.1%	
Current Dollar GDP	10,369.9	พันล้านเหรียญฯ
Per Capita GDP (ปี 2543)	36,200	เหรียญฯ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี 2545 : 10,446.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
 ซึ่งประกอบด้วย ภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 2 ภาคอุตสาหกรรม ร้อยละ 18 และภาคบริการ ร้อยละ 80
 ดังรูปที่ 3.5

รูปที่ 3.5 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ปี 2545



ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

อัตราว่างงาน (กรกฎาคม ปี 2545) 5.9%

เพศชาย	5.3%
เพศหญิง	5.2%
วัยรุ่น	17.1%
คนผิวขาว	5.2%
คนผิวดำ	10.7%
Hispanic	7.4%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

รายได้ส่วนบุคคล (ไตรมาสสอง ปี 2545) 8,921.5 พันล้านเหรียญฯ (เพิ่ม 5.1%)

รายได้ส่วนบุคคลเพื่อการใช้จ่าย 7,789.8 พันล้านเหรียญฯ (เพิ่ม 6.5%)

รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (ปี 2543) 42,148 เหรียญฯ ต่อปี

คนเอเชีย 55,521 เหรียญฯ ต่อปี

คนผิวขาว 45,904 เหรียญฯ ต่อปี

Hispanic 33,447 เหรียญฯ ต่อปี

คนผิวดำ 30,439 เหรียญฯ ต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล (มิ.ย. ปี 2545) 27,110 เหรียญฯ ต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อชั่วโมง (ก.ค. ปี 2545) 14.79 เหรียญฯ

อัตราความยากจน (ปี 2543) 11.3% (ประมาณ 31.1 ล้านคน)

คนผิวขาว 7.5%

คนเอเชีย 10.8%

คนผิวดำ 22.1%

Hispanic 22.2%

อัตราส่วนประชากรที่เป็นเจ้าของบ้านที่อยู่อาศัย (ไตรมาสสอง ปี 2545) 67.6%

การขยายตัวต่อปีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย (ไตรมาสที่สอง ปี 2545) 5%

ราคาขายปลีกน้ำมันเบนซิน เกรดธรรมดา (ส.ค. ปี 2545) 1.395 เหรียญฯ/แกลลอน

East Coast 1.374 เหรียญฯ/แกลลอน

Midwest 1.369 เหรียญฯ/แกลลอน

West Coast 1.541 เหรียญฯ/แกลลอน

อัตราดอกเบี้ย Bank Prime Rate (ธันวาคม ปี 2544- ปัจจุบัน) 4.75%

อัตราเงินกู้ระยะสั้น Fed. Fund Bank Lending Rate (สิงหาคม ปี 2545) 1.75%

ดัชนีความมั่นใจของผู้บริโภค (กรกฎาคม ปี 2545) ลดลงเหลือ 97.1

การบริโภคส่วนบุคคล (ไตรมาสที่สอง ปี 2545) ขยายตัว 1.9%

การใช้จ่ายเพื่อการซื้อสินค้าคงทน (ไตรมาสที่สอง ปี 2545) ขยายตัว 2.4%

การใช้จ่ายเพื่อการซื้อสินค้าไม่คงทน (ไตรมาสที่สอง ปี 2545) หดตัว -0.6%

การผลิตทางอุตสาหกรรม (ไตรมาสที่สอง ปี 2545) อัตราขยายตัวต่อปี 4.6%

ตารางที่ 3.3 แสดงการคาดคะเนเครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ปี 2545 – 2549

คาดคะเนเครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ปี 2545 - 2549											
	หน่วย	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549
GDP	%	4.4	4.3	4.1	4.1	1.2	3.0	3.5	3.4	3.2	3.0
GDP (ณ ราคาประจำปี)	bil USD	8,159.5	8,508.9	8,856.5	9,224.0	9,333.8	9,618.3	9,953.1	10,295.4	10,624.1	10,943.4
GDP (ณ ราคาปีฐาน 2539)	bil USD	8,159.5	8,509.0	8,856.6	9,224.0	9,333.9	9,618.4	9,953.2	10,295.5	10,624.2	10,943.5
อัตราเงินเฟ้อ	%	2.3	1.5	2.2	3.4	2.8	1.5	2.9	3.0	3.2	3.2
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	%	5.6	5.5	5.3	6.5	3.7	2.2	5.1	6.3	6.4	6.4
ค่าแรงต่อชั่วโมง	USD	18.3	18.7	19.2	19.9	20.7	21.4	22.3	23.0	23.8	24.6
ประชากร	ล้าน คน	272.5	275.7	278.9	281.8	284.4	286.9	289.5	292.0	294.5	297.0
% เปลี่ยนแปลง	%	1.2	1.2	1.2	1.0	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.8
จำนวนแรงงาน	ล้าน คน	136.3	137.7	139.4	140.9	141.8	142.9	144.5	146.2	147.9	149.7
อัตราการว่างงาน	%	4.9	4.5	4.2	4.0	4.8	6.1	5.8	5.7	5.6	5.6
รายได้เฉลี่ยต่อคน	USD	30,530.0	31,850.0	33,230.0	35,030.0	35,900.0	37,240.0	38,860.0	40,780.0	42,790.0	44,800.0
% เปลี่ยนแปลง	%	3.2	3.1	2.9	3.1	0.3	2.1	2.6	2.5	2.3	2.1
ดุลบัญชีเดินสะพัด	bil USD	-139.8	-217.4	-324.4	-444.7	-423.0	-450.5	-516.5	-554.0	-570.3	-606.5
การลงทุนสุทธิ	bil USD	0.8	35.7	145.6	135.2	1.9	17.9	51.4	87.3	122.6	140.3
การส่งออก	bil USD	689.2	682.1	695.8	781.9	730.9	706.0	791.1	891.9	988.5	1,096.3
การนำเข้า	bil USD	869.7	911.9	1,024.6	1,218.0	1,142.0	1,143.4	1,283.1	1,401.0	1,514.7	1,654.2

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ออนไลน์)

3.3 นโยบายทางเศรษฐกิจและสังคม

การดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคมของสหรัฐฯ ดำเนินไปภายใต้การสนับสนุนของนโยบายสำคัญสองประการคือ

1. นโยบายการเงินที่เป็นรายได้และรายจ่ายของแผ่นดิน ซึ่งได้แก่ การเก็บภาษีอากรและการใช้จ่ายเงิน ขบวนการจัดทำนโยบายนี้เกิดขึ้นทุกปี เมื่อประธานาธิบดีสหรัฐฯ จัดทำข้อเสนอขอเงินงบประมาณส่งให้สภาองเกรสสหรัฐฯ พิจารณาในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ฝ่ายนิติบัญญัติของสหรัฐฯ จะทำการพิจารณาข้อเสนอของประธานาธิบดีในหลายขั้นตอน โดยเริ่มจากการพิจารณาระดับการใช้จ่ายเงินและภาษีอากร หลังจากนั้นก็จะแบ่งตัวเลขทั้งหมดออกไปตามประเภท เช่น ค่าใช้จ่ายในการ ป้องกันประเทศ การให้บริการสุขภาพและสังคม และการขนส่ง เป็นต้น ทำยสุดสภาองเกรสจะทำการพิจารณาร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องเป็นเรื่อยๆ ไป เพื่อตัดสินใจว่าแต่ละรายการจะต้องใช้เงินเท่าใด ก่อนที่จะส่งต่อร่างกฎหมายที่ผ่านการยินยอมแล้วไปให้ประธานาธิบดีลงนามถือเป็นอันสิ้นสุด ซึ่งอาจจะเป็นในเดือนกันยายน ปีเดียวกัน หรือล่าช้ากว่านั้น

2. นโยบายด้านการเงินที่เป็นการบริหารอุปทานด้านการเงิน โดย Federal Reserve System ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระของรัฐบาลประกอบไปด้วย Federal Reserve Banks ระดับภูมิภาคจำนวน 12 แห่ง และสาขาของ Federal Reserve Bank จำนวน 25 สาขา กฎหมายกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งที่เป็น chartered bank เป็นสมาชิกของ Federal Reserve Bank ธนาคารพาณิชย์ที่เป็น non-chartered bank จะเป็นสมาชิกหรือไม่เป็นก็ได้ตามแต่ความสมัครใจ

Federal Reserve System บริหารงาน โดย Federal Reserve Board of Governors ที่มีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 7 นาย ที่มาจากการแต่งตั้งโดยประธานาธิบดี และอยู่ในตำแหน่งครั้งละนาน 14 ปี กฎหมายให้อำนาจ Governors ทั้ง 7 นายปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นทางการควบคู่ของสภาองเกรส และประธานาธิบดี

การตัดสินใจนโยบายด้านการเงินของประเทศเป็นหน้าที่ของ Federal Open Market Committee (FOMC) ซึ่งประกอบไปด้วย Federal Reserve Board of Governors ทั้ง 7 นาย ประธาน Federal Reserve Bank สาขานิวยอร์ก และประธานของ Federal Reserve Bank อื่นๆ อีก 4 นาย ที่รับหน้าที่หมุนเวียนกันไป

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของ Federal Reserve Bank มาจากเงินรายได้ และค่าธรรมเนียมการลงทุนต่างๆ ที่ Federal Reserve Bank จะต้องหามาเอง

ในการควบคุมและดูแลรักษาอุปทานเงินตราและเครดิตในระบบเศรษฐกิจสหรัฐฯ Federal Reserve Bank จะดำเนินการในสามลักษณะคือ

“open market operations” หรือการซื้อและขายพันธบัตรรัฐบาล การเพิ่มการซื้อ หรือการขาย และการลดการซื้อ หรือการขาย เป็นกลไกในการควบคุมจำนวนอุปทาน และอุปสงค์ของเงินตรา ที่หมุนเวียนอยู่ในตลาด

การระบุจำนวนเงินสำรองที่เป็นเงินฝากที่ธนาคารจะต้องเก็บแยกไว้ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของตัวเงินในตู้เซฟของธนาคาร หรือการฝากเก็บไว้ที่ Reserve Bank การระบุตัวเลขจำนวนเงินสำรอง ข้างต้นไปในทางเพิ่มขึ้น หรือลดลง ถือเป็นกลไกอีกประการหนึ่งในการควบคุมจำนวนอุปทานและ อุปสงค์ของเงินตราที่หมุนเวียนอยู่ในตลาด เพื่อให้มีจำนวนเงินสำรองครบตามข้อกำหนดของ Federal Reserve Bank ธนาคารต่างๆ จะทำการยืมเงินซึ่งกันและกัน อัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมนี้ที่เรียกว่า “federal funds rate” จะเป็นตัววัดระดับนโยบายด้านการเงินของสหรัฐฯ ในขณะนั้นว่ามีความตึงตัวมากน้อย เพียงใด

อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารพาณิชย์ต้องจ่ายชำระคืนในการขอยืมเงินทุนจาก Reserve Bank ซึ่ง Federal Reserve จะใช้การเพิ่มหรือลดอัตราดอกเบี้ยเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมหรือไม่ส่งเสริมการกู้ยืมเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนเงินที่ธนาคารพาณิชย์มีปล่อยให้แก่เอกชนกู้ยืม

3.4 การค้าต่างประเทศ

สหรัฐฯ เป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มีบทบาทสำคัญสูงสุดในตลาดการค้าโลก ทั้งในด้านการนำเข้า และการส่งออก ทั้งสินค้าและบริการ การค้าต่างประเทศของสหรัฐฯ คิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 20 ของการค้าผลิตภัณฑ์สินค้านำเข้าทั้งหมดทั้งสินทั่วโลก และคิดเป็นประมาณร้อยละ 16 ของการค้าสินค้าบริการทั่วโลก

มูลค่าการค้าของสหรัฐฯ นับตั้งแต่ปี 1970 เป็นต้นมา มีการเติบโตเพิ่มขึ้นประมาณ 24 เท่า และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70 ของการค้าสินค้าบริการทั่วโลกนับตั้งแต่ปี 1994 มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแม้ว่าระดับมูลค่าการค้าต่างประเทศของสหรัฐฯ จะเริ่มลดลงในปี 2001 แต่ก็ยังถือว่าสูงกว่าในปี 1994 และอัตราการเติบโตของการค้าต่างประเทศสหรัฐฯ ในระหว่างปี 1994 – 2001 สูงกว่าอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมของสหรัฐฯ ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน การเติบโตของมูลค่าการค้าสหรัฐฯ เกิดขึ้น ทั้งในการค้าส่งออก และ การนำเข้า การค้าส่งออกของสหรัฐฯ ในปี 2001 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี 1994 ในอัตราร้อยละ 58 ในระยะเวลาเดียวกันการนำเข้าของสหรัฐฯ มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 82

ปี 2001 เป็นปีแรกนับตั้งแต่ปี 1995 เป็นต้นมาที่ระดับการขาดดุลการค้าต่างประเทศสินค้าและบริการของสหรัฐฯ ลดลงเป็นครั้งแรก และเป็นการลดลงมากที่สุดนับตั้งแต่ปี 1991 เป็นต้นมา

และเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ปี 1991 ที่ระบบการขาดดุลการค้าต่างประเทศของผลิตภัณฑ์สินค้าลดลง การค้าสินค้าบริการยังคงได้ดุลการค้าต่างประเทศแต่คิดเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำมาก * ๕ ๕

3.4.1 แนวนโยบาย

แนวนโยบายการค้าเสรีโดยมีความเชื่อว่าการเปิดการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ จะเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ในแง่ที่ว่าเป็นการเปิดตลาดต่างประเทศให้แก่สินค้าที่ผลิตได้ในสหรัฐฯ และเป็นผลดีต่อการเมืองของสหรัฐฯ ในแง่ที่ว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆ ในโลก ปัจจุบันสหรัฐฯ กำลังเร่งทำความเข้าใจในการหาทางเปิดการเจรจาการค้ากับหลายๆ ประเทศในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ทั้งในยุโรป ละตินอเมริกา และเอเชีย

แม้ว่าในหลักการแล้ว แนวนโยบายด้านการค้าต่างประเทศของสหรัฐฯ คือ การเปิดการค้าเสรี ในทางปฏิบัติในปัจจุบัน สหรัฐฯ เริ่มมีความระมัดระวังเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ต่อการดำเนินนโยบายการค้าเสรี ทั้งนี้ เป็นผลมาจากช่องว่างของการเสียดุลการค้าต่างประเทศที่ขยายกว้างออกไปมากยิ่งขึ้นทุกปี นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 80 เป็นต้นมา สภาสูงสหรัฐฯ ได้ลดระดับการสนับสนุนนโยบายการค้าเสรีลงเรื่อยๆ และไม่สนับสนุนหลักการที่จะให้ประธานาธิบดีสหรัฐฯ มีอำนาจเสรีในการเจรจา และจัดทำข้อตกลงด้านการค้า ในขณะที่สภานิติบัญญัติได้กำหนดทางออกกฎหมายต่างๆ ขึ้นมาเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศจากผลกระทบร้ายแรงที่มาจากการค้าต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประธานาธิบดีสหรัฐฯ ยังคงมีอำนาจเสรีในการตัดสินใจเจรจา และจัดทำข้อตกลงด้านการค้ากับประเทศคู่ค้าต่างๆ ของสหรัฐฯ โดยได้รับการแทรกแซงจากสภาสูงในระดับต่ำ และสหรัฐฯ ยังคงดำเนินนโยบายการค้าเสรีอย่างเข้มแข็ง

ข้อตกลงทางการค้าที่สหรัฐฯ ทำกับประเทศต่างๆ จะเน้นไปที่การเปิดโอกาสให้ประเทศคู่สัญญาเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ ได้ฐานะคู่ค้าที่ได้รับสิทธิพิเศษบางประการ โดยแลกเปลี่ยนกับการปฏิบัติต่างๆ ที่จะเป็นการเพิ่มโอกาสการส่งออกของสหรัฐฯ เข้าสู่ตลาดนั้นๆ เงื่อนไขสำคัญๆ ที่สหรัฐฯ มักจะระบุเพื่อเป็นข้อแลกเปลี่ยนคือ

1. การยกเลิกข้อกีดกันทางการค้า โดยการลดพิกัดศุลกากร หรือยกเลิกข้อกีดกันอื่นทางการค้าที่ไม่ใช่พิกัดศุลกากรต่อสินค้าส่งออกของสหรัฐฯ

2. การขอให้มีการออกกฎหมายทางการค้า และการดำเนินธุรกิจการค้าอย่างโปร่งใส กล่าวคือ ทุกคนในประเทศคู่สัญญาควรมีความรู้ และควรปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านการค้า และมีความเสมอภาคในการแข่งขันทางการค้า

3. การผ่อนผันกฎระเบียบในอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศคู่สัญญาของสหรัฐฯ ทำกฎระเบียบนั้นๆ ให้โปร่งใส ให้สอดคล้องกับการปฏิบัติตามสากล และไม่เป็นการกีดกันบริษัทต่างชาติซึ่งได้แก่ บริษัทของสหรัฐฯ

4. การถือปฏิบัติในเรื่องของมาตรฐานการจ้างแรงงานให้ได้มาตรฐานสากล

5. การให้ความสำคัญต่อสถานะแวดล้อมจะถูกนำมาเป็นเงื่อนไขเป็นครั้งคราวขึ้นอยู่กับนโยบายของประธานาธิบดีแต่ละคนว่าให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด

นอกจากการทำสนธิสัญญาทางการค้าโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการส่งออกของสหรัฐฯ และความสามารถของสหรัฐฯ ในการแข่งขันในตลาดโลกแล้ว สหรัฐฯ ยังมีนโยบายในการทำข้อตกลงทางการค้าที่เป็นการเลือกปฏิบัติต่อประเทศคู่ค้าใดประเทศหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นประเทศที่ยากจน หรือประเทศที่สหรัฐฯ หวังผลทางด้านความร่วมมือทางการเมืองให้สามารถพัฒนาสถานะเศรษฐกิจของประเทศตนให้ดีขึ้น การทำข้อตกลงในลักษณะนี้ที่สำคัญๆ คือ

1. **U.S. Generalized System of Preference Program** หรือเรียกย่อๆ ว่า GSP ที่สหรัฐฯ ให้ความช่วยเหลือประเทศคู่ค้ายากจน โดยการให้สิทธิสินค้าบางประการจากประเทศนั้นๆ เข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ ได้โดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า สิทธินี้จะหมดไปเมื่อสหรัฐฯ จะพิจารณาแล้วเห็นว่า สินค้าดังกล่าวจากประเทศนั้นๆ สามารถเข้าแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ ได้โดยไม่ต้องได้รับความช่วยเหลือ

2. **Caribbean Basin Initiative** ที่สหรัฐฯ จัดทำขึ้นเพื่อช่วยเหลือประเทศยากจนในแถบแคริบเบียนที่มีความสำคัญในด้านเมืองสำหรับสหรัฐฯ โดยการให้สิทธิสินค้าจากประเทศเหล่านี้เข้าสู่สหรัฐฯ ได้โดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ทั้งนี้ ยกเว้นสินค้าสิ่งทอ สินค้าเครื่องหนังบางรายการ น้ำตาล และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม

บ่อยครั้งที่สหรัฐฯ จะใช้นโยบายทางการค้าเพื่อผลทางการเมือง โดยการตั้งข้อจำกัดการนำเข้าสหรัฐฯ และการส่งออกไปยังประเทศที่สหรัฐฯ เชื่อว่ามีพฤติกรรมที่เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชน ให้การสนับสนุนผู้ก่อการร้าย ให้การสนับสนุนการค้ายาเสพติด หรือมีการกระทำที่เป็น การต่อเจตนาว่าจะก่อให้เกิดความไม่สงบสุขต่อประเทศอื่นๆ ในโลก ปัจจุบันประเทศที่เป็นเป้าหมายของสหรัฐฯ ในนโยบายการจำกัดความสัมพันธ์ทางการค้า คือ พม่า คิวบา อิหร่าน อิรัก ลิเบีย เกาหลีเหนือ ซูดาน และ ซีเรีย

การเข้าร่วมในข้อตกลงทางการค้า หรือการทำข้อตกลงทางการค้าของสหรัฐฯ ดำเนินไปในทุกรูปแบบคือ

1. การทำข้อตกลงทางการค้าร่วมกับหลายๆ ชาติ (multilateral trade agreement) ซึ่งการเข้าร่วมในข้อตกลงในลักษณะนี้ครั้งล่าสุดของสหรัฐฯ คือ Uruguay Round เมื่อเดือนกันยายน 1986

2. การทำข้อตกลงกับกลุ่มประเทศต่างๆ ในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง (regional trade agreement) เช่น การทำข้อตกลง North American Free Trade Agreement ในปี 1993 กับเม็กซิโก

และแคนาดา และปัจจุบันสหรัฐฯ กำลังหาทางทำข้อตกลง Free Trade Area of the Americas กับ 34 ประเทศในภูมิภาคอเมริกาเหนือและอเมริกาใต้ โดยตั้งเป้าหมายว่าจะกระทำให้สำเร็จภายในปี 2005

3. การทำข้อตกลงสองฝ่ายกับประเทศใดประเทศหนึ่ง (bilateral trade agreement) ที่สหรัฐฯ กำลังเร่งดำเนินการให้สำเร็จภายในปี 2002 คือ การทำข้อตกลงทางการค้าเสรีกับสิงคโปร์ และชิลี และหาทางเริ่มเจรจาการทำข้อตกลงทางการค้ากับมอโรคโค

3.4.2 รูปแบบการค้าระหว่างประเทศ

การค้าต่างประเทศของสหรัฐฯ ปัจจุบันเน้นหนักไปในด้านการนำเข้า การนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมคิดเป็นประมาณร้อยละ 83 และการนำเข้าสินค้าเกษตรคิดเป็นประมาณร้อยละ 3 ของการนำเข้ารวมทั้งหมด ในระหว่างปี 1994 – 2000 การนำเข้ารวมทั้งสิ้นของสหรัฐฯ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 73.6 การนำเข้าสินค้าเพื่อการบริโภคทั่วไปมีการเติบโตเพิ่มขึ้นสูงสุดคือร้อยละ 95.4 สินค้าอุปทานเพื่อการอุตสาหกรรม และวัตถุดิบต่างๆ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 74.3 สินค้าต้นทุนต่างๆ ยกเว้น รถยนต์ มีการเติบโตของการนำเข้าร้อยละ 59.5 และสินค้าอาหาร และเครื่องดื่มมีการเติบโตของการนำเข้าร้อยละ 51.0

ในปี 2001 การนำเข้าของสหรัฐฯ เริ่มลดลงเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ปี 1991 เป็นต้นมา อัตราการเติบโตปีต่อปีของการนำเข้าเริ่มลดระดับลงเช่นกัน ทั้งนี้ เป็นผลกระทบมาจากการลดลงทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ และของโลกโดยรวม การลดลงของการนำเข้าเกิดขึ้นในกลุ่มสินค้าเพื่อการบริโภคทางธุรกิจ เนื่องมาจากการชะลอตัวของการเติบโตทางธุรกิจของสหรัฐฯ ในขณะที่การนำเข้าสินค้าเพื่อการบริโภคทั่วไปยังคงมีการเติบโตเพิ่มขึ้น แต่อยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ ยกเว้น การนำเข้าสินค้ารถยนต์และส่วนประกอบที่เป็นไปในทางลดลง

การส่งออกของสหรัฐฯ เน้นไปที่สินค้าอุตสาหกรรมที่เป็นเทคโนโลยีระดับสูง สินค้าเกษตร และสินค้าบริการ การส่งออกทางอุตสาหกรรมคิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 88 และการส่งออกสินค้าเกษตรคิดเป็นอัตราส่วนประมาณร้อยละ 7 ของการส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้ารวมทั้งหมด ในระหว่างปี 1994 – 2000 การส่งออกรวมทั้งสิ้นของสหรัฐฯ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 44.8 การส่งออกสินค้าต้นทุนต่างๆ ยกเว้น รถยนต์ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 59.8 สินค้าเพื่อการบริโภคทั่วไปมีการเติบโตของการส่งออกร้อยละ 50.2 สินค้าอุปทานอุตสาหกรรมและวัตถุดิบมีการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.1

ในปี 2001 การส่งออกโดยรวมของสหรัฐฯ ลดลง การส่งออกสินค้าสำคัญของสหรัฐฯ ได้แก่ สินค้าเพื่อการบริโภคทางธุรกิจ และสินค้ารถยนต์ลดลงทั้งสิ้น ซึ่งในแต่ละปีนับตั้งแต่ปี 1976 เป็นต้นมา สหรัฐฯ ทำการนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกในมูลค่าสูงกว่าการส่งสินค้าที่สหรัฐฯ ผลิตออกไปจำหน่ายในตลาดโลก ส่งผลทำให้สหรัฐฯ อยู่ในสถานะเสียดุลการค้าต่าง

ประเทศในระดับสูงมาตลอดตั้งแต่ปี 1976 และนับตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา ระดับการเสียดุลการค้าต่างประเทศของสหรัฐฯ เริ่มมีแนวโน้มลดลง สาเหตุส่วนหนึ่งเนื่องจาก เศรษฐกิจของสหรัฐฯ และเศรษฐกิจโดยรวมของโลกได้เข้าสู่ภาวะตกต่ำ

3.5 นโยบายการนำเข้าทั่วไป

สหรัฐฯ มองว่าการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเป็นตัวจักรกลสำคัญประการหนึ่งในระบบเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่มีส่วนช่วยในการพยุงเศรษฐกิจของประเทศ และป้องกันไม่ให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ สินค้านำเข้าเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสหรัฐฯ สามารถซื้อหาสินค้าบริโภคอุปโภคได้ในราคาถูก ทั้งที่เป็นการบริโภคส่วนบุคคล และเพื่อการบริโภคทางธุรกิจ ในด้านการบริโภคส่วนบุคคล สินค้านำเข้าราคาถูกทำให้ผู้บริโภคสหรัฐฯ มีอำนาจในการซื้อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความอุดมสมบูรณ์ และความสะดวกสบายในการดำรงชีพแล้ว การใช้จ่ายเงินของผู้บริโภคก่อให้เกิดการแพร่สะพัดของกระแสเงิน และการขยายตัวของเศรษฐกิจ ส่วนในด้านของการบริโภคทางธุรกิจ สินค้านำเข้าราคาถูกช่วยรักษาดันทุนการค้าเงินธุรกิจให้อยู่ในระดับต่ำ เปิดโอกาสให้สามารถทำการผลิตสินค้า หรือบริการเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคในราคาที่เหมาะสม ผลเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเกิดผลกำไรที่จะช่วยให้สามารถขยายตัวทางธุรกิจ และการจ้างแรงงานเพิ่ม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนสถานะความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ

อย่างไรก็ดี ในสถานการณ์ปัจจุบันที่สินค้านำเข้าไหลบ่าเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้หลายฝ่ายในสหรัฐฯ เริ่มวิตกกังวลว่า สินค้านำเข้ากำลังก่อให้เกิดอันตรายเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ต่ออุตสาหกรรมการผลิตภายในประเทศ ภาคเอกชนหลายแห่งที่ได้รับผลกระทบจากสินค้านำเข้าได้รวมตัวกันหาทางป้องกันตนเองจากสินค้านำเข้าราคาถูก โดยการเรียกร้องให้รัฐบาลจัดทำกฎระเบียบต่างๆ ที่จะเป็นการป้องกันอุตสาหกรรมภายในประเทศ และที่เป็นการกีดกันการนำเข้าสินค้านั้นๆ จากต่างประเทศ

นโยบายการค้าประการหนึ่งของสหรัฐฯ ที่มีลักษณะเป็นการกีดกัน และควบคุมการนำเข้าสินค้าที่สหรัฐฯ เชื่อว่าจะเป็นอันตรายต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศที่สำคัญคือ การจัดทำระบบ โควตาควบคุมปริมาณการนำเข้า สินค้าที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบข้อนี้คือ สินค้าเกษตรบางชนิด และสินค้านำเข้าบางรายการ

3.6 นโยบายการลงทุน

สหรัฐฯ มีนโยบายในการให้การสนับสนุนการลงทุนทุกชนิดจากต่างชาติไม่ว่าจะเป็นการลงทุนโดยตรง (direct investment) ที่นักลงทุนต่างชาติสามารถทำการควบคุม หรือมีส่วนร่วมอย่างมาก ในการดำเนินธุรกิจในสหรัฐฯ หรือการลงทุนที่เป็น portfolio investments ในลักษณะการกู้ยืมเงิน หรือ portfolio equity ที่จำกัดบทบาทของนักลงทุนในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจนั้นๆ ภายในสหรัฐฯ

บุคคลที่ไม่ได้ถือสัญชาติอเมริกันสามารถทำการลงทุนจัดตั้งสำนักงานธุรกิจหรือสำนักงานสาขาในสหรัฐฯ ได้โดยรัฐบาลกลางสหรัฐฯ หรือรัฐท้องถิ่นเข้ามาควบคุมในระดับต่ำ ทั้งนี้ ยกเว้นในกรณีที่เป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อความปลอดภัยของประเทศจะมีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการ ควบคุมการดำเนินธุรกิจนั้นๆ นอกจากนี้ นักลงทุนต่างชาติยังได้รับสิทธิเท่าเทียมกับนักลงทุนท้องถิ่นในเรื่องของการจัดการด้านการเงิน และอาจมีสิทธิที่จะได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐบาลสหรัฐฯ ด้วย

ภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรมที่สหรัฐฯ ถือว่ามีความอ่อนไหวต่อความปลอดภัยของประเทศในระดับสูง และรัฐบาลกลางจะเข้าไปทำการควบคุมการดำเนินธุรกิจของต่างชาติอย่างเข้มงวดและมีการกำหนดสัดส่วนของจำนวนเจ้าของธุรกิจที่เป็นนักลงทุนจากต่างชาติ และที่เป็นนักลงทุนท้องถิ่นคือ ธุรกิจเกี่ยวกับการกระจายเสียงวิทยุ และ โทรทัศน์ การขนส่งภายในประเทศ และระหว่างประเทศทั้งทางบก อากาศ และทางน้ำ และธุรกิจประมง ธุรกิจอื่นๆ ที่ภาครัฐบาลทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับท้องถิ่นจะเข้าไปทำการควบคุมการดำเนินการอย่างเข้มงวดคือ ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจการประกันภัย การสื่อสารทุกชนิด การบริการไฟฟ้า และแก๊ส เป็นต้น

ในด้านการถือครองอสังหาริมทรัพย์ มลรัฐต่างๆ ในสหรัฐฯ เกินกว่า 30 มลรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มลรัฐที่มีพื้นที่ทางเกษตรจำนวนมาก มีกฎหมายเรื่องอสังหาริมทรัพย์ที่จำกัดการถือครองที่ดินของคนต่างชาติอย่างเข้มงวด ไม่ว่าจะเป็นการถือครองส่วนบุคคล การถ่ายโอนทรัพย์สินที่เป็นมรดก หรือการลงทุนทางด้านการเกษตร

สหรัฐฯ ไม่มีข้อกำหนดในเรื่องของจำนวนเงินลงทุนขั้นต่ำของนักลงทุนต่างชาติ ยกเว้นในกรณีที่ผู้ลงทุนมีความประสงค์ที่จะสมัครขอสิทธิการเป็นผู้อยู่อาศัยอย่างถาวรในสหรัฐฯ ในกรณีนี้กฎหมาย Federal Immigration Act of 1990 Investor Visa Program กำหนดวงเงินขั้นต่ำไว้ที่ห้าแสนเหรียญฯ สำหรับการลงทุนในพื้นที่กั้นคาน และมีอัตราการว่างงานสูง และหนึ่งล้านเหรียญฯ สำหรับการ ลงทุนในทุกที่ โดยมีข้อแม้ว่าการลงทุนนั้นๆ จะต้องสร้างการจ้างงานเต็มเวลาสำหรับบุคคลสัญชาติอเมริกัน หรือคนต่างชาติที่มีสิทธิตามกฎหมายที่จะทำนักอยู่อาศัยอย่างถาวรในสหรัฐฯ อย่างน้อย 10 คน ขึ้นไปเป็นระยะเวลาสองปี ทั้งนี้ บุคคลเหล่านี้จะต้องไม่ใช่เครือญาติของนักลง

ทุน อย่างไรก็ตามสหรัฐฯ ไม่มีข้อกำหนดในเรื่องสัดส่วนของการเป็นเจ้าของกิจการของนักลงทุนต่างชาติ ยกเว้น ในกรณีที่เป็นการลงทุนร่วมเป็นเจ้าของกิจการในอุตสาหกรรมที่ถือว่ามีความอ่อนไหวต่อความมั่นคงของสหรัฐฯ

3.7 มาตรการด้านภาษี อัตราภาษี

ค่าธรรมเนียมศุลกากร โดยปกติแล้วจะคำนวณ ในรูปเปอร์เซ็นต์ หรือ advalorem rate จากมูลค่าสินค้านำเข้าที่ต้องเสียภาษี อย่างไรก็ตาม สินค้าบางชนิดจะถูกคำนวณภาษีนำเข้าตามอัตราที่กำหนดไว้แล้วตามจำนวนนับหน่วยเป็นชิ้น ลิตร หรือกิโลกรัม การกำหนดอัตราภาษีศุลกากรสหรัฐฯ กระทำโดยอาศัยวิธีการประเมินราคาหลายๆ วิธีด้วยกัน วิธีที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การประเมินราคา โดยดูจากมูลค่าจริงของการซื้อขายสินค้านั้นๆ เป็นเกณฑ์ อัตราภาษีนำเข้าสหรัฐฯ จะกำหนดไว้ใน Harmonized Tariff Schedule of the United States

การกำหนดอัตราภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ โดยทั่วไปจะแบ่งแยกออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1. อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าทั่วไปจากกลุ่มประเทศที่สหรัฐฯ กำหนดให้เป็น “most-favored-nation” ที่เป็นสินค้าที่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษด้านการค้า
2. อัตราภาษีนำเข้าสินค้าจากกลุ่มประเทศที่สหรัฐฯ กำหนดให้เป็น “most-favored-nation” ที่เป็นสินค้าที่สหรัฐฯ ให้สิทธิพิเศษในเรื่องอัตราภาษีนำเข้า โดยผ่านทางวิธีการใดวิธีการหนึ่งดังนี้คือ
 - 2.1 การให้สิทธิไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าบางรายการ โดยไม่ต้องมีการทำสนธิสัญญาแลกเปลี่ยนใดๆ กับสหรัฐฯ เพื่อเป็นการช่วยเหลือประเทศคู่ค้านั้นๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการเปิดโอกาสการเข้าถึงตลาดสหรัฐฯ ให้เป็นพิเศษสำหรับสินค้าบางชนิด การให้สิทธิในลักษณะนี้กระทำผ่าน โปรแกรม Generalized System of Preferences (GSP), Caribbean Basin Economic Recovery Act (CBERA) และ The Andean Trade Preference Act ประเทศไทยได้รับสิทธิ GSP
 - 2.2 การให้สิทธิพิเศษด้านภาษีนำเข้า โดยผ่านการทำข้อตกลงทางการค้าเสรีกับสหรัฐฯ เช่น การทำสนธิสัญญา NAFTA กับเม็กซิโกและแคนาดา การทำสนธิสัญญา U.S.-Israel Free Trade Agreement เป็นต้น
3. อัตราภาษีนำเข้าสำหรับประเทศปาकिสถาน ลาว คิวบา และเกาหลีเหนือ

3.8 สินค้าห้ามนำเข้า สินค้าควบคุม

สินค้าบางชนิดจะถูกห้ามนำเข้าหรือมีข้อจำกัดในการนำเข้า โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อการปกป้องสถานะเศรษฐกิจและความมั่นคงของสหรัฐฯ เพื่อปกป้องสุขภาพและความ อยู่ดีกินดีของผู้บริโภคสหรัฐฯ และเพื่อปกป้องผลิตผลทางการเกษตร และสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ สินค้าเหล่านี้คือ

1. สินค้าห้ามนำเข้า ได้แก่ ยาเสพติด สินค้าที่ถือเป็นการเสื่อมเสียศีลธรรม สินค้าที่ผลิตโดยนักโทษ หรือแรงงานทาส และสินค้าบางรายการที่สหรัฐฯ ถือว่าเป็นอัตราต่อผู้บริโภคสหรัฐฯ
2. สินค้าที่สหรัฐฯ กำหนดให้ต้องมีใบอนุญาต หรือใบประกอบการนำเข้าคือ สินค้าที่ถูกลงควบคุมโดยหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลสหรัฐฯ เช่น หน่วยงาน Food and Drug Administration (FDA) หน่วยงานต่างๆ ของ U.S. Department of Agricultural (USDA) (ซึ่ง ได้แก่ หน่วยงาน Animal and Plant Health Inspection Service, Agricultural Marketing Service และ U.S. Fish and Wildlife Service) และหน่วยงาน Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms ประเภทของสินค้าที่มีการควบคุมการนำเข้าสหรัฐฯ ได้แก่ สินค้าเครื่องคัมที่มีแอลกอฮอล์ อาวุธปืนและลูกปืน สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช ผลไม้รวมถึงผลไม้ประเภทลูกไม้ต่างๆ ผัก เนื้อและผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์ปีกและผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ปีก นม dairy products ผลิตภัณฑ์นมเนย ยา รักษาโรคบางชนิด น้ำมันปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม และสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้า
3. สินค้าที่สหรัฐฯ กำหนดว่าจะต้องมีการผลิตเป็นไปตามกฎระเบียบการนำเข้าที่กำหนดไว้ เช่น มาตรฐานพิเศษ การประกาศแจ้งรายละเอียดตัวสินค้า การมีใบรับรอง การจัดทำเครื่อง-หมายหรือป้ายสินค้า สินค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่ สินค้าสิ่งทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป สินค้าอาหาร รถยนต์ เรือ วิทย์ เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น
4. สินค้าที่มีโควตาการนำเข้า เพื่อเป็นการควบคุมปริมาณการนำเข้าสหรัฐฯ สินค้าเหล่านี้ ได้แก่ สินค้าที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรบางชนิด เช่น นม เนย เป็นต้น และสินค้าสิ่งทอ การกำหนดโควตากระทำโดยการออกกฎหมาย การออกคำสั่ง หรือการประกาศของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โควตาการนำเข้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ
 - (1) absolute quota กำหนดปริมาณที่เจาะจงที่สินค้านั้นๆ จะได้รับ อนุญาตให้มีการนำเข้าสหรัฐฯ ในช่วงเวลาโควตาหนึ่ง เมื่อมีการนำเข้าครบตามจำนวนที่ระบุไว้ ก็ไม่สามารถนำเข้าได้อีก สินค้าอาจจะถูกส่งกลับออกไปหรือถูกนำไปเก็บไว้ใน warehouse หรือ Foreign Trade Zone เพื่อรอการนำเข้าในช่วงเวลาโควตาใหม่ที่จะเปิดขึ้นอีกครั้งหนึ่ง
 - (2) tariff-rate quota เป็นการระบุปริมาณของสินค้าที่อยู่ภายใต้โควตาที่จะได้รับอัตราภาษีนำเข้าในระดับลดจากอัตราปกติ ในระหว่างช่วงเวลาโควตาหนึ่งๆ โควตาในลักษณะนี้จะไม่

มีการกำหนดจำนวนสินค้าที่จะได้รับอนุญาตให้มีการนำเข้าในช่วงระยะเวลาโควต้าหนึ่งๆ แต่สินค้าที่นำเข้ามาหลังจากที่ปริมาณที่กำหนดไว้เต็มแล้ว จะต้องเสียภาษีนำเข้าที่สูงขึ้น

3.9 การเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา

3.9.1 ปัญหา และข้อเสนอแนะในการเข้าสู่ตลาด

ปัญหาในการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ

การดำเนินนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐฯ ตกอยู่ภายใต้แรงกดดันอย่างมากจากการดำเนินนโยบายด้านการเมือง ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการจัดทำนโยบายต่างๆ ด้านการค้าเพื่อหวังผลทางการเมืองเป็นสำคัญที่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการให้ความคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศโดยการสร้างกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นการกีดกันทางการค้าในทางอ้อม และการให้สิทธิพิเศษทางการค้าแก่ประเทศคู่ค้าบางราย หรือบางกลุ่ม โดยการทำสนธิสัญญาทางการค้าในรูปแบบต่างๆ การดำเนินการในลักษณะนี้ของสหรัฐฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้สิทธิพิเศษทางการค้าผ่านทางการทำสนธิสัญญาทางการค้าได้ส่งผลกระทบต่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในตลาดนำเข้าสหรัฐฯ หลายๆ ครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยทันทีที่การทำสนธิสัญญาทางการค้าเสร็จสมบูรณ์ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญสูงสุดคือ จำนวนคู่แข่งที่มีบทบาทสำคัญในตลาดการค้านำเข้าจะเพิ่มจำนวนขึ้น ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศคู่ค้าเดิมอื่นๆ จะเริ่มลดลง ในขณะที่ส่วนแบ่งตลาดนำเข้าของประเทศคู่แข่งที่ทำการทำสนธิสัญญาทางการค้ากับสหรัฐฯ มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจนเห็นได้ชัดเจน สหรัฐฯ เรียกการดำเนินนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ในลักษณะนี้ว่าเป็นการเปิดการค้าเสรี ปัจจุบันปัญหาในเรื่องนี้นับวันจะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากนโยบายการค้ารัฐบาลสหรัฐฯ ยุคปัจจุบันของประธานาธิบดี George W. Bush เน้นหนักไปที่การทำสนธิสัญญาทางการค้าในลักษณะ การค้าเสรีกับหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับประเทศด้อยพัฒนา และประเทศที่เพิ่งจะเปิดประตูการค้า และไม่ได้เป็นคู่ค้าสำคัญของสหรัฐฯ มาก่อน ซึ่งหากทุกอย่างเป็นไปตามที่สหรัฐฯ วางแผนไว้แล้ว การเข้าสู่ตลาด และความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ ของประเทศคู่ค้าดั้งเดิม รวมทั้งประเทศไทยจะยากลำบากขึ้นเรื่อยๆ

