

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนสิงหาคม 2564

การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2564 มีมูลค่าสูงกว่า 21,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ด้วยมูลค่า 21,976.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวที่ร้อยละ 8.93 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 19.43 เป็นผลจากการผลักดัน และแก้ไขอุปสรรคด้านการส่งออกอย่างต่อเนื่องของกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจโลก โดย UNCTAD คาดว่าเศรษฐกิจโลกในปีนี้จะเติบโตรวดเร็วที่สุดในรอบเกือบ 5 ทศวรรษ โดยเฉพาะในประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป สอดคล้องกับภาคการผลิตทั่วโลกที่ฟื้นตัวต่อเนื่องเช่นกัน สะท้อนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ที่อยู่เหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ซึ่งเป็นการเติบโตต่อเนื่องทั้งการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าวัตถุดิบ และสินค้าเพื่อการลงทุน นอกจากนี้ เงินบาทที่อ่อนค่าช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าไทย ทั้งนี้ การส่งออก 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวที่ร้อยละ 15.25 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 21.22 สะท้อนภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) ที่เติบโตอย่างชัดเจน

ด้านสินค้าส่งออก มีการขยายตัวในหลายกลุ่มสินค้า ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะยางพารา ผักและผลไม้ น้ำมันปาล์ม ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าว อาหารสัตว์เลี้ยง และน้ำตาลทราย 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และอุปกรณ์ เตาอบไมโครเวฟ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ และถุงมือยาง 4) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นตัวของภาคการผลิต เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ยังขยายตัวได้ดี สะท้อนถึงการฟื้นตัวของกำลังซื้อในประเทศคู่ค้า

ตลาดส่งออกสำคัญ ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน ขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ตลาดในอาเซียนยังเติบโตได้ดี ยกเว้นสิงคโปร์ เวียดนาม และเมียนมา อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ตลาดตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา แอฟริกา และรัสเซียและ CIS ล้วนมีอัตราการขยายตัวในระดับสูง

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนสิงหาคม 2564 การส่งออก มีมูลค่า 21,976.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 8.93 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 23,191.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 47.92 ดุลการค้าขาดดุล 1,215.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมการส่งออก 8 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออก มีมูลค่า 176,961.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 15.25 การนำเข้า มีมูลค่า 175,554.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 30.97 ดุลการค้า 8 เดือนแรก เกินดุล 1,406.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนสิงหาคม 2564 การส่งออก มีมูลค่า 715,416.40 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 12.83 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 765,248.80 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 53.20 ดุลการค้าขาดดุล 49,832.40 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออก 8 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออก มีมูลค่า 5,441,613.75 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 13.78 การนำเข้า มีมูลค่า 5,476,523.71 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 29.52 ดุลการค้า 8 เดือนแรก ขาดดุล 34,909.96 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 23.6 (YoY) ขยายตัว 9 เดือนต่อเนื่อง สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 98.8 ขยายตัว 11 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ ฝรั่งเศส ฯลฯ) ผัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 84.8 ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวหลายตลาด อาทิ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เวียดนาม มาเลเซีย ฯลฯ) น้ำมันปาล์ม ขยายตัวร้อยละ 51.0 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ อินเดีย มาเลเซีย เมียนมา จีน และกัมพูชา) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขยายตัวร้อยละ 48.4 ขยายตัว 10 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ สหรัฐฯ ฯลฯ) ข้าว ขยายตัวร้อยละ 25.4 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง (ขยายตัวหลายตลาด อาทิ จีน เบนิน เซเนกัล อังกฤษ และฮ่องกง) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ 17.3 ขยายตัว 24 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ มาเลเซีย ออสเตรเลีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ ฯลฯ) น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ 5.5 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง (ขยายตัวหลายตลาด อาทิ อินโดนีเซีย กัมพูชา เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ สุกรสด แช่เย็น แช่แข็ง หดตัวร้อยละ 73.1 หดตัว 7 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดฮ่องกง กัมพูชา และลาว แต่ขยายตัวดีในเมียนมา) ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป หดตัวร้อยละ 31.9 กลับมาหดตัวในรอบ 5 เดือน (หดตัวแทบทุกตลาด เช่น ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน สิงคโปร์ เกาหลีใต้ แต่ขยายตัวดีในตลาดเนเธอร์แลนด์) อาหารทะเลสด แช่เย็น แช่แข็งกระป๋อง และแปรรูป หดตัวร้อยละ 10.4 หดตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวดีในตลาด ญี่ปุ่น จีน แคนาดา เกาหลีใต้ และอียิปต์) เครื่องดื่ม หดตัวที่ร้อยละ 13.6 กลับมาหดตัวในรอบ 5 เดือน (หดตัวในตลาดกัมพูชา เมียนมา จีน สิงคโปร์ และลาว แต่ขยายตัวดีในตลาดเวียดนาม กานา อินโดนีเซีย และสหรัฐฯ) 8 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 14.7

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 3.3 (YoY) ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ขยายตัวร้อยละ 68.3 ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน กัมพูชา ญี่ปุ่น อินเดีย และเวียดนาม) รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 17.8 ขยายตัว 10 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และเม็กซิโก) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 44.3 ขยายตัว 8 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ สหราชอาณาจักร เบลเยียม ฯลฯ) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 10.5 ขยายตัว 9 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และเกาหลีใต้) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ขยายตัวร้อยละ 60.3 ขยายตัว 9 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวแทบทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย อินเดีย) อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 35.7 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ อินเดีย สหราชอาณาจักร สวิตเซอร์แลนด์ จีน) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ เครื่องซักผ้า เครื่องซักแห้งและส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 15.5 กลับมาหดตัวในรอบ 14 เดือน (หดตัวในตลาดเวียดนาม มาเลเซีย ออสเตรเลีย เปรู และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ชิลี และเม็กซิโก) เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน หดตัวร้อยละ 7.6 กลับมาหดตัวในรอบ 14 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ และเวียดนาม แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดออสเตรเลีย อินโดนีเซีย อินเดีย และอาร์เจนตินา) เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว หดตัวร้อยละ 5.6 หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวหลายตลาด อาทิ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ฮ่องกง ออสเตรเลีย เวียดนาม แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดจีน) ทองคำยังไม่ได้ขึ้นรูป หดตัวร้อยละ 85.8 หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสิงคโปร์ ฮ่องกง สวิตเซอร์แลนด์ และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวดีในตลาด สเปน ลาว เกาหลีใต้ กัมพูชา ญี่ปุ่น และไต้หวัน) 8 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 14.4

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปยังตลาดส่งออกสำคัญยังขยายตัวต่อเนื่อง แม้ว่าจะชะลอลงบางส่วนจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์เดลต้าในหลายประเทศ

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่างๆ สรุป ดังนี้ 1) **ตลาดหลัก** ขยายตัวร้อยละ 18.2 โดยขยายตัวในตลาดสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 16.2 จีน ร้อยละ 32.3 ญี่ปุ่น ร้อยละ 10.0 สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 16.1 เอเชีย (5) ร้อยละ 26.9 ขณะที่ **CLMV** หดตัวเล็กน้อยร้อยละ 0.03 2) **ตลาดรอง** ขยายตัวร้อยละ 18.4 ขยายตัวเกือบทุกกลุ่มตลาด ได้แก่ เอเชียใต้ ร้อยละ 54.5 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 31.9 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 27.5 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 50.8 และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ร้อยละ 44.8 ขณะที่ทวีปออสเตรเลียหดตัวร้อยละ 15.9 และ 3) **ตลาดอื่นๆ** หดตัวร้อยละ 90.1

ตลาดสหรัฐอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 16.2 (ขยายตัว 15 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ รถยนต์และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 20.6

ตลาดจีน ขยายตัวร้อยละ 32.3 (ขยายตัว 9 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่แข็ง และแห้ง ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เม็ดพลาสติก และเหล็กและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 27.9

ตลาดญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 10.0 (ขยายตัว 10 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ยางพารา ทองแดง และเหล็กและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 13.5

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 26.9 (ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป อากาศยานและส่วนประกอบ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 10.8

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ 0.03 (กลับมาหดตัวในรอบ 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ สินค้าปศุสัตว์อื่นๆ และเครื่องจักรกลฯ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 15.7

ตลาดสหภาพยุโรป(27) ขยายตัวร้อยละ 16.1 (ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ยางพารา ผลิตภัณฑ์ยาง รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 24.6

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 54.5 (ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก รถยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ และไขมันและน้ำมัน เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 54.2

ตลาดอินเดีย ขยายตัวร้อยละ 44.2 (ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ ไขมันและน้ำมัน และรถยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 55.6

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25) หดตัวร้อยละ 15.9 (หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ (ทองคำ) เครื่องปรับอากาศ และตู้เย็นและส่วนประกอบ ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ เหล็กและผลิตภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 16.7

ตลาดตะวันออกกลาง (15) ขยายตัวร้อยละ 31.9 (ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ โทรศัพท์และอุปกรณ์ เคมีภัณฑ์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ฯ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 17.6

ตลาดทวีปแอฟริกา (57) ขยายตัวร้อยละ 27.5 (ขยายตัว 8 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ข้าว เม็ดพลาสติก เครื่องจักรกลฯ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 23.3

ตลาดลาตินอเมริกา (47) ขยายตัวร้อยละ 50.8 (ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาปฯ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องจักรกลฯ และยางพารา เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 47.0

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวร้อยละ 44.8 (ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง เม็ดพลาสติก และเครื่องจักรกลฯ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 22.5

แนวโน้มและแผนส่งเสริมการส่งออกปี 2564

การส่งออกของไทยในปี 2564 มีแนวโน้มของการขยายตัวที่ดี สะท้อนจาก (1) สินค้าอุตสาหกรรมหลายรายการยังเติบโตได้ต่อเนื่อง เป็นสัญญาณบวกต่อภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของไทย (2) ราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ช่วยสนับสนุนการขยายตัวของการส่งออกของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน อาทิ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ (3) มาตรการผ่อนคลายการล็อกดาวน์ในสหรัฐฯ จีน และสหภาพยุโรป และการเร่งฉีดวัคซีนทั่วโลก ส่งผลดีต่อกำลังซื้อของประเทศคู่ค้า (4) ค่าเงินบาทยังมีทิศทางอ่อนค่าต่อเนื่อง ส่งผลดีต่อสินค้าส่งออกของไทยที่เน้นการแข่งขันด้านราคา

สำหรับแผนส่งเสริมการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ยังคงมอบหมายให้หน่วยงานต่างๆ **ดำเนินการตามยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” และแผนงานของกระทรวงพาณิชย์ที่กำหนดไว้** โดยในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 จะมีกิจกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนการส่งออกกว่า 130 กิจกรรม สำหรับกิจกรรมในช่วงเดือนกันยายนและตุลาคมนี้ เช่น งานอีป๊วออนไลน์ ครั้งที่ 2 (20-24 ก.ย. 64) กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจออนไลน์ (Online Business Matching: OBM) กลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม (22-24 ก.ย. 64) และผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย (29-30 ก.ย. 64) งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยในรูปแบบเสมือนจริง THAIFEX (29 ก.ย. - 3 ต.ค. 64) โครงการจับคู่กู้เงิน สถาบันการเงินกับ SME ส่งออก เฟส 2 (ก.ย. - พ.ย. 64) เป็นต้น นอกจากนี้ ในช่วงปลายปียังจะมีกิจกรรมสำคัญในสาขาอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ลงพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเตรียมงานด้วยตนเอง เพื่อเตรียมเปิดงานแสดงสินค้านานาชาติอัญมณีและเครื่องประดับ “Phuket Gems Fest” รวมถึงการเดินทางนำผลิตภัณฑ์กิจกรรมภายใต้ “มินิเอฟทีเอ ไทย-ไต้หวัน” ที่ได้ลงนามไปแล้วเมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา โดยมีแผนที่จะจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจออนไลน์ไทย-ไต้หวัน และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติรูปแบบ Mirror & Mirror นำร่องธุรกิจบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งไทยมีโอกาสผลักดันทั้งสินค้าและบริการเชิงสุขภาพเข้าไปให้บริการในไต้หวัน เช่น นวดแผนไทย สปา ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และการให้บริการสุขภาพแบบองค์รวม

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
23 กันยายน 2564

