

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนธันวาคม ทั้งปี 2564 และแนวโน้มปี 2565

การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2564 มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 24,930.3 ล้านเหรียญสหรัฐ (810,712 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 24.2 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 23.0 การส่งออกของไทยเติบโตอย่างแข็งแกร่งท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 โดยได้รับอานิสงส์จากการเร่งนำเข้าในหลายประเทศเพื่อสต็อกสินค้าให้ทันช่วงเทศกาลปีใหม่ สถานการณ์อุปทานเซมิคอนดักเตอร์ปรับตัวดีขึ้น และการดำเนินการตามแผนส่งเสริมการส่งออกเชิงรุกของกระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้ การส่งออกทั้งปี 2564 (มกราคม-ธันวาคม) มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 271,173.5 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 17.1 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตสูงที่สุดในรอบ 11 ปี เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 19.8 สะท้อนการเติบโตของภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

การส่งออกไทยในปี 2564 ขยายตัวได้สูงกว่าเป้าหมายที่กระทรวงพาณิชย์ตั้งไว้ที่ร้อยละ 4 กว่า 4 เท่า เป็นผลสำเร็จจากการสนับสนุนอย่างเข้มแข็งตามแผนส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ที่เร่งแก้ไขปัญหามาตรฐานและสร้างโอกาสทางการค้าให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับความต้องการซื้อจากต่างประเทศ และปริมาณการค้าโลกที่ปรับตัวดีขึ้นตามเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัว นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเสริมจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่า และราคาน้ำมันดิบที่ทรงตัวในระดับสูง ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มสินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร เช่น ข้าว ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผักและผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง ไข่สดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ เตาอบไมโครเวฟ ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ 4) สินค้าชั้นกลางหรือสินค้าวัตถุดิบ เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ยางยานพาหนะ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ยังขยายตัวได้ดี

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนธันวาคม 2564 การส่งออก มีมูลค่า 24,930.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 24.2 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 25,284.5 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 33.4 ดุลการค้าขาดดุล 354.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ภาพรวมการส่งออกทั้งปี 2564 การส่งออก มีมูลค่า 271,173.5 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 17.1 การนำเข้า มีมูลค่า 267,600.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 29.8 ดุลการค้า ปี 2564 เกินดุล 3,573.2 ล้านเหรียญสหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนธันวาคม 2564 การส่งออก มีมูลค่า 810,711.8 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 34.5 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 833,237.4 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 44.4 ดุลการค้าขาดดุล 22,525.6 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออกทั้งปี 2564 การส่งออก มีมูลค่า 8,542,102.7 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 18.9 การนำเข้า มีมูลค่า 8,549,082.3 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 32.0 ดุลการค้าปี 2564 ขาดดุล 6,979.6 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 22.4 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 22.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) **ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง** ขยายตัวร้อยละ 48.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม) **ข้าว** ขยายตัวร้อยละ 24.9 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง อังโกลา เซเนกัล โกตดิวัวร์) **ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง** ขยายตัว 23.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 9 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ มาเลเซีย เมียนมา ฟิลิปปินส์) **น้ำตาลทราย** ขยายตัวร้อยละ 123.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย กัมพูชา เกาหลีใต้ ไต้หวัน จีน) **ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 17.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน เนเธอร์แลนด์ มาเลเซีย สิงคโปร์) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 35.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 28 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย อินเดีย) **ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ** ขยายตัวร้อยละ 18.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน กัมพูชา เมียนมา เวียดนาม) **ผลไม้กระป๋องและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 25.8 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย แคนาดา) **ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์** ขยายตัวร้อยละ 169.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย อินเดีย เมียนมา เวียดนาม จีน) สินค้าที่ **หดตัว** ได้แก่ **เครื่องดื่ม** หดตัวร้อยละ 1.4 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดกัมพูชา เมียนมา ลาว และจีน แต่ขยายตัวในตลาดเวียดนาม สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฮองกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) **สุรสด แช่เย็น แช่แข็ง** หดตัวร้อยละ 79.3 หดตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (หดตัวในตลาดฮองกง ลาว และกัมพูชา แต่ขยายตัวดีในตลาดเมียนมา) **ตลอดทั้งปี 2564 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 15.7**

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 24.0 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 45.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน (ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ จีน สหรัฐฯ นิวซีแลนด์) **สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน** ขยายตัวร้อยละ 34.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย) **เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 28.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง จีน เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น) **แผงวงจรไฟฟ้า** ขยายตัวร้อยละ 11.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน (ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ จีน ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย) **เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์** ขยายตัวร้อยละ 28.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย อินเดีย ไต้หวัน) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 29.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 25.8 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ไต้หวัน สิงคโปร์) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **ถুমมีอย่าง** หดตัวร้อยละ 46.7 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น เยอรมนี เบลเยียม แต่ขยายตัวดีในตลาดเนเธอร์แลนด์ โปแลนด์ เกาหลีใต้ ซาอุดีอาระเบีย) **เครื่องซักผ้า เครื่องซักแห้งและส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 8.5 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน แต่ขยายตัวดีในตลาดเวียดนาม ออสเตรเลีย ซิลิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย) **ปูนซีเมนต์** หดตัวร้อยละ 15.4 กลับมาหดตัวอีกครั้ง (หดตัวในตลาดเมียนมา กัมพูชา แต่ขยายตัวดีในตลาดบังกลาเทศ ออสเตรเลีย มาเลเซีย ไต้หวัน) **ตลอดทั้งปี 2564 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 16.0**

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกขยายตัวในทุกตลาดสำคัญ สอดคล้องกับทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุป ดังนี้ 1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 20.8 โดยขยายตัวในตลาด สหรัฐฯ ร้อยละ 36.5 จีน ร้อยละ 14.0 ญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 1.0 อาเซียน (5) ร้อยละ 35.0 CLMV ร้อยละ 11.4 และ สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 19.3 2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 32.5 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 22.9 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 54.4 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 29.5 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 34.1 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 36.5 และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ร้อยละ 45.8 และ 3) ตลาดอื่น ๆ ขยายตัวร้อยละ 32.1

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 36.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ โทรทัศน์และส่วนประกอบ เหล็กและผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 21.5

ตลาดจีน ขยายตัวร้อยละ 14.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง ทองแดง และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 24.8

ตลาดญี่ปุ่น กลับมาขยายตัวร้อยละ 1.0 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก โปलिएสเตอร์ และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 9.5

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 35.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ และน้ำตาลทราย เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 19.4

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 11.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก สายไฟฟ้าและสายเคเบิล และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 14.4

ตลาดสหภาพยุโรป (27) ขยายตัวร้อยละ 19.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์และส่วนประกอบ อากาศยานและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 22.6

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 22.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก ยางพารา และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 52.9

ตลาดอินเดีย ขยายตัวร้อยละ 25.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ ยางพารา ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 55.0

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25) ขยายตัวร้อยละ 54.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์รักษาผิว เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 15.5

ตลาดตะวันออกกลาง (15) ขยายตัวร้อยละ 29.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 9 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ข้าว ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ โทรศัพท์และอุปกรณ์ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 21.3

ตลาดทวีปแอฟริกา (57) ขยายตัวร้อยละ 34.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 12 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ข้าว เม็ดพลาสติก อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และเครื่องยนต์สันดาป เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 25.8

ตลาดลาตินอเมริกา (47) ขยายตัวร้อยละ 36.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ยางพารา เครื่องยนต์สันดาป เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 37.8

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวร้อยละ 45.8 (ขยายตัวต่อเนื่อง 9 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2564** ขยายตัวร้อยละ 31.1

แนวโน้มและแผนส่งเสริมการส่งออกในปี 2565

การส่งออกปี 2565 คาดการณ์ว่าจะขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 3.0 – 4.0 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก (1) การขยายตัวของเศรษฐกิจและการนำเข้าของประเทศคู่ค้า (2) เงินบาทช่วงครึ่งปีแรกมีแนวโน้มอ่อนค่าต่อเนื่องจากแนวโน้มการใช้มาตรการทางการเงินที่เข้มงวดขึ้น (อาทิ สหรัฐและยุโรปมีแนวโน้มปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายและลดมาตรการผ่อนคลายนโยบายการเงิน) รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ลดลง (3) ราคาสินค้าอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมยังคงขยายตัวตามอุปสงค์ที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง (4) จำนวนผู้คอนเทนเนอร์ และเรือขนส่งจะเพิ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงกลางปี 2565 (5) ความรุนแรงของไวรัสโควิด-19 ลดน้อยลง และจะกลายเป็นโรคประจำถิ่น (Endemic) (6) ความตกลง RCEP ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 65 และ (7) การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) สร้างช่องทางการค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดสินค้าไปยังต่างประเทศได้ง่ายและกว้างขวางขึ้น

สำหรับแผนส่งเสริมการส่งออกในปี 2565 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มอบหมายให้หน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ **ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกอย่างต่อเนื่องจากปีก่อน** ได้แก่ (1) เร่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการส่งออก และส่งเสริมแนวทางการส่งออกสินค้าผ่านรูปแบบผสมผสานระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ (รูปแบบไฮบริด) (2) การเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (OBM) และร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งในและต่างประเทศ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทย (3) ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทย (Trust Thailand) รวมถึงแบรนด์สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับ ผ่านตรา Thailand Trust Mark (T Mark) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าอาหาร (4) เจาะตลาดเมืองรอง โดยมีเป้าหมายขยายมูลค่าการค้าการลงทุน และเข้าถึงผู้บริโภคในพื้นที่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยให้มากขึ้น ซึ่งได้ลงนาม MOU หรือ Mini FTA กับเมืองและมณฑลของประเทศเป้าหมายไปแล้ว และ (5) เร่งรัดการเจรจา FTA ที่ค้างค้ำ อาทิ ไทย-ปากีสถาน ไทย-ตุรกี ไทย-ศรีลังกา นอกจากนี้ ยังมี **กิจกรรมส่งเสริมการส่งออกในปี 2565 เพิ่มเติม** ได้แก่ (1) การบุกตลาดเมืองรองในเมืองไต้หวัน โดยจะมีการจัดงาน Top Thai Brand ซึ่งจะเป็นการยกทัพสินค้าแบรนด์ดังระดับโลกของไทยไปร่วมจัดแสดงในงาน Hainan Expo (2) การเจรจา FTA เพิ่มเติม เช่น ไทย-EU ไทย-EFTA ไทย-สหราชอาณาจักร ไทย-สหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย และอาเซียน-แคนาดา (3) การพัฒนาผู้ประกอบการส่งออกในโครงการ Young Exporter from Local to Global เป็นต้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ส่งออกไทย และทำให้ไทยบรรลุเป้าหมายการส่งออกในปีนี้ได้



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
21 มกราคม 2565