ปัญหาอีกประการหนึ่งในการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ คือ ความแตกต่างของกฎหมาย และกฎระเบียบในระดับท้องถิ่น อันเป็นผลมาจากระบบการปกครองแบบกระจายอำนาจ ปัญหาที่เกิดตามมา เช่น สินค้าที่ผลิตโดยถูกต้องตามกฎหมาย และกฎระเบียบของรัฐบาลกลาง อาจจะไม่ถูกต้องตามกฎหมาย และกฎระเบียบของรัฐบาลท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง และจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายท้องถิ่นเสียก่อนจึงจะสามารถนำไปวางตลาดท้องถิ่นนั้นๆ ได้ ซึ่งมลรัฐ

ต่างๆ มีการจัดทำ และมีแนวทางในการดำเนินนโยบายทางการค้าระหว่างประเทศของตนเองที่บางครั้งจะเป็นการขัดแย้งกับนโยบายของรัฐบาลกลาง ที่บ่อยครั้งทำให้เกิดความสับสนด้านการค้า และการลงทุนของต่างชาติในสหรัฐฯ

หลังเหตุการณ์ก่อการร้ายในสหรัฐฯ ความตึงเครียดของสถานะการณ์ภายในประเทศที่เป็นการป้องกันตนเองจากการก่อการร้ายของสหรัฐฯ อยู่ในระดับสูง ส่งผลทำให้เกิดการออกกฎหมาย Bioterrorism Preparedness Act of 2001 ที่ทำให้การส่งสินค้าเข้าไปยังตลาดสหรัฐฯ ในอนาคตจะประสบปัญหาความยุ่งยาก และอาจจะเกิดความล่าช้าเพิ่มมากขึ้น อันเป็นผลเนื่องมาจากความเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้านำเข้า และกฎระเบียบเพิ่มเติมที่ผู้ผลิตส่งออกจะต้องปฏิบัติ เช่น การเรียกร้องให้ผู้ผลิตที่ประสงค์จะทำการค้ากับสหรัฐฯ ทำการจดทะเบียนไว้กับหน่วยงานของสหรัฐฯ เป็นต้น

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ

ข้อควรคำนึงถึงสูงสุดในการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ คือ กฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ของสหรัฐฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การกำหนดมาตรฐานสินค้าแต่ละชนิด การนำเข้า และการคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ เหล่านี้จะถูกจัดทำขึ้น หรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ ทันสมัย และทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การศึกษา และเฝ้าติดตามรายละเอียด และการปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ อย่างเคร่งครัด จึงเป็นเรื่องจำเป็นสูงสุด และจะเป็นหลักประกันว่าจะสามารถทำการค้ากับสหรัฐฯ ได้โดยสะดวก และปราศจากอุปสรรค ความล้มเหลวในการปฏิบัติตามกฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ ของสหรัฐฯ เมื่อมีการตรวจพบที่ด่านนำเข้าสหรัฐฯ จะส่งผลทำให้สินค้าเหล่านั้นถูกปฏิเสธการนำเข้าโดยทันที

รัฐบาลสหรัฐฯ ให้ความสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศในระดับสูงมาก ดังนั้น การผลิต และการจัดส่งสินค้าส่งเข้าไปขายในสหรัฐฯ จำเป็นต้องให้ความระมัดระวังอย่างสูงในเรื่องของความสะอาด สุขอนามัย และความปลอดภัยในการบริโภค และการใช้ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในวัยต่างๆ กัน โดยทั้งหมดนี้จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในสหรัฐฯ ซึ่งโดยปกติแล้วจะอยู่ในระดับที่สูงกว่าหลายๆ ประเทศ ความล้มเหลวในปฏิบัติการนี้ อาจจะส่งผลเสียหายต่อการค้ากับสหรัฐฯ โดยเริ่มตั้งแต่การถูกปฏิเสธการนำเข้าหากมีการตรวจพบที่ด่านนำเข้า ไปจนถึงการถูกห้ามจำหน่าย หรือการถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากผู้บริโภค หรือจากหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องในกรณีที่สินค้าได้ผ่านการนำเข้า และถูกนำออกวางจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ แล้วแต่ได้ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้านั้นๆ ไปใช้

การศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมด้านความเชื่อ ทศนคติ และการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสหรัฐฯ เป็นเรื่องสำคัญมากประการหนึ่ง เนื่องจากผู้บริโภคสหรัฐฯ มีบทบาท และมีอิทธิพล

สูงมากต่อการจัดระบบสังคม และการเมืองภายในประเทศ และต่อการดำเนินกิจกรรมด้านการค้าภายในประเทศ และระหว่างประเทศของสหรัฐฯ ความล้มเหลวในเรื่องนี้อาจจะส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาต่อต้านอย่างรุนแรงต่อสินค้าที่ส่งเข้าไปจำหน่ายจากกลุ่มผู้บริโภครัฐฯบางกลุ่ม ซึ่งอาจจะขยายวงกว้างออกไปทั่วประเทศ และเกิดเป็นแรงกดดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแนวนโยบายด้านการค้าได้อย่างรวดเร็ว

ข้อควรคำนึงสำคัญสูงสุดประการสุดท้ายคือ ตลาดสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีเนื้อที่ใหญ่มหาศาล มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของตลาดอยู่ตลอดเวลา และมีการแข่งขันทางการค้าเข้ามาในระดับสูงมาก ดังนั้น ผู้ที่ประสงค์จะเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ จะต้องศึกษา และเฝ้าจับตาดูตามความเปลี่ยนแปลงของตลาด และกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขันทางการค้าในตลาดสหรัฐฯ อยู่ตลอดเวลา และต้องมีความสามารถในระดับสูงที่จะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาด และบรรยากาศการแข่งขันในตลาด นำเข้าได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดที่ยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วทันสถานการณ์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ และจะเป็นหลักประกันความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง

3.9.2 รสนิยม ความต้องการสินค้า พฤติกรรมของผู้บริโภค

เนื่องจากความกว้างใหญ่ของพื้นที่ ความแตกต่างของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจ และเชื้อชาติของประชากรของสหรัฐฯ อยู่ในระดับสูงมาก ทำให้เกิดความแตกต่าง และความหลากหลายทางด้านรสนิยม ความต้องการของตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ที่ประสงค์จะทำการค้ากับสหรัฐฯ ในแง่ที่ว่า ทำให้เกิดตลาดย่อยหลายๆ ตลาด เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ผลิต และส่งออกสินค้าในทุกระดับสินค้า และความสามารถที่จะเลือกเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสมกับตน

การแบ่งแยกตลาดการบริโภคที่สำคัญที่สุดคือ การแบ่งแยกตามเชื้อชาติของผู้บริโภค เนื่องจากเชื้อชาติ วัฒนธรรม และประเพณีดั้งเดิมของบรรพบุรุษ มีอิทธิพลสูงสุดต่อรสนิยม ความต้องการและพฤติกรรมการบริโภค ผู้บริโภคสหรัฐฯ แบ่งตามเชื้อชาติออกได้เป็นกลุ่มใหญ่ๆ คือ

กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนพื้นเมืองที่เป็นผู้อพยพรุ่นแรก และผู้บริโภคที่เป็นคนเชื้อสายเอเชีย ผู้บริโภคสองกลุ่มนี้มีระดับการศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจในระดับสูงกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ อย่างไม่กี่ดี กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนพื้นเมืองที่เป็นผู้อพยพรุ่นแรกเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญด้านการตลาดมาตลอดจนถึงปัจจุบัน

ผู้บริโภคที่เป็นคนเชื้อสายอเมริกาใต้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วของจำนวนประชากร และของบทบาทในด้านการเมือง และการตลาดของสหรัฐฯ ในปัจจุบัน เช่นเดียวกับการเติบโตของสถานะทางเศรษฐกิจในครัวเรือนของผู้บริโภคกลุ่มนี้ แม้ว่าในอดีตผู้บริโภคกลุ่ม

นี้จะถูกละเลยไม่ได้รับความสนใจแต่อย่างใดในด้านการตลาด แต่ในระยะสองสามปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันนักการตลาดสหรัฐฯ ได้เห็นความสำคัญของผู้บริโภคกลุ่มนี้มากขึ้นเรื่อยๆ และให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก

ผู้บริโภคที่เป็นคนผิวขาวเชื้อสายยุโรปที่เป็นผู้อพยพรุ่นใหม่

แม้ว่าตลาดสหรัฐฯ จะเป็นลักษณะของตลาดย่อยๆ หลายๆ ตลาดที่มีความแตกต่างกันออกไปในเรื่องของรสนิยม ความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภค แต่สามารถสรุปโดยดูจากพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลอย่างสูงในตลาดการบริโภคของสหรัฐฯ ในปัจจุบัน ได้ดังนี้

1. เป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อของสินค้าเป็นสำคัญ และมีทัศนคติที่ว่ายี่ห้อ คุณภาพของสินค้า และราคาของสินค้ามีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และมีความซื่อสัตย์ต่อยี่ห้อที่ตนได้เลือกแล้วเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่มีเชื้อสายอเมริกาใต้

2. เป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ และสุขอนามัยในระดับสูงในการดำรงชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่เป็นผู้อพยพรุ่นแรก (หากแบ่งตามชาติพันธุ์) และผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุด (หากแบ่งตามระดับอายุ) ซึ่งได้แก่ผู้บริโภควัยกลางคนขึ้นไป

3. นิยมสินค้าที่มีคุณสมบัติที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตประจำวัน สินค้าที่ช่วยให้สามารถปฏิบัติกิจวัตรประจำวันได้รวดเร็วกว่าเดิม

4. ให้ความสนใจต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติและสิทธิมนุษยชน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจิตใจที่เลือกซื้อ หรือปฏิเสธการซื้อสินค้า

3.9.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย เทคนิคการกระจายสินค้า

การส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในสหรัฐฯ กระทำได้หลายวิธี ตั้งแต่การขายให้แก่ผู้นำเข้า การขายโดยตรงให้แก่บริษัทผู้ขายปลีก และการขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกต้องการขายโดยตรงให้แก่บริษัทผู้ขายปลีก ผู้ผลิตและผู้ส่งออกจำเป็นต้องศึกษาถึงนโยบายการค้า การรับซื้อสินค้า และลูกค้าเป้าหมายของบริษัทผู้ขายปลีกเหล่านั้น โดยละเอียด ซึ่งจะมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะของตลาด และกลุ่มผู้บริโภคในตลาดที่ร้านค้าแต่ละร้านตั้งอยู่ ปัจจุบันตลาดค้าปลีกของสหรัฐฯ ถูกถือครองโดยบริษัท ค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาครอบคลุมตลาดเป้าหมายอย่างกว้างขวางในลักษณะ franchise ที่เป็น Super Stores หรือ Mass Merchandise Discount Stores บริษัทเหล่านี้จะรับซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก และมีอำนาจระดับสูงในการต่อรองเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้านำมาวางจำหน่ายในร้านค้าของตน เนื่องจากส่วนใหญ่ของบริษัทเหล่านี้จะขายสินค้าในราคาถูก บริษัทจึงมีนโยบายในการผลักภาระค่าใช้จ่ายบางส่วนในการจัดการสินค้า ไปให้แก่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่ทำการค้ากับบริษัท ตัวอย่างเช่น ให้จัดส่งสินค้าให้แก่บริษัทในบรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการจัดการเรียบร้อยแล้วพร้อมจะนำไป

วางจำหน่ายได้ทันทีโดยพนักงานของบริษัทไม่ต้องเข้าไปจัดการใดๆ เป็นต้น และเนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีร้านค้าสาขากระจายอยู่ทั่วไป ดังนั้น อำนาจในการตัดสินใจในการซื้อหาสินค้าสำหรับวางจำหน่ายในร้านค้าของบริษัทเหล่านี้จึงเป็นไปในลักษณะการกระจายอำนาจ ให้ผู้บริหารในแต่ละพื้นที่ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ที่ร้านแต่ละแห่งตั้งอยู่

ในกรณีที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกมีความต้องการที่จะขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคสามารถกระทำได้โดยผ่านทางการค้าในลักษณะ mail order หรือการค้าผ่านทางระบบ internet การดำเนินธุรกิจลักษณะนี้จะได้ผลดียิ่งขึ้น ถ้าผู้ผลิตและผู้ส่งออกเปิดสำนักงานตัวแทน และแหล่งกระจายสินค้าขึ้นในสหรัฐฯ เพราะจะทำให้สามารถสร้างความเชื่อถือ และความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัท และลูกค้า สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าข้ามประเทศ และค่าไปรษณียากร เป็นต้น ลดจำนวนการสูญหายของสินค้าและแควตล็อกที่ส่งถึงลูกค้า และลดปัญหาเรื่องการจัดการด้านการเงิน

3.10 ศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 เป็นต้นมา แต่มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนั้นกลับเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง เนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องเผชิญกับอุปสรรคทางการค้าและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของมาตรการกีดกันการค้าภายในประเทศ การเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศคู่แข่งซึ่งมีอัตราค่าแรงที่ต่ำมาก การเก็บภาษีนำเข้าของประเทศคู่ค้าและคู่แข่งในอัตราสูง รวมถึงข้อกีดกันทางการค้าใหม่ๆ ซึ่งเริ่มมีบทบาทสำคัญในการค้าระหว่างประเทศ อาทิเช่น กฎแห่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของพลอย กฎแห่งกำเนิดสินค้า มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคที่เน้นผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยเป็นสำคัญ รวมถึงมาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างประเทศจีนและอินเดีย พบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบอยู่หลายประการดังนี้

แรงงาน แรงงานไทยมีฝีมือในการเจียรไนเพชรหัตถ์เทียบกับประเทศผู้นำในอุตสาหกรรมการเจียรไนเพชรของโลกเช่น เบลเยียม และอิสราเอล และมีฝีมือในการเจียรไนเพชรพลอยสูงกว่าอินเดียและจีนแต่แรงงานฝีมือของไทยมีค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่า จึงส่งผลให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากประเทศอินเดียและจีนได้เปรียบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยในด้านต้นทุนที่ต่ำกว่าค่อนข้างมาก

วัตถุดิบ ปัจจุบันปริมาณวัตถุดิบอัญมณีที่หาได้ภายในประเทศมีไม่เพียงพอกับความ ต้องการ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบเพชร พลอย ไข่มุก และโลหะมีค่า ตลอดจนวัตถุดิบ ส่วนประกอบในการผลิตเครื่องประดับแฟชั่น ซึ่งปัจจุบันภานี้นำเข้าเพชรและพลอยได้รับการยก เว้น ไปแล้ว แต่การเสียภาษีมูลค่าเพิ่มจากการนำเข้าวัตถุดิบเพชรและพลอยก็ยังคงเป็นปัญหาสำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยอยู่ นอกจากนี้แม้ว่าภานี้นำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม จากการนำเข้าโลหะมีค่าประเภททองคำจะได้รับการยกเว้นแล้ว แต่การนำเข้าโลหะมีค่าอื่น ๆ เช่น เงิน ก็ยังไม่ได้รับความสะดวกด้านภาษีเท่าที่ควร แต่ประเทศคู่แข่งเช่นอย่างประเทศจีนกลับมี ทรัพยากรอัญมณีและโลหะมีค่าอยู่ภายในประเทศเป็นจำนวนมากและภาครัฐได้พยายามปรับปรุง กฎระเบียบทางการค้าและระบบภาษีเพื่อให้เอื้อประ โยชน์ต่อธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศให้มากที่สุด

เทคโนโลยีและคุณภาพสินค้า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านเทคโนโลยีการผลิต เพชร พลอย รวมทั้งมีความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ (High-End) เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก เหนือกว่าประเทศคู่แข่งอย่างจีนและอินเดียอย่างเห็นได้ชัด แต่ปัจจุบันประเทศจีนและอินเดียได้หัน มาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิตโดยอาศัยเครื่องจักรอันทันสมัยและเร่ง พัฒนาบุคลากรและคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานในระดับสากล

นโยบายของภาครัฐ ภาครัฐของไทยมีนโยบายและมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับด้วยดีมาตลอดไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนด้านการพัฒนากำลังคน ด้านการวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต หรือด้านการตลาดและการขาย แต่ระบบภาษีและพิธีการนำเข้าอัญ มณีกลับยังไม่เอื้ออำนวยต่อการส่งออกมากนัก เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ อย่างประเทศจีนและอินเดียซึ่งปัจจุบันภาครัฐของทั้งสองประเทศต่างมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับของประเทศด้วยการกำหนดนโยบายที่เอื้อประ โยชน์ต่อภาคอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นการยกเลิกภานีนำเข้า การกำหนดให้อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นศูนย์ การปรับปรุง พิธีการนำเข้าให้มีความสะดวกและรวดเร็ว การส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออก รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ เป็นต้น

แม้ว่าในปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจะมีศักยภาพในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งอย่างประเทศจีนและอินเดียทั้งในด้านแรงงานฝีมือและเทคโนโลยีในการเพิ่มคุณค่า วัตถุดิบ แต่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยก็ยังคงเผชิญกับปัญหาสำคัญหลาย ประการที่เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ รวมถึง การเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้สูงขึ้นทัดเทียมกับประเทศคู่แข่งในกลุ่มประเทศที่พัฒนา แล้ว ซึ่งปัญหาที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยได้แก่

1. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไทยยังต้องนำเข้าวัตถุดิบและขาดมาตรการเชิงรุกในการสำรวจจัดทำฐานข้อมูลระยะยาว และการทำเหมืองพลอยในต่างประเทศ
2. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไทยยังขาดการพัฒนาบุคลากรซึ่งมีความรู้เชิงปฏิบัติจากประสบการณ์แต่ขาดความรู้พื้นฐานด้านอัญมณี การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การตกแต่งเพื่อเพิ่มมูลค่า การเจียรไนรวมถึงกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ โดยเฉพาะเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเจียรไนพลอยเนื้ออ่อนและพลอยสังเคราะห์ด้วยเครื่องเจียรไนอัตโนมัติ หรือการใช้เครื่องเลเซอร์แกะสลักตกแต่งพลอยแท้ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในตลาด
3. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไทยยังขาดแคลนนักออกแบบที่มีฝีมือซึ่งสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลก รวมถึงขาดความสามารถในการสร้างสรรค์ตราสินค้าของตนเอง จึงส่งผลให้ประเทศไทยไม่สามารถเป็นผู้นำแฟชั่น (Trend Setter) อัญมณีและเครื่องประดับของโลกได้สำเร็จ
4. อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไทยยังขาดความมุ่งมั่น การรวมกลุ่ม และการขึ้นจากภาครัฐเพื่อเจาะตลาดและขยายช่องทางการตลาด ตลอดจนแก้ไขข้อกีดกันทางการค้าทั้งด้านภาษีและไม่ใช่ภาษี
5. ประเทศไทยยังขาดข้อมูลอุตสาหกรรมและเครื่องประดับที่เชื่อถือได้ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ การผลิต การออกแบบ การตลาด เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์ในการส่งออกให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของประเทศคู่ค้าและตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของโลก
6. โครงสร้างอัตราภาษีสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับบางรายการยังไม่เหมาะสม อีกทั้งขั้นตอนพิธีการศุลกากรก็ยังยุ่งยากซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายแฝง
7. ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ส่งออกที่สำคัญของประเทศยังขาดทักษะในการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การเงิน หรือด้านการตลาด เป็นเหตุให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีต้นทุนที่สูง

แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังคงมีโอกาสในการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้มากขึ้น โดยการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันในเวทีการค้าโลก ประกอบด้วย

เลขหมู่.....
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

382.15
17914
e-4

การพัฒนาแหล่งวัดถุดิบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของควรรศึกษาและสำรวจแหล่งวัดถุดิบ อัญมณี และโลหะมีค่าทั้งภายในและภายนอกประเทศพร้อมศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเข้าวัดถุดิบหรือ การลงทุนในแหล่งวัดถุดิบนั้นๆ และประชาสัมพันธ์ถึงปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าผู้ประกอบการ ไทยจะต้องเผชิญพร้อมเสนอแนะแนวทางการแก้ไขเพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ไทยมีแหล่งวัดถุดิบที่มีคุณภาพในปริมาณที่เพียงพอ

การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยจำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและกระบวนการผลิตสินค้าให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางภาครัฐและเอกชนควรให้ความสนใจในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต รวมถึงการตกแต่งเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่อัญมณี นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยควรติดตามและศึกษาเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อจะ ได้สามารถปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตให้ทันสมัยอยู่เสมอ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นการสร้างตราสินค้าของตัวเอง เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้กำหนดแนวโน้มแฟชั่นอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ทั้งนี้กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนารูปแบบสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับได้แก่ การจัดทำวิจัยเรื่อง Brand Building การอบรมต่อยอดนักออกแบบ รวมทั้งการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับและการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและการออกแบบเพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลรูปแบบอัญมณีและเครื่องประดับจากอดีตถึงปัจจุบัน และการจัดประกวดออกแบบเครื่องประดับเพื่อกระตุ้นให้บรรดานักออกแบบเครื่องประดับไทยเกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์เป็นต้น

นอกจากนี้คุณภาพของสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยจะต้องให้ความสำคัญและพัฒนาให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล การตรวจสอบและออกไปรับรองคุณภาพสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับและโลหะมีค่าโดยสถาบันอัญมณีซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ จัดว่าเป็นวิธีที่จะช่วยรับประกันคุณภาพสินค้าและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อได้อีกทางหนึ่งด้วย

พัฒนาระบบภาษี ภาครัฐควรกำหนดวิธีการจัดเก็บภาษีที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย อาทิเช่น การยกเลิกภาษีมูลค่าเพิ่มวัดถุดิบนำเข้าเช่นเดียวกับประเทศผู้นำในธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของโลกอย่างเบลเยียมและอิสราเอลซึ่งมาตรการดังกล่าวจะช่วยลดขั้นตอนการตรวจและประเมินราคาที่ด่านศุลกากรลงได้ อีกทั้งยังช่วยขจัดปัญหาการลักลอบนำเข้าวัดถุดิบอย่างผิดกฎหมายได้อีกด้วย แต่ขณะเดียวกันผู้ประกอบการ

ธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยก็จำเป็นจะต้องเสียภาษีรายได้ให้แก่ภาครัฐอย่างตรงไปตรงมา ทำธุรกิจแบบโปร่งใสและยึดมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเป็นสำคัญ

การพัฒนาบุคลากร อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยจำเป็นจะต้องหันมาให้ความสนใจต่อการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง โดยการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาเดิมซึ่งมีอยู่ในมหาวิทยาลัยของรัฐจำนวน 4 แห่ง รวมถึงสถาบันการศึกษาอื่นๆ ให้ทันสมัย และขยายหลักสูตรการเรียนการสอนให้ครบทุกสาขา เร่งฝึกอบรมต่อยอดความรู้ทางด้านการผลิต การออกแบบและการตลาด รวมถึงความรู้ทางด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมักมีความรู้เชิงปฏิบัติจากประสบการณ์แต่ขาดความรู้พื้นฐานด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยได้มีบุคลากรที่มีคุณภาพและจำนวนเพียงพอที่จะตอบสนองการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศ

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลทางการตลาด อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง โดยการศึกษาวิเคราะห์และวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดเดิมและตลาดใหม่ ศึกษาแนวโน้มรูปแบบสินค้า อัตราภาษี ข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีเป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย รวมถึงศึกษาและวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดเด่นและจุดด้อยของประเทศคู่แข่งเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้นำข้อมูลไปใช้ปรับปรุง แก้ไขและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับประเทศ

การรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดเดิมและแสวงหากตลาดใหม่ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังคงกระจุกตัวอยู่เฉพาะตลาดหลักคือ สหรัฐอเมริกา อิสราเอล ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปบางประเทศโดยมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ในแต่ละปีผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยควรศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและมีกำลังซื้ออย่างมหาศาล อย่างเช่นตลาดจีนและตะวันออกกลางเป็นต้น

หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ได้ร่วมมือกันพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยอย่างจริงจังแล้ว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยย่อมมีความสามารถทางแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นและสามารถแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้เป็นผลสำเร็จ