

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนพฤษภาคม 2564

สถานการณ์การส่งออกของไทยเดือนพฤษภาคม 2564 ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 41.59 นับเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงสุดในรอบเกือบ 11 ปี โดยมีมูลค่า 23,057.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย การส่งออกไทยขยายตัวสูงถึงร้อยละ 45.87 ซึ่งเป็นผลจากการดำเนินการตามแผนการส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยธนาคารโลกมองว่าเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างสหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น มีแนวโน้มฟื้นตัวเร็วกว่าที่คาดการณ์ จากการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจขนาดใหญ่ และความคืบหน้าในการฉีดวัคซีน นอกจากนี้ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) อยู่เหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 สะท้อนการขยายตัวในเกณฑ์ดีของภาคการผลิตโลก ทั้งนี้ การส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวที่ร้อยละ 10.78 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 17.13 สะท้อนภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) ที่เติบโตอย่างชัดเจน

สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ยางพารา ผักและผลไม้ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง น้ำมันปาล์ม เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ขยายตัวเกือบทุกหมวดสินค้า เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ เต้าปอไมโครเวฟ ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และถุงมือยาง กลายเป็นสินค้าที่มีความสำคัญในช่วงที่มีการระบาด 4) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นตัวของภาคการผลิต เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) มีการขยายตัวในระดับสูง สะท้อนถึงการฟื้นตัวของกำลังซื้อในประเทศคู่ค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านตลาดส่งออก 20 อันดับแรก ซึ่งครองสัดส่วนถึงร้อยละ 85 ของการส่งออกรวม ขยายตัวทุกตลาด ตลาดสำคัญ อาทิ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับตลาดเอเชียใต้ โดยเฉพาะอินเดีย ที่ยังคงนำเข้าสินค้าไทยในระดับสูง ด้านตลาดอาเซียน (5) พลิกกลับมาขยายตัวในทุกตลาด ขณะที่ตลาดอื่นๆ เช่น CLMV ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา และรัสเซียและ CIS ต่างมีอัตราการขยายตัวในระดับสูงแทบทั้งสิ้น

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนพฤษภาคม 2564 การส่งออก มีมูลค่า 23,057.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 41.59 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 22,261.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 63.54 ดุลการค้าเกินดุล 795.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออก มีมูลค่า 108,635.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 10.78 การนำเข้า มีมูลค่า 107,141.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.52 ดุลการค้า 5 เดือนแรก เกินดุล 1,494.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนพฤษภาคม 2564 การส่งออก มีมูลค่า 714,885.27 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 36.22 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 699,918.17 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 57.50 ดุลการค้าเกินดุล 14,967.10 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออก มีมูลค่า 3,279,410.34 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.64 การนำเข้า มีมูลค่า 3,280,010.44 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 18.27 ดุลการค้า 5 เดือนแรก ขาดดุล 600.10 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร



มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 14.3 (YoY) ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง **สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 99.2 ขยายตัว 8 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน มาเลเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) ผัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 31.9 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และมาเลเซีย) **สิ่งปรุงรสอาหาร** ขยายตัวร้อยละ 25.1 ขยายตัว 10 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฟิลิปปินส์ สหราชอาณาจักร มาเลเซีย และเมียนมา) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 24.0 ขยายตัว 21 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย อิตาลี และอินโดนีเซีย) **ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 13.9 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ และมาเลเซีย) **ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง** ขยายตัวร้อยละ 10.7 ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **น้ำตาลทราย** หดตัวร้อยละ 45.7 หดตัว 14 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดเวียดนามและอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวดีในหลายตลาด อาทิ กัมพูชา ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เมียนมา และจีน) **ข้าว** หดตัวร้อยละ 42.1 หดตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง จีน และสิงคโปร์ แต่ขยายตัวดีในตลาดแอฟริกาใต้ ญี่ปุ่น และโมซัมบิก) **สินค้าปศุสัตว์อื่นๆ** หดตัวร้อยละ 32.7 หดตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาด สเปน ลาว กัมพูชา และเมียนมา แต่ขยายตัวดีในตลาดเวียดนาม ญี่ปุ่น ไต้หวัน และมาเลเซีย) **อาหารทะเลสด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋อง และแปรรูป** หดตัวร้อยละ 16.5 หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ออสเตรเลีย แคนาดา และอียิปต์ แต่ขยายตัวดีในตลาดญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อิตาลี มาเลเซีย และไต้หวัน) **ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 7.8**

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 48.0 (YoY) ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง **สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 170.3 ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวเกือบทุกตลาด อาทิ ออสเตรเลีย เวียดนาม ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และสหรัฐฯ) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 113.3 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย สหราชอาณาจักร และสวิตเซอร์แลนด์) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 86.3 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ เวียดนาม ออสเตรเลีย ไต้หวัน และญี่ปุ่น) **สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน** ขยายตัวร้อยละ 75.8 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน เวียดนาม กัมพูชา สิงคโปร์ และมาเลเซีย) **เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน** ขยายตัวร้อยละ 54.0 ขยายตัว 12 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวเกือบทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน เวียดนาม และมาเลเซีย) **เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล** ขยายตัวร้อยละ 52.9 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม) **เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 44.5 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ ฮองกง จีน สิงคโปร์ และเนเธอร์แลนด์) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **ทองคำ** หดตัวร้อยละ 47.3 หดตัว 9 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสวิตเซอร์แลนด์ และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวได้ดีในหลายตลาด อาทิ สิงคโปร์ ฮองกง สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) **เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 13.1 หดตัวในรอบ 10 เดือน (หดตัวในตลาดฮองกง ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์ แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ สหราชอาณาจักร ฮ่องกง จีน เม็กซิโก และเมียนมา) **ผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์** หดตัวร้อยละ 3.5 หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดเมียนมา เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และสปป.ลาว แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดกัมพูชา ญี่ปุ่น จีน ฮองกง มาเลเซีย และสหรัฐฯ) **ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 11.0**



ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญขยายตัวในระดับสูงทุกตลาด ตามอุปสงค์จากประเทศคู่ค้าที่อยู่ในทิศทางฟื้นตัว สอดคล้องกับการปรับดีขึ้นต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งเป็นผลจากการเร่งกระจายฉีดวัคซีนป้องกันไวรัสโควิด-19 ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการฟื้นตัวของทั้งภาคการผลิตและการบริโภค ประกอบกับมาตรการสนับสนุนทางเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจหลักที่ยังมีอยู่ต่อเนื่อง

ภาพรวมการส่งออกในกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุป ดังนี้ 1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 39.9 โดยการส่งออกไปสหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น ขยายตัวต่อเนื่องร้อยละ 44.9 ร้อยละ 25.5 ร้อยละ 27.4 ตามลำดับ ตลาดสหภาพยุโรป (27) และ CLMV ขยายตัวเร่งขึ้น ร้อยละ 54.9 และร้อยละ 46.8 ตามลำดับ ส่วนตลาดอาเซียน (5) กลับมาขยายตัวร้อยละ 51.0 2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 65.4 ขยายตัวทุกกลุ่มตลาด ประกอบด้วย เอเชียใต้ ร้อยละ 184.1 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 35.1 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 39.9 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 60.2 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 129.9 รัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS และร้อยละ 58.2 และ 3) ตลาดอื่นๆ หดตัวร้อยละ 62.0

ตลาดสหรัฐอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 44.9 (ขยายตัว 12 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องคอมพิวเตอร์ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 16.9

ตลาดญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 27.4 (ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ทองแดง และตู้เย็นและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 9.2

ตลาดสหภาพยุโรป (27) ขยายตัวร้อยละ 54.9 (ขยายตัวเร่งขึ้นเป็นเดือนที่ 4) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ ผลิตภัณฑ์ยาง รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 23.1

ตลาดจีน ขยายตัวร้อยละ 25.5 (ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่แข็ง และแห้ง เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ ยางพารา และทองแดง เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 21.6

ตลาดอาเซียน (5) กลับมาขยายตัวในรอบ 5 เดือน ที่ร้อยละ 51.0 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 0.02

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 46.8 (ขยายตัวเร่งขึ้นเป็นเดือนที่ 3) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และทองแดง เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 15.0

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 184.1 (ขยายตัวเร่งขึ้นเป็นเดือนที่ 4) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมันและน้ำมัน เม็ดพลาสติก รถยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ และเครื่องยนต์สันดาป เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 42.8

ตลาดอินเดีย ขยายตัวร้อยละ 243.8 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมันและน้ำมัน เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ รถยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องยนต์สันดาป เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 47.1

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25) ขยายตัวร้อยละ 35.1 (ขยายตัว 9 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง ปูนซีเมนต์ และเหล็กและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 26.5

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนก่อน ร้อยละ 39.9 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ โทรศัพท์และอุปกรณ์ และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 14.7



ตลาดทวีปแอฟริกา (57) ขยายตัวร้อยละ 60.2 (ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาป เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง และ ไขมันและน้ำมันฯ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 20.6

ตลาดลาตินอเมริกา (47) ขยายตัวร้อยละ 129.9 (ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาป ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 31.6

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนก่อนที่ร้อยละ 58.2 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ตู้เย็นและส่วนประกอบ และเครื่องยนต์สันดาป เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 11.6

ตลาดสหราชอาณาจักร ขยายตัวร้อยละ 112.1 (ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง โกวแปรรูป และรถยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 15.8

แนวโน้มและแผนส่งเสริมการส่งออกปี 2564

การส่งออกของไทยในระยะต่อไป คาดว่าจะเห็นการฟื้นตัวชัดเจนมากขึ้น สะท้อนจาก (1) การขยายตัวของ การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่องกันเป็นเดือนที่ 5 ในเกือบทุกหมวดสินค้า (2) ราคาพลังงานปรับสูงขึ้น ตามความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้น หลังหลายประเทศผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ จึงเป็นปัจจัยบวกต่อการส่งออก สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน โดยเฉพาะในตลาดอาเซียน (3) การกระจายวัคซีนที่มีประสิทธิภาพในแต่ละประเทศ ส่งเสริมความเชื่อมั่นในการบริโภค และส่งผลดีต่อการส่งออกสินค้าของไทย

สำหรับแผนส่งเสริมการส่งออกในปี 2564 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ยังคงสั่งการให้ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” และตามแผนงานของกระทรวงพาณิชย์ที่กำหนดไว้ โดยในเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา มีแผนงาน/โครงการสำคัญ อาทิ โครงการอีบุ๊กออนไลน์ หรือ Online Resellers Connect ซึ่งเป็นโครงการที่ช่วยให้ผู้ประกอบการ SME และ Micro SME สามารถเจรจาธุรกิจ และส่งออกสินค้า ผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้สินค้าของ SME และ Micro SME ไทยเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน การส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ ได้มีนโยบายให้เร่งเดินหน่ยกระดับการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทยในตลาดจีน โดยเฉพาะการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่สนใจของผู้บริโภคชาวจีนอย่างมาก และกระทรวงพาณิชย์จะเชิญชวนร้านค้าของจีนเข้ามาเป็นพันธมิตร เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ทั้งนี้ ในปี 2564 กระทรวงฯ ได้ตั้งเป้าการเติบโตของการส่งออกสินค้าผลไม้อยู่ที่ร้อยละ 17 และได้มอบหมายให้ทูตพาณิชย์เร่งดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อให้มูลค่าการส่งออกเติบโตได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
24 มิถุนายน 2564

