

ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา



(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : กรุงเนปีดอร์
 พื้นที่ : ประมาณ 677,000 ตารางกิโลเมตร
 ประชากร : 54.83 ล้านคน
 เมืองสำคัญ : ย่างกุ้ง / มัณฑะเลย์
 ภาษาราชการ : ภาษาเมียนมา
 ระบอบการปกครอง : สาธารณรัฐแบบประธานาธิบดี
 ประมุข/ประธานาธิบดี: นาย มินอ่วย รักษาการประธานาธิบดีชั่วคราว (1 ก.พ.64)
 ประธานสภาบริหารแห่งรัฐ : พลเอกอาวุโส มิน อ่อง หล่าย (1 ก.พ.64)
 อัตราแลกเปลี่ยน : 1 USD เท่ากับ 2,093.70 MMK (จ๊าด) (ณ วันที่ 22 ต.ค. 65)
 ทรัพยากรธรรมชาติ : น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ อัญมณี แร่ธาตุ ป่าไม้ ประมง

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจเมียนมา

(Source IMF)	ปี 2021	ปี 2022	ปี 2023
GDP (US\$bn) Current Prices	66.74	63.05	66.59
GDP Per Capita (US\$)	1,246.32	1,170.09	1,228.54
GDP growth (%)	-17.94	-0.06	2.49
Goods & services exports (%)	-26.03	-0.37	3.14
Inflation (%)	4.13	6.47	6.81
Unemployment Rate (%)	N/A	N/A	N/A

สินค้าส่งออกที่สำคัญ : ก๊าซธรรมชาติ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อาหารประเภทเนื้อสัตว์ น้ำ เสื้อผ้า ัญมณี

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งที่ไม่ใช้ไฟฟ้าและใช้ไฟฟ้า สิ่งทอน้ำมันเพื่อการบริโภค

ตลาดส่งออกที่สำคัญของเมียนมา : จีน ไทย ญี่ปุ่น เยอรมัน อินเดีย

ตลาดนำเข้าที่สำคัญของเมียนมา : จีน ไทย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

แผนผลักดันการส่งออกเชิงรุกและเชิงลึก (ตลาดอาเซียน) 98 กิจกรรม

1. แผนเชิงรุก 72 กิจกรรม
 - 1.1 การค้าออนไลน์เพื่อเร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal สู่อาเซียน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart (สิงคโปร์)/ Shopee (เวียดนาม) รวมทั้งจัดตั้งร้าน TopThai Store บนแพลตฟอร์ม KLANGTHAI (กัมพูชา) และแพลตฟอร์ม Shopee (มาเลเซีย)
 - 1.2 การเชิญผู้นำเข้าเข้าร่วมกิจกรรม OBM สินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้า BCG สินค้าทางการแพทย์และสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์
 - 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)/ เมืองมัณฑะเลย์ (เมียนมา)/ เมืองกว๋างนิงห์และดานัง (เวียดนาม)/ เมืองปาเลมบังและสุราบายา (อินโดนีเซีย)/ เมืองเซบู (ฟิลิปปินส์)
 - จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม) เน้นการทำงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ในครัวเรือน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
 - จัดงาน Mini Thailand Week ที่กัมพูชา เมียนมา อินโดนีเซียและเวียดนาม รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในประเทศดังกล่าว
 - 2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาล อาทิ การจัด Thailand Pavilion สินค้าฮาลาลในงาน MIHAS การประสานความร่วมมือตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทย-อินโดนีเซีย
 - 2.3 ผลักดันสินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ การส่งเสริมสินค้าอาหารไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในตลาดเวียดนามตอนกลาง การเพิ่มช่องทางตลาดในอินโดนีเซียให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ภายใต้โครงการ Study in Thailand การส่งเสริมการขายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในฟิลิปปินส์ ภายใต้โครงการ Think Rice, Think Thailand
- นโยบายส่งเสริม CLMV ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (22 ม.ค. 63)**
1. กระทรวงพาณิชย์จะเร่งทบทวนขั้นตอน/กระบวนการส่งออกทั้งระบบ เพื่อเร่งอำนวยความสะดวก ลดปัญหาอุปสรรคที่ติดขัด
 2. จัดกิจกรรม ROAD SHOW ใน CLMV ลงถึงระดับเมืองศักยภาพ
 3. เพิ่มการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ
 4. เร่งรัดการเจรจาจับคู่ เพื่อผลักดันให้การขนส่งสินค้าและผลไม้จากภาคอีสาน ข้ามแดนไปสู่จีนตอนใต้ได้สะดวกยิ่งขึ้น
 5. จัดคาราวานส่งออกตามแนวชายแดนที่มีด่านสำคัญตั้งอยู่
 6. พิจารณาการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าชายแดน/ข้ามแดน โดยสนับสนุนภาคเอกชนที่มีศักยภาพลงทุน
 7. สนับสนุนแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ ทั้งในรูปแบบค้าปลีก/ค้าส่ง
 8. ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า OTOP ที่สนามบิน
 9. กระทรวงพาณิชย์จะเดินทางจัดหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อสร้างผู้ส่งออกรุ่นใหม่ให้มีศักยภาพอย่างครบวงจร

