

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 = 7.6858 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)/ 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 รัฐบาลบาหลี (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 ทั้งในส่วนการผลิตสินค้าดิจิทัลและการให้บริการด้านดิจิทัล
- 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.-มิ.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.-มิ.ย.	+/- (%)		ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%)		ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%)
		4	27,048.83	12,990.05	-6.57	12,672.15	5,881.40	-8.7	14,376.68	7,108.65	-4.73
			943,969.30	443,762.79	-4.44	439,167.20	199,543.60	-6.58	504,802.10	244,219.19	-2.61

รายการ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-มิ.ย.)	2023 (ม.ค.-มิ.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-มิ.ย.)	2023 (ม.ค.-มิ.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-มิ.ย.)	2023 (ม.ค.-มิ.ย.)
ไทย - มาเลเซีย (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	24,088.05	27,048.83	13,903.72	12,990.05	27.59	12.29	18.61	-6.57	4.47	4.6	4.6	4.5
การส่งออก	12,076.06	12,672.15	6,441.94	5,881.40	38.26	4.94	9.87	-8.7	4.44	4.41	4.32	4.17
การนำเข้า	12,011.99	14,376.68	7,461.78	7,108.65	18.41	19.69	27.35	-4.73	4.5	4.78	4.88	4.82
ไทย - มาเลเซีย (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	764,465.54	943,969.30	464,376.48	443,762.79	29.8	23.48	29.57	-4.44	4.47	4.6	4.61	4.5
การส่งออก	380,778.20	439,167.20	213,604.39	199,543.60	40.78	15.33	20.04	-6.58	4.44	4.41	4.32	4.17
การนำเข้า	383,687.34	504,802.10	250,772.09	244,219.19	20.47	31.57	38.96	-2.61	4.5	4.78	4.88	4.82

สินค้าส่งออกหลักของไทย - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-มิ.ย.	ปี 2023 ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%) ม.ค.-มิ.ย.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,513.99	727.34	890.11	22.38
	52,660.50	24,084.72	30,184.06	25.32
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	667.02	288.98	415.19	43.67
	23,299.51	9,598.16	14,100.68	46.91
3. น้ำมันสำเร็จรูป	1,091.37	497.21	373.21	-24.94
	37,888.48	16,455.30	12,691.31	-22.87
4. แผงวงจรไฟฟ้า	645.43	326.19	292.48	-10.33
	22,399.32	10,820.11	9,932.30	-8.21
5. เคมีภัณฑ์	450.75	256.93	254.67	-0.88
	15,544.93	8,520.11	8,642.94	1.44
6. น้ำตาลทราย	192.27	83.91	224.53	167.58
	6,642.23	2,766.37	7,625.52	175.65
7. ผลิตภัณฑ์ยาง	410.42	213.39	195.59	-8.34
	14,206.56	7,070.56	6,635.94	-6.15
8. ยางพารา	658.80	421.99	186.76	-55.74
	22,535.59	13,976.50	6,335.89	-54.67
9. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	396.90	218.97	174.72	-20.21
	13,709.90	7,257.67	5,927.45	-18.33
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	334.29	167.12	168.09	0.58
	11,598.06	5,543.26	5,704.98	2.92
รวมทั้งสิ้น	12,672.15	6,441.94	5,881.40	-8.7
	439,167.20	213,604.39	199,543.60	-6.58

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-มิ.ย.	ปี 2023 ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%) ม.ค.-มิ.ย.
1. น้ำมันดิบ	2,051.94	1,132.40	1,251.72	10.54
	72,180.23	38,113.88	42,860.30	12.45
2. แผงวงจรไฟฟ้า	1,291.07	566.42	875.57	54.58
	45,610.49	19,035.96	30,158.31	58.43
3. เคมีภัณฑ์	1,711.15	912.03	786.34	-13.78
	59,895.76	30,618.43	26,997.73	-11.83
4. ก๊าซธรรมชาติ	1,306.54	616.89	610.71	-1
	45,997.68	20,796.22	21,025.26	1.1
5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	978.48	530.00	410.02	-22.64
	34,235.33	17,780.90	14,088.44	-20.77
6. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,178.37	670.26	394.80	-41.1
	41,142.95	22,529.73	13,551.46	-39.85
7. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	474.43	275.23	226.83	-17.59
	16,535.44	9,244.15	7,791.30	-15.72
8. น้ำมันสำเร็จรูป	411.58	126.32	213.73	69.2
	14,895.66	4,213.83	7,411.73	75.89
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	452.28	246.94	194.05	-21.42
	15,798.71	8,275.73	6,665.52	-19.46
10. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	396.83	231.74	149.55	-35.47
	13,905.20	7,840.45	5,137.52	-34.47
รวมทั้งสิ้น	14,376.68	7,461.78	7,108.65	-4.73
	504,802.10	250,772.09	244,219.19	-2.61

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร