

## ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

สถานการณ์ไวรัสโควิด-๑๙ ที่แพร่ระบาดเป็นวงกว้าง ทำให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลกชะงักลงกระทบต่อเศรษฐกิจและการส่งออกของหลายประเทศรวมถึงไทย แต่การส่งออกไทยในเดือนกุมภาพันธ์ยังทรงตัวได้และมีมูลค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย ๕ ปีย้อนหลัง (๑๙,๘๗๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ) การส่งออกเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ มีมูลค่า ๒๐,๖๔๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวที่ร้อยละ ๔.๔๗ จากราคาน้ำมันที่ลดลง และฐานสูงของอาวูธในการซ่อมรถในปีก่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อหักทองคำ น้ำมัน และอาวูธ ยุทธปัจจัย การส่งออกของไทย ขยายตัวที่ร้อยละ ๑.๕๑

ท่ามกลางสถานการณ์ความเสี่ยงที่ทั่วโลกเผชิญ จุดแข็งของไทยทั้งด้านความหลากหลายของสินค้าและการกระจายตัวของตลาด จะช่วยให้ผ่านความท้าทายนี้ไปได้ การส่งออกสินค้าจำเป็น (Essential goods) อาทิ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และของใช้ในบ้าน ขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง ตอบสนองแนวโน้มความต้องการความมั่นคงทางอาหารและสินค้าจำเป็นอื่นๆ เพื่อการยังชีพที่ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นท่ามกลางสถานการณ์โรคระบาด ประกอบกับภาพลักษณ์การเป็น Kitchen of the World ที่มีมาตรฐานและการยอมรับระดับสากล โดยมีสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลแช่แข็งและกระป๋อง ผัก/ผลไม้กระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร ผลิตภัณฑ์ข้าว นมและผลิตภัณฑ์นม เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องนุ่งห่มและเครื่องแต่งกาย

นอกจากนี้ การเร่งรัดและติดตามการส่งออกสินค้าจากการลงนาม MOU โดยรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) เมื่อปลายปี ๒๕๖๒ ช่วยสนับสนุนให้การส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าว ขยายตัวในตลาดตุรกีสูงถึงร้อยละ ๒๙.๗ ยางพารา ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ โดยเฉพาะตลาดจีน (ร้อยละ ๕.๘) และ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ที่ขยายตัวทั้งในตลาดอินเดีย และตุรกี ร้อยละ ๓๖.๑ และ ๑๒๒.๒ ตามลำดับ รวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมอย่าง ผลิตภัณฑ์ยาง ที่ขยายตัวในตลาดอินเดียร้อยละ ๑๒.๓ นอกจากนี้ สินค้าสำคัญอื่นๆ ที่ยังคงเติบโตต่อเนื่อง อาทิ อาหารสัตว์เลี้ยง รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้าและชิ้นส่วน ทั้งนี้ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบที่กลับมาขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๓ เป็นสัญญาณของการฟื้นตัวที่ดีในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของไทย

ในรายตลาด การส่งออกยังขยายตัวต่อเนื่องในตลาดสำคัญ และมีการกระจายตัวในหลายภูมิภาค ตลาดสหภาพยุโรป (๑๕) ขยายตัวที่ร้อยละ ๑.๗ รวมถึงตลาดศักยภาพอื่นๆ เช่น ตลาดเอเชีย อาทิ อาเซียน-๕ ขยายตัวร้อยละ ๖.๓ CLMV ขยายตัวร้อยละ ๕.๘ และ ไต้หวัน ขยายตัวร้อยละ ๒๑.๒ ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวต่อเนื่อง ที่ร้อยละ ๑๖.๔ โดยเฉพาะสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาระเบีย ขณะที่ ตลาดญี่ปุ่น และจีน หดตัวที่ร้อยละ ๑๑.๑ และ ๒.๐ ทั้งนี้ แม้ว่าการส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ จะหดตัวร้อยละ ๓๗.๐ แต่หากหักอาวูธยุทธปัจจัย จะขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๑๘.๓

### มูลค่าการค้ารวม

**มูลค่าการค้าในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐ** เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ การส่งออก มีมูลค่า ๒๐,๖๔๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ ๔.๔๗ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ในขณะที่ **การนำเข้า** มีมูลค่า ๑๖,๗๔๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ ๔.๓๐ ส่งผลให้การค้า **เกินดุล** ๓,๘๙๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐ

**มูลค่าการค้าในรูปของเงินบาท** เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ การส่งออก มีมูลค่า ๖๒๒,๓๑๐ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๘.๕๑ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ในขณะที่ **การนำเข้า** มี ๕๑๒,๐๘๓ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๘.๒๔ ส่งผลให้การค้า **เกินดุล** ๑๑๐,๒๒๖ ล้านบาท



## การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหดตัวที่ร้อยละ ๓.๐ (YoY) สินค้าที่ยังขยายตัวดี ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวที่ร้อยละ ๖.๒ (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ บราซิล และสเปน) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวที่ร้อยละ ๑๒.๖ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย และอินเดีย) สิ่งปรุงรสอาหาร ขยายตัวที่ร้อยละ ๑๙.๙ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และกัมพูชา) ไม้สัด แข็งและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ ๔.๗ (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ เยอรมนี และไอร์แลนด์) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ ข้าว หดตัวที่ร้อยละ ๒๖.๖ (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน แอฟริกาใต้ แคนาดา และกอตติวัวร์ แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดฮ่องกง อังกฤษ และสิงคโปร์) ผัก ผลไม้ สด แข็งและแปรรูป หดตัวที่ร้อยละ ๑๖.๒ (หดตัวในตลาดจีน ฮ่องกง และเวียดนาม แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หดตัวที่ร้อยละ ๑๑.๑ (หดตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย ใต้หวัน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ แต่ยังขยายตัวได้ดีในญี่ปุ่น สหรัฐฯ และฟิลิปปินส์) น้ำตาลทราย หดตัวที่ร้อยละ ๓.๘ (หดตัวในตลาดอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และมาเลเซีย เมียนมา และจีน แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดเวียดนาม กัมพูชา และไต้หวัน)

## การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมหดตัวที่ร้อยละ ๕.๒ (YoY) สินค้าที่ยังขยายตัวดี ได้แก่ ทองคำ ขยายเกือบทุกตลาดที่ร้อยละ ๑๗๘.๔ (ขยายตัวในตลาดสวีเดน ฮ่องกง ออสเตรเลีย เมียนมา และเกาหลีใต้) เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ ขยายตัวที่ร้อยละ ๖๐.๘ (ขยายตัวในตลาดจีน สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร อินเดีย และเยอรมนี) เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ขยายตัวที่ร้อยละ ๖.๕ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เนเธอร์แลนด์ เม็กซิโก และสิงคโปร์) ผลิตภัณฑ์ยาง ขยายตัวที่ร้อยละ ๑๑.๙ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน อินเดีย และเกาหลีใต้) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ ๒๘.๙ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เบลเยียม กัมพูชา และญี่ปุ่น) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ อวูธ กระสุน รวมทั้งส่วนประกอบ หดตัวที่ร้อยละ ๑๐๐.๐ (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ และสิงคโปร์) อัญมณี และเครื่องประดับไม่รวมทองคำ หดตัวที่ร้อยละ ๓๑.๕ (หดตัวในตลาดฮ่องกง เยอรมนี กาตาร์ เบลเยียม และสหราชอาณาจักร แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ สิงคโปร์ และอินเดีย) สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน หดตัวที่ร้อยละ ๑๐.๗ (หดตัวในตลาดจีน สิงคโปร์ เวียดนาม ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดมาเลเซีย กัมพูชา และอินเดีย) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หดตัวที่ร้อยละ ๔.๗ (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และสหรัฐฯ แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดฟิลิปปินส์ จีน และซาอุดีอาระเบีย) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ หดตัวที่ร้อยละ ๑๐.๖ (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น เมียนมา มาเลเซีย ออสเตรเลีย และลาว แต่ยังขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อินเดีย และอินโดนีเซีย)

## ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญหลายตลาดปรับตัวลดลง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ แต่มีหลายตลาดที่ขยายตัว เช่น สหภาพยุโรป (๑๕) อาเซียน (๕) CLMV ตะวันออกกลาง (๑๕) รวมทั้งตลาดสหรัฐฯ หลังหักอวูธฯ โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักหดตัวร้อยละ ๒๑.๕ ตามการลดลงของการส่งออกไปสหรัฐฯ ที่หดตัวร้อยละ ๓๗.๐ เนื่องจากฐานของการส่งออกอวูธฯขยายตัวสูงในปีก่อน แต่หากหักอวูธฯ ออกแล้วการส่งออกไปสหรัฐฯ ขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๑๘.๓ นอกจากนี้การส่งออกไปสหภาพยุโรป (๑๕) ขยายตัวร้อยละ ๑.๗ ขณะที่การส่งออกไปญี่ปุ่นที่หดตัวร้อยละ ๑๑.๑ ส่วนการส่งออกไปตลาดศักยภาพสูงขยายตัวร้อยละ ๒.๘ เป็นผลมาจากการขยายตัวต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่ ๒ ของการส่งออกไปตลาดอาเซียน (๕) ร้อยละ ๖.๓ และการกลับมาขยายตัวของการส่งออกไปตลาด CLMV ร้อยละ ๕.๘ ขณะที่การส่งออกไปตลาดจีนและเอเชียใต้หดตัวร้อยละ ๒.๐ และร้อยละ ๐.๑ ตามลำดับ สำหรับตลาดศักยภาพระดับรองหดตัวที่ร้อยละ ๒.๘ ตามการส่งออกไปตลาดลาตินอเมริกา ทวีปออสเตรเลีย รัสเซียและกลุ่ม



ประเทศ CIS และทวีปแอฟริกา ที่หดตัวร้อยละ ๒.๘ ร้อยละ ๖.๒ ร้อยละ ๑๔.๒ และร้อยละ ๑๘.๑ ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปตะวันออกกลางขยายตัวดีต่อเนื่องร้อยละ ๑๖.๔

**ตลาดสหรัฐอเมริกา** หดตัวร้อยละ ๓๗.๐ แต่หากหักอาวุธฯ ออกแล้วขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๑๘.๓ สินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ อุปกรณ์กึ่งตัวนำฯ และผลิตภัณฑ์ยาง **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๑๙.๙

**ตลาดจีน** หดตัวร้อยละ ๒.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก และเคมีภัณฑ์ ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ เครื่องยนต์สันดาปฯ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ และรถยนต์และส่วนประกอบ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** ขยายตัวร้อยละ ๑.๔

**ตลาดสหภาพยุโรป (๑๕)** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ ที่ร้อยละ ๑.๗ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องยนต์สันดาปฯ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศฯ เครื่องนุ่งห่ม และแผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** ขยายตัวร้อยละ ๑.๑

**ตลาดญี่ปุ่น** หดตัวร้อยละ ๑๑.๑ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าฯ โทรศัพท์และอุปกรณ์ฯ เหล็กและผลิตภัณฑ์ และเม็ดพลาสติก ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ เคมีภัณฑ์ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๗.๐

**ตลาดอาเซียน (๕)** ขยายตัวร้อยละ ๖.๓ เป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ อากาศยานและส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาปฯ น้ำมันสำเร็จรูป และยางพารา เป็นต้น **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** ขยายตัวร้อยละ ๕.๑

**ตลาด CLMV** ขยายตัวร้อยละ ๕.๘ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ น้ำตาลทรายเครื่องปรับอากาศ น้ำมันสำเร็จรูป และเครื่องจักรกลฯ เป็นต้น **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** ขยายตัวร้อยละ ๒.๕

**ตลาดตะวันออกกลาง (๑๕)** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๕ ร้อยละ ๑๖.๔ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องปรับอากาศฯ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** ขยายตัวร้อยละ ๙.๖

**ตลาดทวีปออสเตรเลีย (๒๕)** หดตัวร้อยละ ๖.๒ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ และเหล็กและผลิตภัณฑ์ ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ ปูนซีเมนต์ และเครื่องจักรกลฯ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๑๑.๒

**ตลาดเอเชียใต้** หดตัวร้อยละ ๐.๑ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ โทรศัพท์และส่วนประกอบ เหล็กและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์พลาสติก และยางพารา ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ และเครื่องยนต์สันดาปฯ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๒.๔

**ตลาดอินเดีย** หดตัวร้อยละ ๐.๓ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ โทรศัพท์และส่วนประกอบ ยางพารา ทองแดงฯ และผลิตภัณฑ์พลาสติก ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๓.๐

**ตลาดลาตินอเมริกา** หดตัวร้อยละ ๒.๘ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ โทรศัพท์และอุปกรณ์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ และผลิตภัณฑ์ยาง **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๓.๔

**ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS** หดตัวร้อยละ ๑๔.๒ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศฯ และเครื่องยนต์สันดาปฯ ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง และอัญมณีและเครื่องประดับ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๗.๘

**ตลาดทวีปแอฟริกา** หดตัวร้อยละ ๑๘.๑ สินค้าสำคัญที่หดตัวได้แก่ ข้าว รถยนต์และส่วนประกอบ อาหารทะเลแปรรูป และเคมีภัณฑ์ ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูงได้แก่ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ **ขณะที่ ๒ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๑๖.๑

## แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี ๒๕๖๓

แรงกดดันจากสถานการณ์ไวรัส Covid-๑๙ ชะลอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลกในระยะสั้น-กลาง และราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับต่ำ ยังเป็นปัจจัยกดดันการส่งออกของไทย โดยมาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-๑๙ ในหลายประเทศ อาทิ มาตรการปิดเมือง/พรมแดน อาจส่งผลกระทบต่อ supply chain ในอุตสาหกรรมส่งออกไทยอันเนื่องมาจากการขาดแคลนวัตถุดิบ ทั้งนี้ สถานการณ์การเงินที่เริ่มคลี่คลายอาจบรรเทาผลกระทบลงได้บ้าง

อย่างไรก็ตาม การส่งออกไทยยังมีปัจจัยบวกจาก ๑) จุดแข็งและศักยภาพไทยในอุตสาหกรรมเกษตรอาหาร และสินค้าจำเป็น (Essential goods) อาทิ เครื่องนุ่งห่ม และของใช้ในบ้าน เพื่อการตอบสนองแนวโน้มความต้องการความมั่นคงทางอาหารและสินค้าเพื่อการยังชีพ ที่ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นในหลายประเทศและไทยยังมีกำลังการผลิตเพิ่มเติมเพียงพอสำหรับการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก ๒) แนวโน้มการฟื้นตัวของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทย ซึ่งมีสัดส่วนต่อการส่งออกรวมถึงร้อยละ ๑๔.๓) ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าลงกว่าช่วงก่อน ๔) หลายประเทศทั่วโลกต่างใช้มาตรการผ่อนคลายทางการเงินและการคลังอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจช่วยลดผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม และรักษาระดับการค้าโลกให้ทรงตัวต่อไปได้ อาทิ การบรรเทาปัญหาสภาพคล่องของภาคธุรกิจ การลดอัตราดอกเบี้ย การสนับสนุนรายได้และค่าใช้จ่ายเพื่อพยุงกำลังซื้อของภาคเอกชน

สำหรับ การส่งเสริมการส่งออกปี ๒๕๖๓ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ให้ความสำคัญกับการส่งออกสินค้าผลไม้ เพื่อกระตุ้นการส่งออกพืชผลเศรษฐกิจท้องถิ่นในตลาดอาเซียน ความสำเร็จของการเชื่อมโยงการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Form D) ผ่านระบบ ASEAN Single Window จะช่วยผลักดันการส่งออกสินค้าผลไม้ซึ่งมีศักยภาพสูงในอาเซียนได้ นอกจากนี้ ในสถานการณ์ Covid-๑๙ กระทรวงพาณิชย์มีการปรับกลยุทธ์โดยจะใช้วิธีจัดงานแสดงสินค้าในรูปแบบ Online Exhibition และ Online Business Matching นำร่องในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในเดือนพฤษภาคมนี้ และจะขยายไปสู่สินค้าประเภทอื่นๆ ต่อไป ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม ๒๕๖๓



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์  
๒๓ มีนาคม ๒๕๖๓