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

สถานการณ์การค้าภายใต้การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน

- ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค. 64 กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์เมียนมา ไม่อนุญาตให้นำเข้าสินค้าเครื่องดื่ม 53 รายการ ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟและชาสำเร็จรูป เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำผลไม้ คอฟฟี่เมต โยเกิร์ต นมข้นหวานและนมข้นจืด ห้ามนำเข้าจากทุกประเทศที่มีชายแดนติดกับเมียนมา โดยให้นำเข้าทางเรือและทางอากาศเท่านั้น
- ตั้งแต่วันที่ 4 มิ.ย. 64 กระทรวงพาณิชย์เมียนมาได้ออกประกาศการไม่อนุญาตให้นำเข้า สบู่ ผงซักฟอกและยาสีฟัน ด้วยบัตรการค้าเฉพาะบุคคล (Individual Trading Card : ITC Card) เพื่อปกป้องผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศจากการเข้าโจมตีตลาดของสินค้าต่างประเทศ โดยการห้ามการนำเข้าในครั้งนี้จะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้าดังกล่าวของไทยสู่เมียนมาทางชายแดน
- ตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. 64 เป็นต้นไป กรมการค้า กระทรวงพาณิชย์เมียนมา ประกาศระงับการออกใบอนุญาตนำเข้า/การอนุญาตนำเข้ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลเป็นการชั่วคราวทางชายแดนและทางเรือสำหรับพิกัดศุลกากร (HS CODE) 8703
- ตั้งแต่วันที่ 21 ต.ค.64 เป็นต้นไปกรมการค้า กระทรวงพาณิชย์เมียนมา ประกาศระงับการออกใบอนุญาตนำเข้าสินค้าปูนซีเมนต์เป็นการชั่วคราว ทางด่านชายแดน 4 ด่าน ได้แก่ เมียวดี ท่าซันเหล็ก มะริดและเกาะสอง โดยยังคงอนุญาตให้สามารถนำเข้าสินค้าปูนซีเมนต์ผ่านทางเรือได้
- 13 ก.ค.65 ธนาคารกลางเมียนมาประกาศระงับการชำระหนี้ที่กู้ยืมมาในสกุลเงินต่างประเทศ เนื่องจากเมียนมาขาดแคลนเงินสกุลต่างประเทศ

ภาพรวมสถานการณ์เศรษฐกิจเมียนมา

- 3 ต.ค. 64 ธนาคารกลางเมียนมาออกประกาศที่ 35/2021 เกี่ยวกับกฎหมายการบริหารชำระเงินสกุลต่างชาติ
- 12 ต.ค. 64 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาได้ประกาศให้ธนาคารที่ได้รับใบอนุญาตและสถาบันการเงินสามารถซื้อขายเงินสกุลต่างประเทศเพิ่มเติม คือ YUAN ของจีน และYAN ของญี่ปุ่น ตามประกาศที่ (6/2011) (7/2011) (16/2012) และ (17/2015) นอกเหนือจากเงินสกุลต่างประเทศ 5 สกุล คือ USD ของสหรัฐอเมริกา EURO ของยุโรป SGD ของสิงคโปร์ Baht ของไทยและRinggit ของมาเลเซีย
- กระทรวงพาณิชย์เมียนมาได้ประกาศพิกัดศุลกากร (HS code) สำหรับการนำเข้าที่ต้องการใบอนุญาต ตั้งแต่ 1 มี.ค. 65 การดำเนินการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจจากสถานการณ์ COVID-19 และเน้นย้ำกระบวนการนำเข้าและส่งออกอย่างเป็นระบบและจัดการเงินทุนจากต่างประเทศ
- 3 มี.ค. 65 เมียนมาอนุญาตให้ใช้เงินสกุลบาท-จ๊าดชำระเงินค่าการค้าระหว่างประเทศได้โดยตรง ณ บริเวณชายแดนไทย-เมียนมา

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเมียนมา ปีงบประมาณ 66 (ต.ค.65-ก.ย.66)

- โครงการ Mini Thailand Week เมืองมัณฑะเลย์ เมียนมา (รอยืนยันกำหนดการ)
- โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (Instore Promotion) (รอยืนยันกำหนดการ)

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับเมียนมา

เป้าหมายส่งออก (%)	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022	
		ม.ค.-ต.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ต.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ต.ค.	+/- (%)
4	7,143.00 (8.31)	6,932.12	18.19	4,319.73 (13.71)	4,001.30	13.94	2,823.27 (.98)	2,930.82	24.54

6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเมียนมา ปี 2021 – ปี 2022 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 +/- (%) ม.ค.-ต.ค.
1. น้ำมันสำเร็จรูป	512.72	399.95	634.83	58.73
2. เครื่องดื่ม	353.33	293.66	327.35	11.47
3. เคมีภัณฑ์	253.24	208.45	254.21	21.95
4. เม็ดพลาสติก	154.48	119.39	199.14	66.80
5. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	164.24	131.19	178.20	35.83
6. ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	81.66	68.36	170.08	148.80
7. ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	185.02	154.56	143.23	-7.33
8. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	200.48	162.75	141.16	-13.27
9. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	148.37	124.32	132.51	6.59
10. ผ้าผืน	98.72	77.16	121.51	57.48
การส่งออกรวม	4,319.73	3,511.77	4,001.30	13.94

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเมียนมา ปี 2021 – ปี 2022 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ต.ค.	ปี 2022 +/- (%) ม.ค.-ต.ค.
1. ก๊าซธรรมชาติ	1,715.67	1,376.45	1,939.34	40.89
2. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	473.31	446.88	470.48	5.28
3. เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค	114.14	92.32	74.29	-19.53
4. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	145.78	136.38	65.07	-52.29
5. ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้	63.13	53.24	64.98	22.05
6. สัตว์มีชีวิตไม่ได้พันธุ์	1.39	1.22	64.75	5,207.38
7. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	50.78	32.98	52.73	59.88
8. สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	56.89	43.90	41.02	-6.56
9. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	38.72	33.44	33.07	-1.11
10. กาแฟ ชา เครื่องเทศ	24.56	18.26	25.82	41.40
การนำเข้ารวม	2,823.27	2,353.39	2,930.82	24.54

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร