

## ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนเมษายน 2564

การส่งออกไทยฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง มีมูลค่าเหนือระดับ 2 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยในเดือนเมษายน 2564 มีมูลค่า 21,429.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.09 เป็นอัตราการขยายตัวที่สูงที่สุดในรอบ 36 เดือน หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย การส่งออกไทยขยายตัวสูงถึงร้อยละ 25.70 ซึ่งการขยายตัวของการส่งออกไทยเป็นไปตามการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของภาคการผลิตและการส่งออกโลก บ่งชี้จากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ปรับตัวสูงสุดในรอบ 11 ปี อยู่ที่ระดับ 55.8 เป็นผลจากการเร่งตัวขึ้นของดัชนีด้านคำสั่งซื้อสินค้าส่งออกใหม่ (New Export Orders) มาอยู่ที่ระดับ 54.7 (จากระดับ 53.5 ในเดือนก่อน) สะท้อนถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคและความต้องการนำเข้าสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จากการกระจายวัคซีนต้านไวรัสโควิด-19 อย่างทั่วถึงในหลายภูมิภาคของโลก สำหรับการส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 4.78 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 11.58 สะท้อนการเติบโตของภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร เป็นสินค้าที่มีการขยายตัวดี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ยางพารา ผักและผลไม้ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง น้ำมันปาล์ม เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และขยายตัวเกือบทุกรายการ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ เต้าอบไมโครเวฟ ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ และโทรทัศน์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และถุงมือยาง ยังมีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง 4) กลุ่มสินค้าเกี่ยวเนื่องกับภาคการผลิตเริ่มกลับมาฟื้นตัว เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อภาคการผลิตและการส่งออกของไทย และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) มีการขยายตัวในระดับสูงเช่นกัน สะท้อนถึงการขยายตัวของกำลังซื้อในประเทศคู่ค้าได้เป็นอย่างดี

ด้านตลาดส่งออกสำคัญ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับตลาดเอเชียใต้ โดยเฉพาะอินเดีย ที่มีการขยายตัวในระดับสูง เนื่องจากการระบาดของโควิด-19 ภายในประเทศ จึงทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าจำนวนมาก ด้านตลาดอาเซียน (5) ยังหดตัวต่อเนื่องตามการหดตัวของตลาดสิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ขณะที่ตลาดอื่นๆ เช่น CLMV ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา และรัสเซียและ CIS ต่างมีอัตราการขยายตัวในระดับสูงแทบทั้งสิ้น

### มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนเมษายน 2564 การส่งออก มีมูลค่า 21,429.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.09 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) การนำเข้า มีมูลค่า 21,246.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 29.79 ดุลการค้าเกินดุล 182.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมการส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกมีมูลค่า 85,577.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 4.78 การนำเข้ามีมูลค่า 84,879.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.85 ดุลการค้า 4 เดือนแรก เกินดุล 698.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปของเงินบาท เดือนเมษายน 2564 การส่งออก มีมูลค่า 656,592.93 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 6.93 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า 660,063.44 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 22.87 ดุลการค้าขาดดุล 3,470.51 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกมีมูลค่า 2,564,525.07 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.82 การนำเข้า มีมูลค่า 2,580,092.27 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 10.80 ดุลการค้า 4 เดือนแรก ขาดดุล 15,567.20 ล้านบาท



## การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร **ขยายตัวร้อยละ 7.3 (YoY)** ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง **สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 85.2 ขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เกาหลีใต้) **ผัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง** ขยายตัวร้อยละ 22.3 กลับมาขยายตัวในรอบ 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย สหรัฐฯ เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย) **ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง** ขยายตัวร้อยละ 40.0 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดจีน ไต้หวัน มาเลเซีย เกาหลีใต้ และฟิลิปปินส์) **เครื่องดื่ม** ขยายตัวร้อยละ 30.6 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดเมียนมา เวียดนาม จีน ลาว และสิงคโปร์) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 11.3 ขยายตัว 20 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ มาเลเซีย ออสเตรเลีย เวียดนาม และอินเดีย) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ ข้าว หดตัวร้อยละ 53.6 หดตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ แอฟริกาใต้ ฮองกง อินโดนีเซีย และจีน แต่ขยายตัวดีในญี่ปุ่น และเซเนกัล) **น้ำตาลทราย** หดตัวร้อยละ 33.7 หดตัว 13 เดือนต่อเนื่อง (หดตัวในตลาดอินโดนีเซีย เวียดนาม ไต้หวัน สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ แต่ขยายตัวดีในเกาหลีใต้ กัมพูชา ญี่ปุ่น มาเลเซีย และ ศรีลังกา) **อาหารทะเล แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป** หดตัวร้อยละ 12.7 กลับมาหดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลีย แคนาดา และอียิปต์ แต่ขยายตัวดีใน เกาหลีใต้ มาเลเซีย เยอรมัน และ อิตาลี) **ผัก ผลไม้ กระป๋องและแปรรูป** หดตัวร้อยละ 6.8 หดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน และ เกาหลีใต้ แต่ขยายตัวดีในไต้หวัน เยอรมนี และกัมพูชา) ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 6.2

## การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม **ขยายตัวร้อยละ 12.4 (YoY)** ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง **สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ขยายตัวร้อยละ 61.9 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ จีน เวียดนาม มาเลเซีย กัมพูชา อินเดีย ฯลฯ) **รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 135.9 ขยายตัว 6 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ) **ผลิตภัณฑ์ยาง** ขยายตัวร้อยละ 55.5 ขยายตัว 11 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ มาเลเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เวียดนาม) **เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 28.7 ขยายตัว 5 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ ฮองกง จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 72.0 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวแทบทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ เวียดนาม ออสเตรเลีย อินเดีย ไต้หวัน) **เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล** ขยายตัวร้อยละ 29.9 ขยายตัว 3 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 106.5 ขยายตัว 2 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวแทบทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย ออสเตรเลีย จีน) **รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 165.3 ขยายตัว 4 เดือนต่อเนื่อง (ขยายตัวทุกตลาด อาทิ เบลเยียม จีน สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น สหรัฐฯ) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว** หดตัวร้อยละ 3.9 กลับมาหดตัวอีกครั้ง (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ออสเตรเลีย และฮองกง แต่ขยายตัวได้ดีในจีน มาเลเซีย ลาว และเมียนมา) **แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า** หดตัวร้อยละ 4.2 หดตัวในรอบ 19 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์ แต่ขยายตัวได้ดีในสหรัฐฯ เวียดนาม มาเลเซีย เม็กซิโก เกาหลีใต้ และอินเดีย) **เครื่องส่งวิทยุ โทรเลข โทรศัพท์ โทรทัศน์** หดตัวร้อยละ 9.3 หดตัวในรอบ 9 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง ออสเตรเลีย และเยอรมนี แต่ขยายตัวได้ดีในเนเธอร์แลนด์ จีน สิงคโปร์ เดนมาร์ก และญี่ปุ่น) ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2564 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 4.3



## ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญขยายตัวเกือบทุกตลาด และหลายตลาดขยายตัวในระดับสูง สอดคล้องกับการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของภาคการผลิตและการค้าโลก รวมทั้งแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่มีทิศทางปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ตามความคืบหน้าในการใช้วัคซีนป้องกันโควิด-19 ของประเทศคู่ค้า ประกอบกับแรงสนับสนุนจากการใช้นโยบายการเงินและการคลังที่ต่อเนื่องของประเทศเศรษฐกิจหลัก

ภาพรวมการส่งออกในกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุป ดังนี้ 1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 15.8 ตามการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการส่งออกไปสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป (15) ร้อยละ 9.0 ร้อยละ 2.7 และร้อยละ 52.5 ตามลำดับ 2) ตลาดศักยภาพสูง ขยายตัวร้อยละ 18.8 การส่งออกไปจีน เอเชียใต้ และ CLMV ขยายตัวสูงร้อยละ 21.9 ร้อยละ 149.9 และร้อยละ 44.3 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปอาเซียน (5) ยังคงหดตัวร้อยละ 4.4 และ 3) ตลาดศักยภาพระดับรองขยายตัวร้อยละ 47.8 โดยการส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย (25) ลาตินอเมริกา ทวีปแอฟริกา และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวดีต่อเนื่องที่ร้อยละ 39.1 ร้อยละ 82.3 ร้อยละ 25.3 และร้อยละ 50.1 ตามลำดับ และตลาดตะวันออกกลาง (15) กลับมาขยายตัวร้อยละ 65.7

**ตลาดจีน** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ร้อยละ 21.9 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่แข็งและแห้ง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อากาศยานและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ และยางพารา เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 21.0

**ตลาดสหรัฐอเมริกา** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 ร้อยละ 9.0 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ โทรศัพท์และอุปกรณ์ และเครื่องจักรกล เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 11.6

**ตลาดญี่ปุ่น** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ร้อยละ 2.7 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เหล็กและผลิตภัณฑ์ รถยนต์และส่วนประกอบ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ยางพารา และทองแดง เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 5.3

**ตลาดสหภาพยุโรป (15)** ขยายตัวเร่งขึ้นเป็นเดือนที่ 3 ร้อยละ 52.5 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องปรับอากาศ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 16.5

**ตลาดอาเซียน (5)** หดตัวร้อยละ 4.4 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ อากาศยานและส่วนประกอบ น้ำตาลทราย และเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์รักษาผิว เป็นต้น ด้านสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 หดตัวร้อยละ 8.7

**ตลาด CLMV** ขยายตัวเร่งขึ้นจากเดือนก่อนที่ร้อยละ 44.3 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 8.6

**ตลาดเอเชียใต้** ขยายตัวเร่งขึ้นเป็นเดือนที่ 3 ร้อยละ 149.9 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ไขมันและน้ำมันฯ รถยนต์และส่วนประกอบ และ เหล็กและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 28.5

**ตลาดอินเดีย** ขยายตัวขยายตัวเร่งขึ้นเป็นเดือนที่ 3 ร้อยละ 193.0 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ เหล็กและผลิตภัณฑ์ ทองแดง และรถยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 30.2

**ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25)** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 ร้อยละ 39.1 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ เหล็กและผลิตภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 24.4

**ตลาดตะวันออกกลาง (15)** กลับมาขยายตัวในรอบ 3 เดือน ร้อยละ 65.7 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องปรับอากาศ ข้าว และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 10.3



**ตลาดลาตินอเมริกา** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ร้อยละ 82.3 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องยนต์สันดาป และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 19.9

**ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS** ขยายตัวเป็นเดือนที่ 2 ที่ร้อยละ 50.1 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกล ผลิตภัณฑ์ยาง อัญมณีและเครื่องประดับ และตู้เย็นและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 6.0

**ตลาดทวีปแอฟริกา** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ร้อยละ 25.3 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาป ไนมันและน้ำมัน เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 14.1

#### แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี 2564

การส่งออกของไทยในระยะต่อไปคาดว่าจะเห็นภาพการฟื้นตัวที่ชัดเจนขึ้น สะท้อนจาก (1) การขยายตัวของ การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 ในเกือบทุกหมวดสินค้า (2) การส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันที่เริ่มฟื้นตัวตามราคาส่งออก และความต้องการจากประเทศคู่ค้าที่สูงขึ้น (3) แผนการกระจายวัคซีนต้านไวรัสโควิด-19 ที่มีความหลากหลาย เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ช่วยฟื้นความเชื่อมั่นด้านการผลิตและการบริโภค สำหรับแผนส่งเสริมการส่งออกในปี 2564 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มีนโยบายสำคัญ อาทิ การจับคู่ธุรกิจออนไลน์ การเจรจาซื้อขายด้วยระบบออนไลน์โดยส่งสินค้าตัวอย่างไปยังปลายทาง การทำกิจกรรมกับร้านค้าปลีกในต่างประเทศ เช่น ห้างวอลมาร์ตในสหรัฐฯ หรือการจับคู่ธุรกิจเพื่อขายสินค้าฮาลาล เป็นต้น นอกจากนี้ ได้มีมาตรการแก้ไขปัญหาการส่งสินค้าผลไม้ผ่านชายแดนเวียดนามไปยังจีน โดยประสานทางการจีนเพื่อเปิดช่องทางส่งออกผลไม้ให้ไทยเพิ่มขึ้นที่ด่านโฮวอ๊กวน และเปิดด่านตงซิงเพิ่มอีก 1 ด่าน เพื่อให้สามารถส่งออกผลไม้สดไปจีนได้ พร้อมยกระดับมาตรการป้องกันโควิด-19 ในสินค้าผลไม้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้าด้วย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์  
25 พฤษภาคม 2564

