

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนธันวาคม 2563

การค้าระหว่างประเทศของไทยเดือนธันวาคม พลิกกลับมาเป็นบวกในรอบ 8 เดือน และมีอัตราการเติบโตสูงสุดในรอบ 22 เดือน แม้จะมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระลอกสอง แต่หลายประเทศมีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น พร้อมทั้งประกาศใช้มาตรการล็อกดาวน์เป็นบางพื้นที่ ทำให้ภาคการผลิตและการขนส่งยังดำเนินต่อไปได้ นอกจากนี้ ผลจากการระดมมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง และการกระจายวัคซีนในหลายภูมิภาค ช่วยกระตุ้นอุปสงค์และสร้างความเชื่อมั่น ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกสามารถรักษาทิศทางฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไทยเดือนธันวาคม 2563 มีมูลค่า 20,082.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 4.71 ขณะที่ภาพรวมการส่งออกทั้งปี 2563 (มกราคม-ธันวาคม) มีมูลค่า 231,468.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 6.01

สินค้าที่ขยายตัวได้ดี ยังเป็นสินค้ากลุ่มที่เติบโตต่อเนื่อง 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) สินค้าอาหาร เช่น ผักและผลไม้ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำมันปาล์ม อาหารสัตว์เลี้ยง สุกรสดแช่เย็นแช่แข็ง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เช่น เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เตาอบไมโครเวฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ และโทรศัพท์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และถุงมือยาง เป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกอย่างมากในช่วงนี้

นอกจากสินค้า 3 กลุ่มหลักที่มีการเติบโตต่อเนื่องแล้ว ยังมีกลุ่มสินค้าที่มีการกลับมาขยายตัวตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก อาทิ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิต เช่น เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ รวมไปถึงสินค้าคงทนที่มีราคาสูงอย่างรถยนต์ ซึ่งคาดว่าจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสัญญาณการฟื้นตัวของภาคการผลิตโลก และชีพพลายเซนของสินค้าส่งออกไทย

ด้านตลาดส่งออกสำคัญ อาทิ ตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนก่อนหน้า ขณะที่หลายตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กลับมาฟื้นตัวเป็นบวกอีกครั้ง โดยเฉพาะตลาดจีน ฮองกง ไต้หวัน และตลาดเอเชียใต้อย่างอินเดีย รวมถึงตลาดอื่นๆ ที่มีสัดส่วนสำคัญกับการส่งออกไทย ต่างมีอัตราการหดตัวที่ลดลงอย่างมากในเดือนนี้ เช่น ตลาดสหภาพยุโรป และ CLMV ที่แม้จะยังได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 แต่ยังคงรักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจได้ดี

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนธันวาคม 2563 การส่งออก มีมูลค่า 20,082.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 4.71 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) การนำเข้า มีมูลค่า 19,119.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 3.62 การค้าเกินดุล 963.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมปี 2563 การส่งออก มีมูลค่า 231,468.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 6.01 ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 206,991.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 12.39 ส่งผลให้ทั้งปี 2563 การค้าเกินดุล 24,476.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปของเงินบาท เดือนธันวาคม 2563 การส่งออก มีมูลค่า 602,803.60 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4.99 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 582,100.02 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.85 การค้าเกินดุล 20,703.58 ล้านบาท ภาพรวมปี 2563 การส่งออก มีมูลค่า 7,178,494.05 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 5.90 ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 6,495,546.82 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 12.52 ส่งผลให้ทั้งปี 2563 การค้าเกินดุล 682,547.23 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร กลับมาขยายตัวร้อยละ 2.1 (YoY) ในรอบ 3 เดือน สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขยายตัวร้อยละ 63.6 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และมาเลเซีย) ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 30.0 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ ตลาดจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ 25.7 ขยายตัว 16 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อิตาลี มาเลเซีย ออสเตรเลีย) สิ่งปรุงรสอาหาร ขยายตัวร้อยละ 15.5 ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) ผัก ผลไม้ สดแช่แข็ง กระจับปิ้งและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 4.4 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ฮองกง และมาเลเซีย) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ น้ำตาลทราย หดตัวร้อยละ 75.4 หดตัว 9 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในหลายตลาด อาทิ กัมพูชา ลาว เกาหลีใต้ ฯลฯ แต่ขยายตัวดีในตลาดเวียดนามและปาปัวนิวกินี) เครื่องดื่ม หดตัวร้อยละ 11.5 หดตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดกัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา แต่ขยายตัวดีในตลาดจีน ลาว และสิงคโปร์) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป หดตัวร้อยละ 7.6 หดตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสหราชอาณาจักร จีน และเนเธอร์แลนด์ แต่ขยายตัวดีในตลาดญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และฮองกง) ท่อน้ำประปอง หดตัวร้อยละ 7.0 หดตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดอิสราเอล และเปรู แต่ขยายตัวดีในตลาดสหรัฐฯ อียิปต์ และออสเตรเลีย) ข้าว กลับมาหดตัวร้อยละ 0.1 ในรอบ 1 เดือน (หดตัวในตลาดฮองกง ญี่ปุ่น แคนาดา และสิงคโปร์ แต่ขยายตัวดีในตลาดจีน สหรัฐฯ และเบนิน) **ขณะที่ทั้งปี 2563 สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร หดตัวร้อยละ 3.5**

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม กลับมาขยายตัวร้อยละ 6.7 (YoY) ในรอบ 8 เดือน สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ถุ่มีอย่าง ขยายตัวร้อยละ 220.3 ขยายตัว 13 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 33.9 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เม็กซิโก เนเธอร์แลนด์) เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ขยายตัวร้อยละ 18.3 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เยอรมนี จีน และเบลเยียม) เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ขยายตัวร้อยละ 15.5 ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีนมาเลเซีย ออสเตรเลีย และบราซิล) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ กลับมาขยายตัวร้อยละ 15.1 ในรอบ 1 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น) เครื่องใช้ไฟฟ้า ขยายตัวร้อยละ 13.2 ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน เวียดนาม และออสเตรเลีย) เคมีภัณฑ์ กลับมาขยายตัวร้อยละ 12.2 ในรอบ 1 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน เวียดนาม ญี่ปุ่น อินเดีย และเกาหลีใต้) เม็ดพลาสติก กลับมาขยายตัวร้อยละ 8.6 ในรอบ 1 เดือน (ขยายตัวในตลาดเวียดนาม ญี่ปุ่น อินเดีย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย) แผงวงจรไฟฟ้า กลับมาขยายตัวร้อยละ 7.3 ในรอบ 1 เดือน (ขยายตัวในตลาดฮองกง สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ และเกาหลีใต้) รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 3.2 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม มาเลเซีย และจีน) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ ทองคำ หดตัวร้อยละ 21.7 หดตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดกัมพูชา และเวียดนาม แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสิงคโปร์ ออสเตรเลีย และลาว) น้ำมันสำเร็จรูป หดตัวร้อยละ 16.6 หดตัว 10 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ กัมพูชา สิงคโปร์ มาเลเซีย และลาว แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดเวียดนาม และอินโดนีเซีย) อัญมณีและเครื่องประดับไม่รวมทองคำ หดตัวร้อยละ 5.8 หดตัว 11 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดเยอรมนี ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง และออสเตรเลีย) ยางยานพาหนะ กลับมาหดตัวร้อยละ 2.8 ในรอบ 5 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดออสเตรเลีย เวียดนาม และเกาหลีใต้) **ขณะที่ทั้งปี 2563 สินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 5.6**

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญขยายตัวตามอุปสงค์จากประเทศคู่ค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของภาวะเศรษฐกิจและการค้าโลก

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้ 1) **ตลาดหลัก** ขยายตัวร้อยละ 10.4 ตามการขยายตัวสูงต่อเนื่องของการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ที่ร้อยละ 15.7 การขยายตัวต่อเนื่องของการส่งออกไปญี่ปุ่นที่ร้อยละ 14.8 และการหดตัวน้อยลงของการส่งออกไปสหภาพยุโรป (15) ที่หดตัวร้อยละ 2.4 2) **ตลาดศักยภาพสูง** ขยายตัวร้อยละ 2.6 จากการส่งออกไปตลาดจีน เอเชียใต้ และอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 7.2 ร้อยละ 14.9 และร้อยละ 0.8 ตามลำดับ ขณะที่ CLMV หดตัวร้อยละ 6.3 และ 3) **ตลาดศักยภาพระดับรองขยายตัวร้อยละ 1.5** ตามการขยายตัวต่อเนื่องของการส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย (25) ร้อยละ 13.5 และตะวันออกกลาง (15) ร้อยละ 0.1 ขณะที่การส่งออกไปลาตินอเมริกา ทวีปแอฟริกา และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 8.8 ร้อยละ 3.2 และร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

ตลาดสหรัฐอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 15.7 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ ผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้า และหม้อแปลงไฟฟ้า เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** ขยายตัวร้อยละ 9.6

ตลาดจีน กลับมาขยายตัวร้อยละ 7.2 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เคมีภัณฑ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ ผลไม้สด แช่แข็งและแห้งฯ และยางพารา เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** ขยายตัวร้อยละ 2.0

ตลาดญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 14.8 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ โทรศัพท์และอุปกรณ์ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องจักรกลฯ เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 6.7

ตลาดสหภาพยุโรป (15) หดตัวร้อยละ 2.4 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์และส่วนประกอบ ไก่แปรรูป และเครื่องยนต์เส้นด้ายฯ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ และหม้อแปลงไฟฟ้า เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 12.7

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 0.8 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อากาศยานและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ เครื่องตัดต่อและป้องกันวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลฯ เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 12.2

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ 6.3 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องดื่ม น้ำตาลทราย น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องยนต์เส้นด้ายฯ และเครื่องปรับอากาศฯ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 11.1

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 14.9 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์เส้นด้ายฯ เครื่องจักรกลฯ และเครื่องตัดต่อและป้องกันวงจรไฟฟ้า เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 23.3

ตลาดอินเดีย ขยายตัวร้อยละ 14.5 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก เครื่องยนต์เส้นด้ายฯ เคมีภัณฑ์ เหล็กและผลิตภัณฑ์ และ โทรศัพท์และส่วนประกอบ เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 25.2

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25) ขยายตัวร้อยละ 13.5 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องปรับอากาศฯ เม็ดพลาสติก และเหล็กและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 7.6

ตลาดตะวันออกกลาง (15) ขยายตัวร้อยละ 0.1 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ตู้เย็นและส่วนประกอบฯ และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 13.0

ตลาดลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ 8.8 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลฯ เครื่องยนต์เส้นด้ายฯ และเครื่องปรับอากาศฯ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบฯ ยางพารา และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 19.0

ตลาดทวีปแอฟริกา หดตัวร้อยละ 3.2 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อาหารทะเลแปรรูปฯ และเครื่องจักรกลฯ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ข้าว ผลิตภัณฑ์ยาง และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น **รวมทั้งปี 2563** หดตัวร้อยละ 19.4

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 16.9 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ข้าว และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องปรับอากาศ และแผงสวิทช์และแผงควบคุม กระแสไฟฟ้า เป็นต้น รวมทั้งปี 2563 หดตัวร้อยละ 21.1

แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี 2564

การส่งออกไทยได้รับปัจจัยบวกจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัวอย่างชัดเจน โดยกระทรวงพาณิชย์ คาดการณ์ว่ามูลค่าการส่งออกในปี 2564 จะเติบโตที่ร้อยละ 4.0 เนื่องจากได้แรงหนุนจากการกระจายวัคซีน และ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายประเทศที่ช่วยให้ประเทศคู่ค้ามีกำลังซื้อมากขึ้น ประกอบกับนโยบายการค้าของ สหรัฐฯ ที่คาดว่าจะกลับมายึดถือตามกติกาของ WTO จะช่วยให้การแก้ปัญหาความขัดแย้งจากสงครามการค้ามีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น รวมถึงกลุ่มความตกลง RCEP ที่จะมีผลบังคับใช้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 ก็เป็นที่คาดว่าจะช่วยเพิ่มมูลค่าการค้าของประเทศสมาชิกรวมถึงไทย ขณะที่ปัจจัยลบต่อการส่งออก ได้แก่ ค่าเงินบาทที่ยังอยู่ในทิศทางแข็งค่าขึ้นเทียบกับสกุลเงินของคู่แข่งในภูมิภาค ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันสำหรับสินค้าที่มีความอ่อนไหวต่อราคา รวมถึงอุปสรรคด้านการขนส่งสินค้าจากการขาดแคลนตู้สินค้า ทำให้ผู้ส่งออกมีภาระต้นทุนด้านโลจิสติกส์เพิ่มสูงขึ้น หลายเท่าตัว และอุปสรรคในการเจรจาความตกลงการค้า อาทิ CPTPP ซึ่งไทยยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจน ทำให้สินค้าส่งออกของไทยในอนาคต อาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียแต้มต่อด้านภาษีนำเข้า และเสียเปรียบคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน

สำหรับปี 2564 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ได้เร่งขับเคลื่อนแผนส่งเสริมการส่งออกในปี 2564 ตามนโยบาย“ตลาดนำการผลิต” เช่น การเจาะตลาดเมืองรอง การจัดแสดงสินค้าทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ การจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจ โดยเฉพาะตลาดจีนที่กระทรวงพาณิชย์มีแผนส่งเสริมการขายสินค้าผลไม้ใน 13 เมืองสำคัญ และขณะเดียวกัน ตลาดอื่นในอาเซียนจะมีการจัดงาน Top Thai Brand ควบคู่ไปกับงาน Mini Thailand Week ในเมืองรองของอาเซียนอีก 8 แห่ง พร้อมเน้นย้ำให้กระทรวงพาณิชย์ปรับแผนการทำงานเพื่อรับมือโควิด-19 โดยจะพัฒนาผู้ประกอบการ และเดินทางสร้างความเชื่อมั่นสินค้าไทยให้เป็นสินค้าปลอดโควิด-19 เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับการส่งออกสินค้าไทยในอนาคต

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
22 มกราคม 2564

