

บทคัดย่อ  
การขยายตัวครั้งที่ 5 ของสหภาพยุโรป  
เก็จพิรุณ เกาะสุวรรณ

ในวันที่ 24 พฤษภาคม 2547 สหภาพยุโรปได้เพิ่มจำนวนประเทศสมาชิกจาก 15 ประเทศเป็น 25 ประเทศ โดยประเทศสมาชิกใหม่ได้แก่ สาธารณรัฐไซปรัส สาธารณรัฐเชค สาธารณรัฐเอสโตเนีย สาธารณรัฐฮังการี สาธารณรัฐลัตเวีย สาธารณรัฐลิทัวเนีย สาธารณรัฐมอลตา สาธารณรัฐโปแลนด์ ประเทศสโลวาเกีย และสาธารณรัฐสโลวีเนีย การเข้าร่วมในสหภาพยุโรปของทั้ง 10 ประเทศนี้ทำให้สหภาพยุโรปเติบโตขึ้นในแทบจะทุกด้าน อาทิ จำนวนประชากร และ มวลรวมผลิตภัณฑ์ประชาชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปอย่างมาก เนื่องจากประเทศสมาชิกใหม่ทั้ง 10 ประเทศนั้นได้เข้ามามีบทบาท ในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจโดยทำหน้าที่เป็นฐานการผลิตให้กับอุตสาหกรรมต่างๆมากมาย ส่งผลให้การค้าขายระหว่างสหภาพยุโรปกับโลกภายนอกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

• สหภาพยุโรปนั้นเป็นคู่ค้าอันดับที่ 4 ของประเทศไทย รองลงมาจากญี่ปุ่น กลุ่มประเทศอาเซียน และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ กล่าวคือคิดเป็นร้อยละ 12 ของการค้าทั้งหมดระหว่างประเทศไทยกับโลกภายนอก อย่างไรก็ตามการค้ากับประเทศไทยนั้นคิดเป็นอัตราเพียงแค่อ้อยละ 1 ของการค้าของยุโรปกับโลกภายนอกโดยรวมเท่านั้น

แม้ว่าการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสมาชิกใหม่ของสหภาพยุโรปทั้ง 10 ประเทศนั้นจะค่อนข้างน้อย แต่จากสถิติทำให้เห็นได้ชัดเจนว่าการค้านั้นมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นหลังจากการขยายตัวครั้งนี้ของสหภาพยุโรปโดยประเทศ

คู่ค้าสำคัญได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐโปแลนด์ สาธารณรัฐฮังการี สาธารณรัฐมอลตาและสาธารณรัฐไซปรัส

ผลกระทบจากการเพิ่มจำนวนประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรปในครั้งนี้ ได้แก่การลดอัตราภาษีศุลกากรของประเทศสมาชิกใหม่ทั้ง 10 ประเทศ มีเพียงอัตราภาษีสินค้าเกษตรกรรมบางชนิดเท่านั้นที่สูงขึ้น อาทิข้าว ปลากระป๋องและแป้งมันสำปะหลัง เป็นต้น

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการขยายตัวของสหภาพยุโรปในครั้งนี้ทำให้ภาษีสินค้าทางการเกษตรบางชนิดเพิ่มขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องเรียกร้องให้มีการชดเชยอัตราภาษีดังกล่าว หลังจากการเจรจาที่ยุ่งยากและยาวนาน ประเทศไทยได้รับค่าชดเชยในรายการสินค้าที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ได้แก่ข้าว ปลาทูน่า กระป๋องและปลาซาดีนกระป๋อง โดยข้อตกลงนี้คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ในเดือนพฤษภาคม 2549

จากการขยายตัวของสหภาพยุโรปในครั้งนี้ทำให้ภาคเอกชนของไทยต้องพยายามเร่งสร้างเครือข่ายการค้ากับคู่ค้าใน 10 ประเทศสมาชิกใหม่นี้ดังกล่าว เพื่อรักษาและขยายตลาดในประเทศสมาชิกใหม่เหล่านี้ โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

## **The Fifth EU Enlargement**

Katepirun Kohsuwan

On 1 May 2004, the European Union (EU) has enlarged from 15 member countries to 25 member countries. The 10 new member countries are Republic of Cyprus, the Czech Republic, Republic of Estonia, Republic of Hungary, Republic of Latvia, Republic of Lithuania, Republic of Malta, Republic of Poland, Slovakia and Republic of Slovenia.

The Enlargement on 1 May 2004 is the fifth enlargement since the establishment of the European Union in 1951. The next enlargement will happen in 2007 when Bulgaria and Romania will join the European Union. Another country that is under negotiation to become a member of the European Union is Turkey.

This enlargement has increased the population of the European Union from 370 million to 455 million. Its GDP has increased by 5%. There are free flows of goods, services, capital and labor among these 25 countries. Goods imported by one EU member country can flow to other EU member countries and go through customs procedure only once.

The 10 new member countries have to abolish all domestic trade laws, rules, regulations and measures and use the European Union laws, rules, regulations and measures.

By including these 10 new member countries, the European Union has increased her competitiveness tremendously because the 10 new members have rather diversified economic structures. The new

members serve as production base in various industries for the European Union.

For example, Hungary is a production base for technology-intensive products, while Baltic countries (Estonia, Latvia and Lithuania) are production base for labour-intensive products. Slovenia, Cyprus and Malta are destinations of Services Industries investment.

The European Union (25) intra-trade in goods accounted for 67% of the EU trade with the world. When excluding intra-EU trade, major EU trading partners are U.S.A., China, Switzerland, Russia and Japan, respectively

Major source of EU imports are U.S.A. (15.3%), China (12.3%), Russia (7.8%), Japan (7.2%) and Switzerland (6%), respectively. While major markets for EU products are U.S.A. (24.3%), Switzerland (7.8%), China (5%), Russia (4.7%) and Japan (4.5%), respectively.

### **Trade**

The EU trade with the world continues to increase amidst the fear that the enlargement on 1 May 2004 would result in trade diversion not trade creation.

**EU Trade with the World, excluding intra-EU trade**

Unit: Million Euro

	2003	2004
Export to the World	878,665	962,648
Import from the World	940,504	1,027,893
Trade with the World	1,819,169	1,990,541

Source: Eurostat

The European Union is the Fourth largest trading partner for Thailand after Japan, ASEAN and U.S.A., respectively. The European Union trade with Thailand accounted for only 1% of EU trade with the world, while Thailand trade with the European Union accounted for 12% of Thailand trade with the world.

In 2004, the European exported to Thailand worth 7,000 million Euro while imported from Thailand 12,842 million Euro.

Thailand major trading partners in EU-15 are Germany, U.K., Netherlands, France and Italy, respectively. Germany, France, U.K., Italy and Netherlands, respectively, are major suppliers. Major markets for Thai products are U.K., Netherlands, Germany, France and Belgium, respectively.

**Thailand Trade with EU-15**

Unit: Million US Dollar

Rank	Country	2004	2005
1	Germany	4,633	5,204
2	United Kingdom	4,299	4,091

วารสารยุโรปศึกษา

3	Netherlands	3,247	3,480
4	France	2,244	3,167
5	Italy	2,345	2,390

**Thailand Imports from EU-15**

Unit: Million US Dollar

Rank	Country	2004	2005
1	Germany	2,829	3,203
2	France	1,037	1,865
3	United Kingdom	1,268	1,280
4	Italy	1,005	1,133
5	Netherlands	650	717

**Thailand Exports to EU-15**

Unit: Million US Dollar

Rank	Country	2004	2005
1	United Kingdom	3,031	2,811
2	Netherlands	2,597	2,764
3	Germany	1,804	2,001
4	France	1,207	1,302
5	Belgium	1,193	1,288

Source: Ministry of Commerce, Thailand

Bilateral trade between Thailand and EU-10 are rather small. However, trade statistics has shown an increase trend after the Enlargement. Among 10 new Member countries, major trading partners are Czech, Poland, Hungary, Malta and Cyprus. Thailand imports a lot of products from Poland, Czech, Malta, Hungary and Slovakia while exports significantly to Czech, Hungary, Poland, Cyprus and Slovenia.

#### Thailand Trade with EU-10

Unit: Million US Dollar

Rank	Country	2004	2005
1	Czech	200	316
2	Poland	218	264
3	Hungary	207	221
4	Malta	82	46
5	Cyprus	44	43

#### Thailand Imports from EU-10

Unit: Million US Dollar

Rank	Country	2004	2005
1	Poland	112	122
2	Czech	52	63
3	Malta	70	35
4	Hungary	33	35
5	Slovakia	9	12

### Thailand Exports to EU-10

Unit: Million US Dollar

Rank	Country	2004	2005
1	Czech	148	252
2	Hungary	175	186
3	Poland	106	142
4	Cyprus	43	39
5	Slovenia	38	29

Source: Ministry of Commerce, Thailand

### Effect of the Enlargement

After the enlargement, average tariff of 10 new EU member countries was reduced from 9% to 4%. Average tariff on agricultural products was reduced from 18.7% to 16.2%. And average tariff on industrial products was reduced from 4.8% to 3.6%.

However, tariffs for some agricultural products have increased, for example, rice, canned fish, and tapioca starch. On the other hand, tariffs on a number of agricultural products have been reduced as a result of the enlargement. Tariff on frozen shrimp was reduced from 40% in Cyprus and 21% in Poland to 12%. Tariff on frozen squid was reduced from 27% in Slovenia and 25% in Hungary to 6-7%. Tariff on canned pineapple was reduced from 32% in Poland and 31.4% in Hungary to 17.6-25.6%.



products and products that previously did not receive any tariff preferential in the 10 new members and are under GSP program in the European Union. For example, air conditioning machine, lens, and tableware.

The competitors for Thai products after the enlargement is not the 10 new member countries because the European Union has granted tariff preferential to 95% of their products that export to the European Union since 1995. The real competitors for Thai products are countries that receive tariff preferential from the European Union.

The enlargement results in an expansion of the tariff preferential scheme in 15 EU countries to 25 countries. The beneficiaries of GSP Program, the Cotonou Agreement and Everything but Arms (EBA) schemes now receive the same treatment as in EU-15 when they sell their products to 10 new member countries.

Thai private sector should haste their effort in building network with partners in the 10 new members in order to maintain and expand their markets in 10 new member countries through effective marketing strategies.

#### **Enlargement Compensation**

As mentioned above that the enlargement on 1 May 2004 resulted in an increase in tariff of some agricultural products that are of importance to Thailand. Hence, Thailand had requested for compensation from the European Union in affected products.

วารสารยุโรปศึกษา

According to the World Trade Organization (WTO) rules, compensation would be granted to the affected products in the amount equal to the damages. The WTO rules do not allow for compensation in other products that are not affected.

As a result of long and complicated negotiations which was initiated in early 2004, Thailand will be granted compensation in products that were severely affected, namely, rice (H.S. 100630), canned tuna (16042070) and canned sardine (16042050). The compensation is in the form zero tariff quotas. The agreement is expected to enter into force in May 2006

20 April 2006