

## 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 = 7.7716 บาท  
ทรัพยากรธรรมชาติ : น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ยางพารา เหล็ก แร่บ็อกไซต์  
ดีบุก 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 KLANGTHAI (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 (รอยืนยัน)

### (4) สถานการณ์เศรษฐกิจ/การค้า

- แผนพิมพ์เขียวเศรษฐกิจดิจิทัลระยะเวลา 10 ปี (10-year Digital Economy Blueprint) ใช้เป็นแนวทางเปลี่ยนแปลงมาเลเซียไปสู่ประเทศเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีรายได้สูงและขึ้นเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาค โดยแบ่งการดำเนินการเป็น 3 ระยะประกอบด้วย:
  - 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. แสวงหาโอกาสทางการค้าด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีของสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 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 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดเล็ขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

## สรุปการค้าระหว่างไทย-มาเลเซีย

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-มี.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.-มี.ค.	+/- (%)		ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)		ม.ค.-มี.ค.	+/- (%)
		4	27,196.66	6,692.43	-0.77	12,687.24	2,910.74	-9.25	14,509.42	3,781.69	6.92
		4	949,306.44	227,649.25	2.62	439,665.10	98,243.55	-6.23	509,641.34	129,405.70	10.54

รายการ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-มี.ค.)	2023 (ม.ค.-มี.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-มี.ค.)	2023 (ม.ค.-มี.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-มี.ค.)	2023 (ม.ค.-มี.ค.)
ไทย - มาเลเซีย (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	24,088.05	27,196.66	6,744.48	6,692.43	27.59	12.91	19.95	-0.77	4.47	4.61	4.58	4.66
การส่งออก	12,076.06	12,687.24	3,207.54	2,910.74	38.26	5.06	12.29	-9.25	4.44	4.42	4.36	4.14
การนำเข้า	12,011.99	14,509.42	3,536.94	3,781.69	18.41	20.79	27.86	6.92	4.5	4.79	4.8	5.16
ไทย - มาเลเซีย (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	764,465.54	949,306.44	221,836.68	227,649.25	29.8	24.18	31.71	2.62	4.47	4.61	4.58	4.66
การส่งออก	380,778.20	439,665.10	104,773.84	98,243.55	40.78	15.46	23.32	-6.23	4.44	4.42	4.37	4.14
การนำเข้า	383,687.34	509,641.34	117,062.84	129,405.70	20.47	32.83	40.24	10.54	4.5	4.79	4.8	5.16

### สินค้าส่งออกหลักของไทย - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-มี.ค.	ปี 2023 ม.ค.-มี.ค.	+/- (%) ม.ค.-มี.ค.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,513.10	402.19	461.05	14.63
	52,628.87	13,138.78	15,554.54	18.39
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	667.09	150.82	216.12	43.3
	23,302.26	4,927.23	7,308.91	48.34
3. น้ำมันสำเร็จรูป	1,091.42	215.52	191.47	-11.16
	37,891.83	6,996.66	6,498.73	-7.12
4. แผงวงจรไฟฟ้า	645.43	161.10	145.53	-9.66
	22,399.32	5,266.45	4,920.50	-6.57
5. เคมีภัณฑ์	451.43	125.38	130.39	4
	15,568.56	4,095.94	4,406.82	7.59
6. ยางพารา	658.79	221.07	101.55	-54.06
	22,535.40	7,221.63	3,430.59	-52.5
7. ผลิตภัณฑ์ยาง	410.48	108.76	100.02	-8.04
	14,208.22	3,548.59	3,377.17	-4.83
8. น้ำมันดิบ	445.13	165.78	96.80	-41.61
	15,302.54	5,426.66	3,187.14	-41.27
9. เม็ดพลาสติก	417.01	129.25	84.84	-34.36
	14,361.46	4,224.39	2,866.46	-32.14
10. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	396.86	102.52	83.94	-18.12
	13,708.35	3,345.36	2,833.72	-15.29
รวมทั้งสิ้น	12,687.24	3,207.54	2,910.74	-9.25
	439,665.10	104,773.84	98,243.55	-6.23

### สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-มี.ค.	ปี 2023 ม.ค.-มี.ค.	+/- (%) ม.ค.-มี.ค.
1. น้ำมันดิบ	2,161.98	515.36	723.95	40.47
	76,182.64	17,052.38	24,661.53	44.62
2. เคมีภัณฑ์	1,716.46	425.65	446.36	4.87
	60,090.08	14,068.56	15,266.10	8.51
3. แผงวงจรไฟฟ้า	1,291.35	267.44	439.36	64.28
	45,619.65	8,854.44	15,104.81	70.59
4. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	971.22	273.10	229.31	-16.03
	33,983.09	9,039.23	7,851.44	-13.14
5. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,178.68	328.35	227.55	-30.7
	41,153.87	10,891.40	7,781.52	-28.55
6. ก๊าซธรรมชาติ	1,308.42	167.91	194.68	15.94
	46,065.54	5,525.60	6,657.88	20.49
7. น้ำมันสำเร็จรูป	426.87	90.56	153.29	69.27
	15,463.60	3,006.88	5,322.71	77.02
8. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	474.43	150.77	113.35	-24.82
	16,535.48	5,003.45	3,875.41	-22.55
9. เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ	29.39	1.26	97.56	7642.86
	1,028.08	42.58	3,366.83	7807.07
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	453.21	142.02	93.00	-34.52
	15,830.58	4,700.58	3,176.59	-32.42
รวมทั้งสิ้น	14,509.42	3,536.94	3,781.69	6.92
	509,641.34	117,062.84	129,405.70	10.54

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร