

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 = 7.7903 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 : สิงคโปร์ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย
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 รัฐบาล (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 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดเล็ กขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

สรุปการค้าระหว่างไทย-มาเลเซีย

| ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.) | ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-ธ.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.-ธ.ค. | +/- (%) | | ม.ค.-ธ.ค. | +/- (%) | | ม.ค.-ธ.ค. | +/- (%) |
| | | 4 | 27,048.83 | 17,077.90 | -8.38 | 12,672.15 | 7,883.25 | -10.78 | 14,376.68 | 9,194.65 | -6.23 |
| | | 4 | 943,969.30 | 584,637.93 | -7.85 | 439,167.20 | 268,077.66 | -10.36 | 504,802.10 | 316,560.27 | -5.61 |

| รายการ | มูลค่า | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | | | สัดส่วน (%) | | | |
|---------------------------|------------|------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------|---------------------|---------------------|-------------|------|---------------------|---------------------|
| | 2021 | 2022 | 2022 (ม.ค.-ธ.ค.) | 2023 (ม.ค.-ธ.ค.) | 2021 | 2022 | 2022 (ม.ค.-ธ.ค.) | 2023 (ม.ค.-ธ.ค.) | 2021 | 2022 | 2022 (ม.ค.-ธ.ค.) | 2023 (ม.ค.-ธ.ค.) |
| ไทย - มาเลเซีย (ล้าน USD) | | | | | | | | | | | | |
| มูลค่าการค้า | 24,088.05 | 27,048.83 | 18,640.81 | 17,077.90 | 27.59 | 12.29 | 22.09 | -8.38 | 4.47 | 4.6 | 4.62 | 4.46 |
| การส่งออก | 12,076.06 | 12,672.15 | 8,835.57 | 7,883.25 | 38.26 | 4.94 | 17.79 | -10.78 | 4.44 | 4.41 | 4.5 | 4.2 |
| การนำเข้า | 12,011.99 | 14,376.68 | 9,805.24 | 9,194.65 | 18.41 | 19.69 | 26.24 | -6.23 | 4.5 | 4.78 | 4.73 | 4.7 |
| ไทย - มาเลเซีย (ล้านบาท) | | | | | | | | | | | | |
| มูลค่าการค้า | 764,465.54 | 943,969.30 | 634,450.40 | 584,637.93 | 29.8 | 23.48 | 34.31 | -7.85 | 4.47 | 4.6 | 4.62 | 4.46 |
| การส่งออก | 380,778.20 | 439,167.20 | 299,061.38 | 268,077.66 | 40.78 | 15.33 | 29.88 | -10.36 | 4.44 | 4.41 | 4.51 | 4.2 |
| การนำเข้า | 383,687.34 | 504,802.10 | 335,389.02 | 316,560.27 | 20.47 | 31.57 | 38.51 | -5.61 | 4.5 | 4.78 | 4.72 | 4.7 |

สินค้าส่งออกหลักของไทย - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

| สินค้า | ปี 2022 | ปี 2022 ม.ค.-ธ.ค. | ปี 2023 ม.ค.-ธ.ค. | +/- (%) ม.ค.-ธ.ค. |
|--|------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 1,513.99 | 977.76 | 1,227.45 | 25.54 |
| | 52,660.50 | 33,060.20 | 41,750.97 | 26.29 |
| 2. น้ำมันสำเร็จรูป | 1,091.37 | 764.68 | 526.70 | -31.12 |
| | 37,888.48 | 25,952.13 | 17,932.33 | -30.9 |
| 3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 667.02 | 420.90 | 519.53 | 23.43 |
| | 23,299.51 | 14,318.44 | 17,669.71 | 23.41 |
| 4. แผงวงจรไฟฟ้า | 645.43 | 426.00 | 396.02 | -7.04 |
| | 22,399.32 | 14,398.69 | 13,473.93 | -6.42 |
| 5. เคมีภัณฑ์ | 450.75 | 336.03 | 319.00 | -5.07 |
| | 15,544.93 | 11,339.55 | 10,840.26 | -4.4 |
| 6. ผลิตภัณฑ์ยาง | 410.42 | 286.13 | 257.62 | -9.96 |
| | 14,206.56 | 9,672.64 | 8,761.16 | -9.42 |
| 7. น้ำตาลทราย | 192.27 | 176.83 | 253.37 | 43.28 |
| | 6,642.23 | 6,079.95 | 8,611.24 | 41.63 |
| 8. ยางพารา | 658.80 | 521.34 | 246.26 | -52.76 |
| | 22,535.59 | 17,524.11 | 8,373.56 | -52.22 |
| 9. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ | 396.90 | 278.39 | 236.17 | -15.17 |
| | 13,709.90 | 9,378.13 | 8,032.28 | -14.35 |
| 10. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ | 470.45 | 406.28 | 217.70 | -46.42 |
| | 16,260.29 | 13,923.61 | 7,415.11 | -46.74 |
| รวมทั้งสิ้น | 12,672.15 | 8,835.57 | 7,883.25 | -10.78 |
| | 439,167.20 | 299,061.38 | 268,077.66 | -10.36 |

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

| สินค้า | ปี 2022 | ปี 2022 ม.ค.-ธ.ค. | ปี 2023 ม.ค.-ธ.ค. | +/- (%) ม.ค.-ธ.ค. |
|--|------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1. น้ำมันดิบ | 2,051.94 | 1,328.55 | 1,747.26 | 31.52 |
| | 72,180.23 | 45,181.99 | 60,076.76 | 32.97 |
| 2. แผงวงจรไฟฟ้า | 1,291.07 | 795.49 | 1,075.62 | 35.21 |
| | 45,610.49 | 27,329.56 | 37,094.53 | 35.73 |
| 3. เคมีภัณฑ์ | 1,711.15 | 1,198.53 | 987.47 | -17.61 |
| | 59,895.76 | 40,971.94 | 33,971.18 | -17.09 |
| 4. ก๊าซธรรมชาติ | 1,306.54 | 898.19 | 754.27 | -16.02 |
| | 45,997.68 | 30,837.47 | 25,994.55 | -15.7 |
| 5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ | 978.48 | 690.37 | 542.45 | -21.43 |
| | 34,235.33 | 23,590.85 | 18,676.04 | -20.83 |
| 6. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 1,178.37 | 898.64 | 523.27 | -41.77 |
| | 41,142.95 | 30,785.63 | 18,006.45 | -41.51 |
| 7. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ | 474.43 | 350.96 | 285.25 | -18.72 |
| | 16,535.44 | 11,978.11 | 9,815.61 | -18.05 |
| 8. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ | 452.28 | 314.23 | 261.40 | -16.81 |
| | 15,798.71 | 10,707.91 | 9,001.47 | -15.94 |
| 9. น้ำมันสำเร็จรูป | 411.58 | 160.48 | 261.19 | 62.76 |
| | 14,895.66 | 5,443.02 | 9,064.08 | 66.53 |
| 10. ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์ | 346.25 | 272.52 | 185.45 | -31.95 |
| | 12,096.71 | 9,369.05 | 6,369.90 | -32.01 |
| รวมทั้งสิ้น | 14,376.68 | 9,805.24 | 9,194.65 | -6.23 |
| | 504,802.10 | 335,389.02 | 316,560.27 | -5.61 |

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร