

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 = 7.6703 บาท (อัตราขายเฉลี่ย วันที่ 24/10/66)
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 : 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 ของใช้ในครัวเรือน 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 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 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดเล็ ขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

สรุปการค้าระหว่างไทย-มาเลเซีย

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-ก.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.-ก.ย.	+/- (%)		ม.ค.-ก.ย.	+/- (%)		ม.ค.-ก.ย.	+/- (%)
		4	27,048.83	18,987.88	-7.95	12,672.15	8,834.90	-10.34	14,376.68	10,152.98	-5.77
		4	943,969.30	651,657.47	-7.66	439,167.20	301,273.42	-10.17	504,802.10	350,384.05	-5.39

รายการ	มูลค่า				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-ก.ย.)	2023 (ม.ค.-ก.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-ก.ย.)	2023 (ม.ค.-ก.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-ก.ย.)	2023 (ม.ค.-ก.ย.)
ไทย - มาเลเซีย (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	24,088.05	27,048.83	20,628.64	18,987.88	27.59	12.29	20.07	-7.95	4.47	4.6	4.54	4.4
การส่งออก	12,076.06	12,672.15	9,854.13	8,834.90	38.26	4.94	16.33	-10.34	4.44	4.41	4.45	4.15
การนำเข้า	12,011.99	14,376.68	10,774.51	10,152.98	18.41	19.69	23.71	-5.77	4.5	4.78	4.63	4.64
ไทย - มาเลเซีย (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	764,465.54	943,969.30	705,728.54	651,657.47	29.8	23.48	31.69	-7.66	4.47	4.6	4.54	4.4
การส่งออก	380,778.20	439,167.20	335,373.22	301,273.42	40.78	15.33	27.87	-10.17	4.44	4.41	4.46	4.14
การนำเข้า	383,687.34	504,802.10	370,355.32	350,384.05	20.47	31.57	35.34	-5.39	4.5	4.78	4.61	4.64

สินค้าส่งออกหลักของไทย - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-ก.ย.	ปี 2023 ม.ค.-ก.ย.	+/- (%) ม.ค.-ก.ย.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,513.99	1,111.65	1,383.39	24.44
	52,660.50	37,833.68	47,190.43	24.73
2. น้ำมันสำเร็จรูป	1,091.37	840.86	614.24	-26.95
	37,888.48	28,668.04	20,985.85	-26.8
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	667.02	496.43	570.57	14.93
	23,299.51	17,011.01	19,449.92	14.34
4. แผงวงจรไฟฟ้า	645.43	491.71	444.83	-9.53
	22,399.32	16,741.20	15,176.55	-9.35
5. เคมีภัณฑ์	450.75	365.85	347.22	-5.09
	15,544.93	12,402.66	11,824.45	-4.66
6. ผลิตภัณฑ์ยาง	410.42	319.56	290.38	-9.13
	14,206.56	10,864.56	9,904.09	-8.84
7. ยางพารา	658.80	561.31	273.43	-51.29
	22,535.59	18,948.78	9,321.26	-50.81
8. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	396.90	310.97	265.15	-14.73
	13,709.90	10,539.67	9,043.30	-14.2
9. น้ำตาลทราย	192.27	181.88	256.48	41.02
	6,642.23	6,259.89	8,719.84	39.3
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	334.29	258.17	245.07	-5.07
	11,598.06	8,790.74	8,358.25	-4.92
รวมทั้งสิ้น	12,672.15	9,854.13	8,834.90	-10.34
	439,167.20	335,373.22	301,273.42	-10.17

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - มาเลเซีย

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 ม.ค.-ก.ย.	ปี 2023 ม.ค.-ก.ย.	+/- (%) ม.ค.-ก.ย.
1. น้ำมันดิบ	2,051.94	1,402.41	1,918.63	36.81
	72,180.23	47,846.18	66,125.28	38.2
2. แผงวงจรไฟฟ้า	1,291.07	914.80	1,168.95	27.78
	45,610.49	31,633.94	40,388.68	27.68
3. เคมีภัณฑ์	1,711.15	1,350.81	1,088.17	-19.44
	59,895.76	46,465.28	37,525.49	-19.24
4. ก๊าซธรรมชาติ	1,306.54	898.19	838.98	-6.59
	45,997.68	30,837.47	28,984.20	-6.01
5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	978.48	766.69	609.30	-20.53
	34,235.33	26,344.18	21,035.40	-20.15
6. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,178.37	985.16	578.66	-41.26
	41,142.95	33,906.72	19,961.43	-41.13
7. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	474.43	387.98	309.74	-20.17
	16,535.44	13,313.59	10,679.93	-19.78
8. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	452.28	348.05	297.25	-14.6
	15,798.71	11,928.27	10,266.75	-13.93
9. น้ำมันสำเร็จรูป	411.58	191.18	265.96	39.11
	14,895.66	6,550.39	9,232.29	40.94
10. เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การแพทย์	332.66	261.40	205.62	-21.34
	11,639.55	8,987.67	7,106.52	-20.93
รวมทั้งสิ้น	14,376.68	10,774.51	10,152.98	-5.77
	504,802.10	370,355.32	350,384.05	-5.39

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร