

สนค. ชี้ EU เดินหน้าบังคับใช้กติกการค้าใหม่ ยกระดับมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทาน และไทยเร่งปรับตัวรับโอกาสและความท้าทาย

นายันทพพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) เปิดเผยว่า สนค. ได้ติดตามพัฒนาการด้านนโยบายการค้าของสหภาพยุโรป (European Union: EU) อย่างต่อเนื่องพบว่า การค้าโลกกำลังเปลี่ยนผ่านสู่ยุคใหม่ที่มีการแข่งขันไม่ได้จำกัดอยู่เพียงด้านราคาและต้นทุน แต่ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน ความยั่งยืน และความโปร่งใสตลอดห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น โดย EU เป็นหนึ่งในภูมิภาคสำคัญที่กำลังปรับระบบการค้ากับดูแลการค้าทั้งระบบ (Trade Governance) ครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การนำเข้าสินค้า การค้าออนไลน์ (e-Commerce) ไปจนถึงมาตรฐานด้านบรรจุกฎหมายและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม ค้ำครองผู้บริโภค และขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีเขียว

สำหรับไทย EU ถือเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพและมีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 การค้าระหว่างไทยกับ EU มีมูลค่า 25,365.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 16.1 แบ่งเป็นการส่งออกของไทยไปยัง EU มูลค่า 15,464.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 20.0 ขณะที่การนำเข้าของไทยจาก EU มูลค่า 9,900.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 10.4 ส่งผลให้ไทยเกินดุลการค้า 5,564.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจุบัน EU เป็นคู่ค้าอันดับ 4 ของไทย รองจากจีน สหรัฐฯ และญี่ปุ่น สะท้อนว่า การปรับกติกการค้าของ EU จะมีผลต่อทิศทางการส่งออกและการปรับตัวของผู้ประกอบการไทยในหลายอุตสาหกรรม

ผอ.สนค. กล่าวว่า แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าของ EU ไม่ได้เป็นเพียงการออกมาตรการรายด้าน หากแต่เป็นการปรับระบบการค้ากับดูแลมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำที่กำหนดมาตรฐานการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบ กลางน้ำที่ยกระดับการค้ากับดูแลการนำเข้าและการค้าออนไลน์ และปลายน้ำที่กำหนดมาตรฐานด้านบรรจุกฎหมาย การใช้ทรัพยากร และการจัดการของเสีย เพื่อผลักดันเศรษฐกิจหมุนเวียนและสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม

ในส่วนของต้นน้ำ EU ได้ทยอยกำหนดและบังคับใช้มาตรการสำคัญ อาทิ กลไกการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (CBAM)¹ และกฎหมายว่าด้วยการตรวจสอบสถานะด้านความยั่งยืนของกิจการ (CSDDD)² ซึ่งได้มีผลบังคับใช้แล้ว รวมถึงกฎหมายว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (EUDR) ซึ่งจะเริ่มมีผลบังคับใช้กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลางตั้งแต่วันที่ 30 ธันวาคม 2569 และผู้ประกอบการขนาดเล็กและรายย่อยตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2570 ครอบคลุมสินค้า 7 กลุ่ม ได้แก่ โค โกโก้ กาแฟ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา ถั่วเหลือง และไม้ รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้ผู้นำเข้าหรือส่งออกสินค้าดังกล่าวต้องดำเนินการตรวจสอบสถานะ (Due Diligence) และจัดทำ Due Diligence Statement (DDS) ผ่านระบบสารสนเทศของ EU เพื่อยืนยันว่าสินค้าไม่ได้มาจากการตัดไม้ทำลายป่าและผลิตถูกต้องตามกฎหมายของประเทศผู้ผลิต ก่อนนำสินค้าเข้าหรือออกจาก EU

สำหรับกลางน้ำ EU ให้ความสำคัญกับการยกระดับระบบศุลกากรและการกำกับดูแลการนำเข้าสินค้าผ่านช่องทาง e-Commerce โดยเฉพาะสินค้ามูลค่าต่ำที่สั่งซื้อผ่านช่องทาง e-Commerce ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยข้อมูลจากคณะกรรมการการค้ายุโรป³ ระบุว่า จำนวนพัสดุมูลค่าต่ำที่เข้าสู่ EU เพิ่มขึ้นจากประมาณ

¹ CBAM: มีผลบังคับใช้วันที่ 1 มกราคม 2569 ครอบคลุมสินค้า เหล็กและเหล็กกล้า อะลูมิเนียม ซีเมนต์ ปูน ไฮโดรเจน และไฟฟ้า

² CSDDD: มีผลบังคับใช้วันที่ 25 กรกฎาคม 2567 และได้รับการปรับปรุงภายใต้มาตรการ Omnibus I โดยประเทศสมาชิกต้องออกกฎหมายภายในให้สอดคล้องกับกฎหมายดังกล่าวภายในวันที่ 26 กรกฎาคม 2571 และเริ่มบังคับใช้กฎหมายภายในตั้งแต่วันที่ 26 กรกฎาคม 2572 เป็นต้นไป ทั้งนี้กฎหมายฉบับปรับปรุงกำหนดขอบเขตเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ ได้แก่ บริษัทใน EU ที่มีพนักงานอย่างน้อย 5,000 คน และมีรายได้สุทธิทั่วโลกอย่างน้อย 1.5 พันล้านยูโร และบริษัทนอก EU ที่มีรายได้สุทธิใน EU อย่างน้อย 1.5 พันล้านยูโร

³ https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs/eu-customs-union-facts-and-figures/goods-bought-online_en

1.4 พันล้านชิ้นในปี 2565 เป็นเกือบ 5.9 พันล้านชิ้นในปี 2568 หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 4 เท่าภายใน 3 ปี ส่งผลให้ EU เริ่มจัดเก็บอากรศุลกากรอัตราคงที่ 3 ยูโรต่อรายการ ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2569 สำหรับสินค้ามูลค่าไม่เกิน 150 ยูโรที่นำเข้าจากประเทศนอก EU ซึ่งเดิมได้รับยกเว้นอากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการศุลกากรและสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน นอกจากนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2569 สินค้านำเข้าผ่านช่องทาง e-Commerce จะต้องมีการระบุจำแนกตัวผลิตภัณฑ์ (Product Identifier: PID) เพื่อเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับและบริหารความเสี่ยงด้านศุลกากร

ขณะที่ปลายน้ำ EU ได้ขยายมาตรฐานไปสู่การออกแบบและการจัดการบรรจุภัณฑ์ตลอดวงจรชีวิต โดยใช้ข้อกำหนดสำคัญภายใต้กฎระเบียบว่าด้วยบรรจุภัณฑ์และขยะบรรจุภัณฑ์ (Packaging and Packaging Waste Regulation: PPWR) ซึ่งจะเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 12 สิงหาคม 2569 ครอบคลุมทั้งสินค้าที่ผลิตภายใน EU และสินค้านำเข้าจากประเทศที่สาม โดยกำหนดให้บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรีไซเคิลได้ ลดการใช้บรรจุภัณฑ์เกินความจำเป็น รวมถึงควบคุมสารที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น การห้ามใช้สาร PFAS ในบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอาหาร สะท้อนทิศทางของ EU ที่มุ่งสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ การปรับกติกาการค้าของ EU มีทั้งโอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ยานยนต์และชิ้นส่วน รวมถึงผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง e-Commerce ซึ่งต้องยกระดับมาตรฐานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ระบบข้อมูล การตรวจสอบย้อนกลับ และบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่าสินค้า และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควรเตรียมความพร้อมด้านข้อมูล เอกสารรับรอง และการประเมินต้นทุนที่เกี่ยวข้อง ทั้งอากรศุลกากร ภาษี ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ เพื่อวางแผนการส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน ไทยอยู่ระหว่างเร่งเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) ไทย-EU ซึ่งจะเป็นอีกกลไกสำคัญในการเพิ่มโอกาสเข้าถึงตลาด ลดอุปสรรคทางการค้า และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ไทยควรติดตามความเสี่ยงจากการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) อย่างใกล้ชิด เนื่องจากผู้ผลิตบางประเทศที่ไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานใหม่ของ EU อาจหันไปขายตลาดในอาเซียน ส่งผลให้สินค้านำเข้าราคาต่ำมีแนวโน้มเข้ามาแข่งขันในตลาดภูมิภาคมากขึ้น โดยเฉพาะผ่านช่องทาง e-Commerce ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ไทยจึงควรเร่งยกระดับมาตรฐานสินค้าและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการควบคู่กับการกำกับดูแลการนำเข้าสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

นายณัฏฐพงษ์กล่าวทิ้งท้ายว่า “การเปลี่ยนแปลงกติกาการค้าของ EU สะท้อนทิศทางการแข่งขันของโลกที่มุ่งสู่มาตรฐาน ความโปร่งใส และความยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสให้ไทยเร่งยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการ พัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม สร้างความเชื่อมั่นแก่คู่ค้า และเพิ่มบทบาทของไทยในห่วงโซ่อุปทานโลก รวมถึงเสริมศักยภาพในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศที่ต้องการเชื่อมโยงกับฐานการผลิตที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืน”