

## ประเทศมาเลเซีย



### (1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : กัวลาลัมเปอร์  
เมืองราชการ : ปูตราจายา  
พื้นที่ : 330,252 ตารางกิโลเมตร  
ประชากร : 32 ล้านคน  
เชื้อชาติ : มลายู (ร้อยละ 50.4) มาเลย์จีน (ร้อยละ 23.7)  
ศาสนา : ประชากรกว่าร้อยละ 60 นับถือศาสนาอิสลาม  
ระบอบการปกครอง : สหพันธรัฐ (13 รัฐ และ 3 ดินแดนสหพันธ์)  
ประมุข : สมเด็จพระราชาธิบดีอับดุลละห์ ชาห์ แห่งปะหัง  
นายกรัฐมนตรี : Dato' Seri Anwar bin Ibrahim  
อัตราแลกเปลี่ยน : 1 ริงกิต = 7.6272 บาท  
ทรัพยากรธรรมชาติ : น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ยางพารา เหล็ก แร่บ็อกไซต์  
ดิบูก ปาล์มน้ำมัน

### (2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจมาเลเซีย:

(Source : IMF)	ปี 2022	ปี 2023	ปี 2024
GDP (US\$ bn) Current Prices	434.059	467.459	503.11
GDP Per Capita (US\$)	13,107.88	13,942.62	14,826.03
GDP growth (%)	5.40	4.38	4.917
Inflation (%)	3.23	2.812	2.372
Unemployment Rate (%)	4.45	4.25	4.15

**สินค้าส่งออกที่สำคัญ** : เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สารเคมีและเคมีภัณฑ์ ก๊าซธรรมชาติเหลว โลหะ  
**สินค้านำเข้าที่สำคัญ** : เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สารเคมีและเคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เครื่องจักร อุปกรณ์และส่วนประกอบ โลหะ  
**ตลาดส่งออกที่สำคัญของมาเลเซีย** : จีน สิงคโปร์ สหรัฐฯ ฮองกง ญี่ปุ่น ไทย  
**ตลาดนำเข้าที่สำคัญของมาเลเซีย** : จีน สิงคโปร์ ไต้หวัน สหรัฐฯ (ไทย อันดับที่ 8)

### (3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

**แผนผลักดันการส่งออกเชิงรุกและเชิงลึก (ตลาดอาเซียน) 98 กิจกรรม**

- 1. แผนเชิงรุก 72 กิจกรรม**
  - 1.1 การค้าออนไลน์เพื่อเร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal สู่อเซียน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart (สิงคโปร์)/ Shopee (เวียดนาม) รวมทั้งจัดตั้งร้าน TopThai Store บนแพลตฟอร์ม Klongthai (กัมพูชา) และแพลตฟอร์ม Shopee (มาเลเซีย)
  - 1.2 การเชิญผู้นำเข้าเข้าร่วมกิจกรรม OBM สินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้า BCG สินค้ายางพารา และสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์
  - 1.3 การส่งเสริม Soft Power ส่งเสริมอาหารไทยผ่านช่องทางต่าง ๆ
  - 1.4 จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต
  - 1.5 การประชุม Networking และ การประชุม JTC
- 2. แผนเชิงลึก 26 กิจกรรม**
  - 2.1 การเจาะตลาดเมืองรอง ได้แก่ เมืองพระตะบอง (กัมพูชา)/ แขวงสะหวันนะเขต (สปป.ลาว)/ เมืองมันทะเลย์ (เมียนมา)/ เมืองกว๋างนิงห์ และดานัง (เวียดนาม)/ เมืองปาลาบังและสุราบายา (อินโดนีเซีย)/ เมืองเซบู (ฟิลิปปินส์)
    - จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม) เน้นการจัดงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ครัวเรือน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และความงาม
    - จัดงาน Mini Thailand Week ที่กัมพูชา เมียนมา อินโดนีเซียและเวียดนาม รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในประเทศดังกล่าว
  - 2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาล อาทิ การจัด Thailand Pavilion สินค้าฮาลาล ในงาน MIHAS การประสานความร่วมมือตราสัญลักษณ์ฮาลาล ไทย-อินโดนีเซีย
  - 2.3 ผลักดันสินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ การส่งเสริมสินค้าอาหารไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในตลาดเวียดนามตอนกลาง การเพิ่มช่องทางตลาดในอินโดนีเซียให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ภายใต้โครงการ Study in Thailand การส่งเสริมการขายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในฟิลิปปินส์ ภายใต้โครงการ Think Rice, Think Thailand

**กิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ 2566**

- กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่/แพลตฟอร์มออนไลน์ (ก.ค.-ส.ค. 66)
- งานแสดงสินค้า Mini Thailand Week รัฐบาลฯ (21-24 ก.ย. 66)

### (4) สถานการณ์เศรษฐกิจ/การค้า

- แผนพิมพ์เขียวเศรษฐกิจดิจิทัลระยะเวลา 10 ปี (10-year Digital Economy Blueprint) ใช้เป็นแนวทางเปลี่ยนแปลงมาเลเซียไปสู่ประเทศเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีรายได้สูง และขึ้นเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาค โดยแบ่งการดำเนินการเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย:
  - ระยะที่ 1 (ปี 2564-2565): วางรากฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเตรียมพร้อมให้ภาคส่วนต่าง ๆ สามารถปรับตัวเข้าสู่ระบบดิจิทัล
  - ระยะที่ 2 (ปี 2566-2568): ผลักดันการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล โดยเน้นให้ทุกภาคส่วนธุรกิจและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม
  - ระยะที่ 3 (ปี 2569-2573): วางตำแหน่งให้มาเลเซียเป็นผู้นำด้านดิจิทัลในภูมิภาค ทั้งในด้านการผลิตสินค้าดิจิทัลและการให้บริการด้านดิจิทัล
- รัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อน 5 ด้าน คือ 1. เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น โครงการข่าย 5G และเทคโนโลยี Cloud Computing 2. แสวงหาโอกาสทางการค้าด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีของสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 3. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของแรงงานในประเทศ พร้อมกับดึงดูดผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกัน 4. เร่งปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาประเทศในด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 5. ขยายโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอื่น ๆ นอกเหนือจากแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์
- แผนพิมพ์เขียวการค้าแห่งชาติ (National Trade Blueprint หรือ NTBp) ครอบคลุมระยะเวลา 5 ปี (2564 - 2568) มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้าของมาเลเซียผ่านการพัฒนาระบบนิเวศธุรกิจโดยเฉพาะการส่งออกสินค้า ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก (1) เพิ่มบริษัทส่งออก (2) เพิ่มการส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าสูง (3) เพิ่มความหลากหลายของสินค้าส่งออก (4) เพิ่มประสิทธิภาพระบบนิเวศการส่งออกของประเทศ
- มาเลเซียกำหนดเป้าหมายให้ "อุตสาหกรรมฮาลาล" เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของมาเลเซีย ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 (12MP) ระยะ 5 ปี (2564-2568) มุ่งเน้นการสร้างระบบดิจิทัลแบบองค์รวมและใช้เทคโนโลยีมาเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทั้งระบบ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าฮาลาลของมาเลเซียในตลาดโลก โดยผลักดันแผนแม่บทอุตสาหกรรมฮาลาลปี 2030 (The Halal Industry Master Plan 2030 : HIMP 2030) และแพลตฟอร์มบูรณาการฮาลาล (The Halal Integrated Platform : HIP) เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมฮาลาลภายใต้ระบบนิเวศฮาลาลเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดเล็ กขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

## สรุปการค้าระหว่างไทย-มาเลเซีย

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-พ.ค.)	เป้าหมาย ส่งออก	มูลค่าการค้า (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
			ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023	
(ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 5)	(ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 4)	(%)		ม.ค.-พ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-พ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-พ.ค.	+/- (%)
		4	27,196.66	10,940.96	-4.53	12,687.24	4,851.65	-8.6	14,509.42	6,089.31	-1.03
			949,306.44	373,273.23	-1.86	439,665.10	164,331.33	-6.02	509,641.34	208,941.90	1.69

รายการ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-พ.ค.)	2023 (ม.ค.-พ.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-พ.ค.)	2023 (ม.ค.-พ.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-พ.ค.)	2023 (ม.ค.-พ.ค.)
ไทย - มาเลเซีย (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	24,088.05	27,196.66	11,460.31	10,940.96	27.59	12.91	18.08	-4.53	4.47	4.61	4.61	4.58
การส่งออก	12,076.06	12,687.24	5,307.92	4,851.65	38.26	5.06	7.86	-8.6	4.44	4.42	4.33	4.17
การนำเข้า	12,011.99	14,509.42	6,152.39	6,089.31	18.41	20.79	28.59	-1.03	4.5	4.79	4.89	4.96
ไทย - มาเลเซีย (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	764,465.54	949,306.44	380,333.70	373,273.23	29.8	24.18	28.87	-1.86	4.47	4.61	4.62	4.58
การส่งออก	380,778.20	439,665.10	174,866.16	164,331.33	40.78	15.46	17.68	-6.02	4.44	4.42	4.33	4.17
การนำเข้า	383,687.34	509,641.34	205,467.54	208,941.90	20.47	32.83	40.23	1.69	4.5	4.79	4.89	4.96

### สินค้าส่งออกหลักของไทย - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-พ.ค.	ปี 2023 ม.ค.-พ.ค.	+/- (%) ม.ค.-พ.ค.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,513.10	610.01	750.20	22.98
	52,628.87	20,075.83	25,399.86	26.52
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	667.09	215.39	324.56	50.68
	23,302.26	7,083.50	11,001.52	55.31
3. น้ำมันสำเร็จรูป	1,091.42	424.90	322.55	-24.09
	37,891.83	13,984.65	10,958.74	-21.64
4. แผงวงจรไฟฟ้า	645.43	272.30	239.17	-12.17
	22,399.32	8,978.85	8,109.45	-9.68
5. เคมีภัณฑ์	451.43	215.25	219.95	2.18
	15,568.56	7,095.58	7,455.78	5.08
6. ผลิตภัณฑ์ยาง	410.48	176.14	160.92	-8.64
	14,208.22	5,797.47	5,450.45	-5.99
7. ยางพารา	658.79	357.76	159.09	-55.53
	22,535.40	11,781.81	5,389.86	-54.25
8. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	396.86	187.64	152.03	-18.98
	13,708.35	6,187.26	5,151.66	-16.74
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	334.29	136.65	138.28	1.19
	11,598.02	4,502.25	4,685.62	4.07
10. สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ	470.45	214.54	137.62	-35.85
	16,260.28	7,110.78	4,680.11	-34.18
รวมทั้งสิ้น	12,687.24	5,307.92	4,851.65	-8.6
	439,665.10	174,866.16	164,331.33	-6.02

### สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-พ.ค.	ปี 2023 ม.ค.-พ.ค.	+/- (%) ม.ค.-พ.ค.
1. น้ำมันดิบ	2,161.98	890.49	1,163.55	30.66
	76,182.64	29,739.56	39,808.86	33.86
2. แผงวงจรไฟฟ้า	1,291.35	470.64	761.40	61.78
	45,619.65	15,722.54	26,207.07	66.68
3. เคมีภัณฑ์	1,716.46	767.37	678.39	-11.6
	60,090.08	25,614.36	23,261.55	-9.19
4. ก๊าซธรรมชาติ	1,308.42	508.70	458.00	-9.97
	46,065.54	17,053.59	15,740.21	-7.7
5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	971.22	446.52	351.40	-21.3
	33,983.09	14,897.86	12,059.58	-19.05
6. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,178.68	568.86	343.22	-39.67
	41,153.87	19,021.78	11,766.43	-38.14
7. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	474.43	232.64	191.77	-17.57
	16,535.48	7,771.02	6,577.88	-15.35
8. น้ำมันสำเร็จรูป	426.87	126.18	172.78	36.93
	15,463.60	4,209.05	5,994.32	42.42
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	453.21	210.62	154.01	-26.88
	15,830.58	7,018.63	5,279.92	-24.77
10. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	393.96	156.37	135.62	-13.27
	13,805.98	5,232.99	4,655.38	-11.04
รวมทั้งสิ้น	14,509.42	6,152.39	6,089.31	-1.03
	509,641.34	205,467.54	208,941.90	1.69

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร