

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนพฤศจิกายน 2563

การค้าระหว่างประเทศของไทยเดือนพฤศจิกายน ส่งสัญญาณการฟื้นตัวที่ดี แม้ยังมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แต่เศรษฐกิจโลกมีทิศทางฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อโลก (Global Manufacturing PMI) ที่ปรับตัวดีขึ้นเหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และทำสถิติสูงสุดในรอบ 24 เดือน สอดคล้องกับหลายองค์กรระหว่างประเทศที่ปรับประมาณการเศรษฐกิจโลกในทิศทางที่ดีขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายประเทศที่ช่วยเพิ่มกำลังซื้อของคู่ค้า ส่งผลให้สินค้าส่งออกในเดือนนี้ปรับตัวขึ้นหลายรายการ รวมทั้งข่าวดีเรื่องความคืบหน้าในการผลิตและกระจายวัคซีนต้านไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นทั้งในภาคการผลิต และการบริโภค โดยการส่งออกไทยมีภาวะการหดตัวน้อยลง ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไทยเดือนพฤศจิกายน 2563 มีมูลค่า 18,932.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 3.65 ขณะที่ภาพรวมการส่งออก 11 เดือนแรก (มกราคม-พฤศจิกายน) มีมูลค่า 211,385.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 6.92

สินค้าที่ขยายตัวได้ดี ยังเป็นสินค้ากลุ่มเดิมที่เติบโตต่อเนื่อง 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) สินค้าอาหาร เช่น ผักและผลไม้ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อาหารสัตว์เลี้ยง สุกรสดแช่เย็นแช่แข็ง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เตาอบไมโครเวฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ และโทรทัศน์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ รวมถึงถุงมือยางที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

ด้านตลาดส่งออก ตลาดสหรัฐฯ และออสเตรเลีย ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ขณะที่หลายตลาดกลับมาฟื้นตัวเป็นบวกอีกครั้ง โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และมาเลเซีย รวมทั้งตลาดอื่นๆ ที่มีสัดส่วนสำคัญกับการส่งออกไทย ล้วนมีอัตราการหดตัวที่ลดลงมากในเดือนนี้ เช่น อาเซียน (5) และตะวันออกกลาง ในขณะที่การค้าชายแดนของไทย โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV ยังได้รับผลกระทบจากการกลับมาแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่เดือนตุลาคมที่ผ่านมา

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนพฤศจิกายน 2563 การส่งออก มีมูลค่า 18,932.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 3.65 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) การนำเข้า มีมูลค่า 18,880.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 0.99 การค้าเกินดุล 52.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวม 11 เดือนแรกของปี 2563 การส่งออก มีมูลค่า 211,385.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 6.92 ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 187,872.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 13.74 ส่งผลให้ 11 เดือนแรกของปี 2563 การค้าเกินดุล 23,512.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปของเงินบาท เดือนพฤศจิกายน 2563 การส่งออก มีมูลค่า 585,911.03 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 0.65 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 592,369.78 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.98 การค้าขาดดุล 6,458.75 ล้านบาท ภาพรวม 11 เดือนแรกของปี 2563 การส่งออก มีมูลค่า 6,575,690.45 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 6.78 ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 5,920,305.57 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 13.76 ส่งผลให้ 11 เดือนแรกของปี 2563 การค้าเกินดุล 655,384.88 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร หดตัวร้อยละ 2.4 (YoY) เป็นอัตราหดตัวที่ลดลงจากเดือนก่อน สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 32.5 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง



(ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 23.6 ขยายตัว 15 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ อิตาลี มาเลเซีย ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย) **ข้าว** กลับมาขยายตัวร้อยละ 16.7 ในรอบ 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดเบนิน สหรัฐฯ จีน และแอฟริกาใต้) **ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง** กลับมาขยายตัวร้อยละ 14.0 ในรอบ 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ และมาเลเซีย) **สิ่งปรุงรสอาหาร** ขยายตัวร้อยละ 7.8 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และเมียนมา) **ผัก ผลไม้ สดแช่แข็ง กระทบและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 2.0 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ ฮองกง มาเลเซีย และออสเตรเลีย) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **น้ำตาลทราย** หดตัวร้อยละ 74.1 หดตัว 8 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในหลายตลาด อาทิ อินโดนีเซีย กัมพูชา จีน ลาว ฯลฯ แต่ขยายตัวดีในตลาดเวียดนาม) **อาหารทะเลแช่แข็ง กระทบและแปรรูป** หดตัวร้อยละ 10.4 หดตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลีย และแคนาดา แต่ขยายตัวดีในตลาดสหรัฐฯ อียิปต์ เกาหลีใต้ ซาอุดีอาระเบีย และไต้หวัน) **เครื่องดื่ม** หดตัวร้อยละ 8.7 หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดกัมพูชา และเวียดนาม แต่ขยายตัวดีในตลาดเมียนมา จีน ลาว สิงคโปร์ และฮองกง) **ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป** หดตัวร้อยละ 6.6 หดตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร แต่ขยายตัวดีในตลาดจีน สิงคโปร์ และฮองกง) **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563 สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร หดตัวร้อยละ 4.0**

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 2.9 (YoY) หดตัว 7 เดือนต่อเนื่อง **สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ **รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** กลับมาขยายตัวร้อยละ 10.3 ในรอบ 9 เดือน (ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐฯ) **ผลิตภัณฑ์ยาง** ขยายตัวร้อยละ 13.3 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย) **เตาอบไมโครเวฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน** ขยายตัวร้อยละ 41.3 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ แคนาดา ออสเตรเลีย และเมียนมา) **โทรศัพท์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 35.5 ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์) **เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 22.2 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ เกาหลีใต้ และแคนาดา) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 17.0 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย สหรัฐฯ อินเดีย และไต้หวัน) **เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน** ขยายตัวร้อยละ 10.8 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เวียดนาม ออสเตรเลีย และอาร์เจนตินา) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **ทองคำ** หดตัวร้อยละ 42.7 หดตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดกัมพูชา สวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสิงคโปร์ ออสเตรเลีย และฮองกง) **สินค้าเกี่ยวกับน้ำมัน** หดตัวร้อยละ 11.4 หดตัว 23 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ จีน กัมพูชา อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และลาว แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดเวียดนาม ญี่ปุ่น อินเดีย และสหรัฐฯ) **เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** กลับมาหดตัวร้อยละ 7.4 ในรอบ 1 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง จีน เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดมาเลเซีย สิงคโปร์ เยอรมนี และเกาหลีใต้) **อัญมณีและเครื่องประดับไม่รวมทองคำ** หดตัวร้อยละ 28.4 หดตัว 10 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง และเยอรมนี แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดออสเตรเลีย อิตาลี และไต้หวัน) **เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว** หดตัวร้อยละ 11.0 หดตัว 10 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในหลายตลาด อาทิ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ออสเตรเลีย เมียนมา จีน แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดฮองกง) **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563 สินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 6.6**



ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป แม้แนวโน้มการฟื้นตัวจะชะลอลงบ้างจากการกลับมาแพร่ระบาดของของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศ

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้ 1) **ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 5.9** โดยตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวสูงต่อเนื่องร้อยละ 15.4 และญี่ปุ่นกลับมาขยายตัวร้อยละ 5.4 ขณะที่สหภาพยุโรป (15) หดตัวร้อยละ 8.5 2) **ตลาดศักยภาพสูง หดตัวร้อยละ 11.0** โดยการส่งออกไปตลาดจีน อาเซียน (5) และ CLMV หดตัวร้อยละ 8.9 ร้อยละ 15.0 และร้อยละ 13.0 ตามลำดับ ขณะที่เอเชียใต้กลับมาหดตัวเล็กน้อยร้อยละ 1.5 และ 3) **ตลาดศักยภาพระดับรองขยายตัวร้อยละ 4.2** ตามการขยายตัวต่อเนื่องของส่งออกไปที่ทวีปออสเตรเลีย (25) ร้อยละ 23.7 และการกลับมาขยายตัวในทวีปแอฟริการ้อยละ 4.9 และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ร้อยละ 20.8 ขณะที่ตลาดตะวันออกกลาง (15) และลาตินอเมริกาหดตัวร้อยละ 12.1 และร้อยละ 6.6 ตามลำดับ

ตลาดสหรัฐอเมริกา ขยายตัวสูงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ที่ร้อยละ 15.4 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว อาทิ ผลิตภัณฑ์ยาง รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ โทรศัพทและอุปกรณ์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** ขยายตัวร้อยละ 9.0

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 8.9 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องคอมพิวเตอร์ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ยางพารา และผลไม้สด แช่แข็งและแห้ง เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** ขยายตัวร้อยละ 1.5

ตลาดญี่ปุ่น กลับมาขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนที่ร้อยละ 5.4 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ โทรศัพทและอุปกรณ์ ยางพารา และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 8.4

ตลาดสหภาพยุโรป (15) หดตัวร้อยละ 8.5 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง หม้อแปลงไฟฟ้า และโทรศัพทและอุปกรณ์ เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 13.6

ตลาดอาเซียน (5) หดตัวร้อยละ 15.0 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องยนต์สันดาปฯ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ ยางพารา และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 13.2

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ 13.0 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องดื่ม และน้ำตาลทราย เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ เหล็กและผลิตภัณฑ์ เครื่องยนต์สันดาป และเครื่องจักรกล เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 11.6

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ 1.7 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ ฝ้ายผืน และเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ และเม็ดพลาสติก **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 26.2

ตลาดอินเดีย หดตัวร้อยละ 1.3 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรทัศน์และส่วนประกอบ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก และเหล็กและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 28.2

ตลาดลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ 6.6 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ข้าว และเครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 20

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ร้อยละ 23.7 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ อัญมณีและเครื่องประดับ เหล็กและผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 9.1



ตลาดตะวันออกกลาง (15) หดตัวร้อยละ 12.1 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ยางพารา และโทรศัพท์และอุปกรณ์ เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 14.2

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS กลับมาขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 11 เดือนที่ร้อยละ 20.8 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ผลไม้กระป๋อง แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า น้ำมันสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 21.5

ตลาดทวีปแอฟริกา กลับมาขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 16 เดือนที่ร้อยละ 4.9 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ข้าว รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาป เคมีภัณฑ์ และเครื่องจักรกล เป็นต้น **ขณะที่ 11 เดือนแรกของปี 2563** หดตัวร้อยละ 20.7

แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2563 - 2564

การส่งออกไทยได้รับปัจจัยบวกจากความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัวอย่างชัดเจน ในภาพรวม คาดว่าจะส่งผลดีต่อการส่งออกในเดือนสุดท้ายของปี และหากประเทศไทยได้รับมอวัคซินในช่วงกลางปี 2564 ตามกำหนด จะฟื้นคืนความเชื่อมั่นได้เร็วขึ้น และส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจไทยกลับมาขยายตัว ซึ่งจะทำให้สินค้าที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวหลายรายการกลับมาขยายตัวได้อีกครั้ง

ปัจจัยบวกในปี 2564 นอกจากการผลิตและการกระจายวัคซีนแล้ว หลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และภาคการขนส่งสามารถกลับมาดำเนินการได้ตามปกติ คาดว่าความต้องการใช้น้ำมันจะเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันที่ไทยมีสัดส่วนการส่งออกสูงกลับมาขยายตัว **ขณะที่ปัจจัยลบต่อการส่งออก** คือ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่อาจยืดเยื้อและส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อทั่วโลก นอกจากนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดในจังหวัดสมุทรสาครของไทย ที่จะต้องควบคุมไม่ให้เกิดการชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจะกระทบการส่งออกสินค้าอาหารทะเลของไทยได้ นอกจากนี้ ปัจจุบันผู้ส่งออกประสบปัญหาขาดแคลนตู้สินค้า ซึ่งหลังเศรษฐกิจโลกฟื้นตัว ประเทศต่างๆ จะกลับมาส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้น จึงต้องเร่งแก้ปัญหาเพื่อไม่ให้เกิดกระทบการส่งออกในอนาคต ประกอบกับปัญหาเชิงโครงสร้างของสินค้าอุตสาหกรรมไทยที่ยังผลิตโดยใช้เทคโนโลยีเก่า ขณะที่หลายๆ ประเทศเริ่มเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยี หากผู้ประกอบการไม่ปรับตัว หรือประเทศไทยไม่สามารถดึงดูดการลงทุนในสินค้าอุตสาหกรรมใหม่เข้ามาในประเทศ อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกในระยะยาว

การส่งเสริมการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2563 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ได้หารือกับภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนตู้สินค้าเพื่อให้มีเพียงพอต่อความต้องการของผู้ส่งออก รวมถึงการลดค่าธรรมเนียมและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ในด้านการเจรจาการค้า ได้กำชับให้เร่งเจรจาความตกลงการค้าระหว่างประเทศ (FTA) ที่ยังคงค้างอยู่ และเปิดการเจรจา FTA ใหม่ ๆ เช่น ไทย-สหราชอาณาจักร ไทย-ยูเรเชีย ไทย-เอฟต้า อาเซียน-แคนาดา ตลอดจนผลักดันการสร้างหุ้นส่วนพันธมิตรรายมณฑล นอกจากนี้ ได้สั่งการให้ทูตพาณิชย์เร่งหาตลาดและโอกาสในการส่งออกเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มแต้มต่อให้การส่งออกของไทยในปี 2564

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
23 ธันวาคม 2563

