

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 = 7.6474 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 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)/ เมืองกว่างนิงห์ 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) 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.-เม.ย.)	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.-เม.ย.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)
		4	27,196.66	8,565.94	-5.56	12,687.24	3,759.86	-11.96	14,509.42	4,806.08	0.14
		4	949,306.44	291,703.65	-2.67	439,665.10	127,082.28	-9.31	509,641.34	164,621.37	3.16

รายการ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-เม.ย.)	2023 (ม.ค.-เม.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-เม.ย.)	2023 (ม.ค.-เม.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-เม.ย.)	2023 (ม.ค.-เม.ย.)
ไทย - มาเลเซีย (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	24,088.05	27,196.66	9,070.09	8,565.94	27.59	12.91	17.59	-5.56	4.47	4.61	4.63	4.54
การส่งออก	12,076.06	12,687.24	4,270.56	3,759.86	38.26	5.06	10.42	-11.96	4.44	4.42	4.4	4.09
การนำเข้า	12,011.99	14,509.42	4,799.53	4,806.08	18.41	20.79	24.8	0.14	4.5	4.79	4.86	4.98
ไทย - มาเลเซีย (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	764,465.54	949,306.44	299,697.62	291,703.65	29.8	24.18	28.66	-2.67	4.47	4.61	4.64	4.55
การส่งออก	380,778.20	439,665.10	140,121.84	127,082.28	40.78	15.46	20.86	-9.31	4.44	4.42	4.4	4.08
การนำเข้า	383,687.34	509,641.34	159,575.78	164,621.37	20.47	32.83	36.38	3.16	4.5	4.79	4.86	4.98

สินค้าส่งออกหลักของไทย - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-เม.ย.	ปี 2023 ม.ค.-เม.ย.	+/- (%) ม.ค.-เม.ย.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	1,513.10	499.77	587.62	17.58
	52,628.87	16,383.53	19,853.30	21.18
2. น้ำมันสำเร็จรูป	1,091.42	318.07	269.81	-15.17
	37,891.83	10,406.71	9,159.49	-11.98
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	667.09	177.28	261.41	47.46
	23,302.26	5,807.34	8,846.82	52.34
4. แผงวงจรไฟฟ้า	645.43	210.95	184.34	-12.61
	22,399.32	6,923.96	6,238.67	-9.9
5. เคมีภัณฑ์	451.43	167.69	172.95	3.14
	15,568.56	5,502.95	5,852.25	6.35
6. ผลิตภัณฑ์ยาง	410.48	140.95	129.12	-8.39
	14,208.22	4,618.78	4,365.71	-5.48
7. ยางพารา	658.79	295.36	127.36	-56.88
	22,535.40	9,691.88	4,307.36	-55.56
8. น้ำมันดิบ	445.13	165.78	120.21	-27.49
	15,302.54	5,426.66	3,982.22	-26.62
9. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	396.86	139.62	117.05	-16.17
	13,708.35	4,578.86	3,958.13	-13.56
10. เม็ดพลาสติก	417.01	166.69	109.04	-34.59
	14,361.46	5,469.51	3,688.28	-32.57
รวมทั้งสิ้น	12,687.24	4,270.56	3,759.86	-11.96
	439,665.10	140,121.84	127,082.28	-9.31

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-เม.ย.	ปี 2023 ม.ค.-เม.ย.	+/- (%) ม.ค.-เม.ย.
1. น้ำมันดิบ	2,161.98	667.55	944.37	41.47
	76,182.64	22,177.08	32,238.96	45.37
2. แผงวงจรไฟฟ้า	1,291.35	366.96	566.85	54.47
	45,619.65	12,205.41	19,487.69	59.66
3. เคมีภัณฑ์	1,716.46	608.95	559.35	-8.15
	60,090.08	20,240.32	19,150.20	-5.39
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,178.68	441.01	290.02	-34.24
	41,153.87	14,684.70	9,929.03	-32.39
5. เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	971.22	370.06	281.68	-23.88
	33,983.09	12,304.11	9,651.61	-21.56
6. ก๊าซธรรมชาติ	1,308.42	297.39	270.46	-9.06
	46,065.54	9,885.31	9,263.04	-6.29
7. น้ำมันสำเร็จรูป	426.87	115.93	162.33	40.02
	15,463.60	3,861.32	5,633.50	45.9
8. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	474.43	189.00	149.73	-20.78
	16,535.48	6,290.57	5,125.97	-18.51
9. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ	453.21	176.88	116.91	-33.9
	15,830.58	5,874.19	3,998.57	-31.93
10. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	393.96	130.57	116.86	-10.5
	13,805.98	4,357.94	4,007.42	-8.04
รวมทั้งสิ้น	14,509.42	4,799.53	4,806.08	0.14
	509,641.34	159,575.78	164,621.37	3.16

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร