ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากมาเลเซีย
๑๓ - ๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

ฉบับที่ ๑๔๗
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์

ตลาดฮาลาลโลกกำลังโต

เศรษฐกิจฮาลาลตั้งแต่การธนาคารและการเงินไปจนถึงอาหารและผลิตภัณฑ์เสริมความงามกำลังเติบโตขึ้น โดยฮาลาลสื่อถึงสิ่งที่ได้รับอนุญาตหรือถูกต้องตามกฎของศาสนาอิสลาม ซึ่งใช้ในการอ้างอิงในสินค้าอาหารและ lifestyle อื่นๆ เช่น เสื้อผ้า สินค้ายาและเวชภัณฑ์ รวมทั้งเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง

จากรายงานของ Thomson Reuters ระบุว่า ข้อมูลการใช้จ่ายของชาวมุสลิมในปี ๒๕๕๗-๒๕๕๘ ของประเทศมุสลิมทั่วโลกในการซื้ออาหารและสินค้า lifestyle เพิ่มขึ้นร้อยละ ๙.๕ จากปี ๒๕๕๖ ที่มีมูลค่าประมาณ ๒ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (๘.๓ ล้านล้านริงกิต) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง ๓.๗ ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ๒๕๖๒ โดยมีอัตราการเติบโตต่อปีโดยรวมร้อยละ ๑๐.๘

รายงานยังระบุว่า ลูกค้าของของประเทศมุสลิมมีหลากหลายแต่มีค่านิยมร่วมกัน นำปสู่ความต้องการรูปแบบต่างๆ ที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจมุสลิมดังกล่าว เช่น ด้านการเงิน กฎหมาย อาหาร เสื้อผ้า การท่องเที่ยวแบบครอบครัว การมีปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม และการปฏิบัติทางศาสนา จึงสามารถขยายความต้องการต่างๆ ไปสู่การทำธุรกิจแบบมุสลิม เช่น ธุรกิจด้านการเงิน การลงทุน และธุรกิจประกัน

ข้อมูลจาก Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE) ระบุว่า การส่งออกสินค้าฮาลาลรวมของมาเลเซียในช่วงครึ่งปีแรกของปี ๒๕๕๘ มีมูลค่า ๑๙.๕ พันล้านริงกิต เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๖ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลคิดเป็นร้อยละ ๖ ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ทั้งนี้ อาหารและเครื่องดื่มฮาลาลเช่นเดียวกับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองที่เป็นเพียงส่วนเดียวเท่านั้นที่ได้รับรายงานว่ามีการส่งออกเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว ขณะที่การส่งออกวัตถุดิบของอาหารฮาลาล สารสกัดจากน้ำมันปาล์ม และเคมีอุตสาหกรรมลดลง

ข้อมูลจาก Halal Industry Development Corp (HDC) ระบุว่า ขณะนี้แบรนด์สินค้าที่มีชื่อเสียงต่างๆ อยู่ระหว่างการพิจารณาติดเครื่องหมายฮาลาลให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองและเครื่องสำอางของตน เนื่องจากสินค้าดังกล่าวในตลาดโลกมีมูลค่ารวม ๖๙๕ พันล้านริงกิต ส่วน Thomson Reuters กล่าวว่า ในปี ๒๕๕๖ การใช้จ่ายเงินค่าเครื่องสำอางของชาวมุสลิมทั่วโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑ เป็น ๔๖ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ การใช้จ่ายดังกล่าวนี้คิดเป็นร้อยละ ๖.๗๘ ของค่าใช้จ่ายในส่วนเครื่องสำอางของโลก และคาดว่าจะสูงถึง ๗๓ พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ๒๕๖๒

จากข้อมูลการประมาณการเมื่อปี ๒๕๕๖ ระบุว่า ประเทศมุสลิมที่ซื้อเครื่องสำอางอันดับต้นๆ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรต (๔.๙ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตุรกี (๔.๔ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) อินเดีย (๓.๕ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และรัสเซีย (๓.๔ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

Datuk Seri Jamil Bidin CEO ของ HDC กล่าวว่า บริษัทเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองที่เป็นฮาลาลได้เริ่มต้นโปรโมทสินค้าของตนอย่างจริงจังเนื่องจากผู้บริโภคชาวมุสลิมมีความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับสินค้าทางเลือกอื่นนอกเหนือจากสินค้าที่ไม่ใช่ฮาลาล ซึ่งมีความปลอดภัยและถูกหลักศาสนา ผู้บริโภคชาวมุสลิมในโลกที่มีเกือบ ๒ พันล้านคนกำลังตระหนักถึงเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองบางประเภทว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตามหลักศาสนาหรือไม่

Datuk Siti Nurhaliza Tarudin ผู้ก่อตั้งบริษัท SimplySiti Sdn Bhd กล่าวถึง ความต้องการสินค้าเครื่องสำอางฮาลาลอย่างมากในการจำหน่ายให้กับชาวมุสลิมทั่วโลก จึงต้องแน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ทุกชนิดได้ใบรับรองว่าเป็นสินค้าฮาลาล ปัจจุบันมีบริษัทกว่า ๑๐๐ แห่งในมาเลเซียที่ได้รับใบรับรองฮาลาลขายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเอง เช่น SimpleSiti บริษัท Johnson & Johnson Sdn Bhd บริษัท Wipro Unza (M) Sdn Bhd และบริษัท Southern Lion Sdn Bhd

Jamil กล่าวว่า บริษัทท้องถิ่นควรเริ่มหาตลาดต่างประเทศเนื่องจากตลาดส่วนนี้มีศักยภาพในการเติบโตที่สูง การส่งออกเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองแบบฮาลาลในช่วง ๓ ไตรมาสแรกของปี ๒๕๕๘ มีมูลค่า ๑.๗๓ พันล้านริงกิต หรือร้อยละ ๕.๖ ของการส่งออกรวมของประเทศ บริษัทท้องถิ่นไม่ควรพึ่งพาตลาดภายในประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิมเพียง ๑๖ ล้านคน ทั้งนี้ ตนสนับสนุนให้บริษัทท้องถิ่นมองไปยังตลาดที่อินโดนีเซีย (ชาวมุสลิม ๑๙๖ ล้านคน) อินเดีย (ชาวมุสลิม ๑๓๓ ล้านคน) ปากีสถาน (ชาวมุสลิม ๑๒๕ ล้านคน) บังคลาเทศ (ชาวมุสลิม ๑๐๔ ล้านคน) และจีน (ชาวมุสลิม ๑๓๓ ล้านคน) อย่างไรก็ตามการส่งออกเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองของบริษัทท้องถิ่นอาจต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ๆ เนื่องจากการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นโดยเฉพาะกับสินค้ายี่ห้อดังในตลาดโลกที่ผู้บริโภคมักถูกดึงดูดโดยยี่ห้อสินค้าเด่นๆ ในระดับสากล ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ แบรนด์สินค้า และการโฆษณา

ที่มา : New Straits Times
๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

แผนการเปลี่ยนท่าเรือ Sapangar ให้เป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้าทางเรือ

มาเลเซียวางแผนในการเปลี่ยนท่าเรือ Sapangar ให้เป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้าทางเรือซึ่งจะช่วยผลักดันการพัฒนารัฐซึ่งเป็นการยกระดับท่าเรือครั้งใหญ่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพโดยได้รับการจัดสรรงบประมาณ ๘๐๐ ล้านริงกิตจากรัฐบาลกลาง

Tan Sri Joseph Pairin Kitingan รองมุขมนตรีกล่าวว่า การจัดสรรงบประมาณดังกล่าวอยู่ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ ของมาเลเซีย (๑๑th Malaysia Plan) โดยกำหนดให้ท่าเรือ Sapangar เป็นส่วนสำคัญตาม National Blue Ocean Strategy ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานท่าเรือของรัฐซาบาห์ซึ่งจะช่วยสร้างความสมดุลด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

Tan Sri Pairin ผู้ซึ่งเป็นผู้ดูแลด้านโครงสร้างพื้นฐานประจำรัฐ ได้เข้าร่วมรับฟังการสรุปแผนการซึ่งจัดโดย Sabah Port Sdn. Bhd. ซึ่งเป็นบริษัทลูกของ Suria Capital Holding Bhd. โดยมี Datuk Ghulam Haidar Khan ผู้ช่วยฯ และ Datuk Karim Bujang ประธานท่าเรือซาบาห์เข้าร่วมด้วย โดย Tan Sri Pairin กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงท่าเรือไปสู่การเป็นศูนย์กลางการขนถ่ายสินค้าทางเรือจะช่วยเพิ่มการเชื่อมโยงระหว่างรัฐซาบาห์กับตลาดโลก โดยการพัฒนาท่าเรือรองรับสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นจะช่วยดึงดูดให้มีการเดินเรือเข้ามายังท่าเรือ Sapangar เพิ่มมากขึ้น

ในเฟสแรกของแผนการขยายท่าเรือ จะเพิ่มความยาวท่าเทียบเรือจาก ๕๐๐ เมตร เป็น ๑.๒ กิโลเมตร และเพิ่มความกว้างของพื้นที่วางตู้คอนเทนเนอร์จาก ๑๕ เฮกตาร์ เป็น ๖๐ เฮกตาร์ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถของท่าเรือจากเดิม ๕๐๐,๐๐๐ TEUs เป็น ๑.๒๕ ล้าน TEUs ทั้งนี้ ท่าเรือดังกล่าวตั้งอยู่ในพื้นที่ยุทธศาสาตร์สำคัญที่เป็นใจกลางของ บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นท่าเรือในแนวเส้นทางการเดินเรือหลักในระดับนานาชาติ

ที่มา : New Straits Times
๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

อุตสาหกรรมฮาลาลในมาเลเซียดึงดูดการลงทุน ๑๐.๖ พันล้านริงกิตในปี ๒๕๕๘

ในปี ๒๕๕๘ อุตสาหกรรมฮาลาลในมาเลเซียดึงดูดการลงทุนมูลค่า ๑๐.๖ พันล้านริงกิต ประกอบด้วยการลงทุนจากต่างประเทศมูลค่า ๕.๖ พันล้านริงกิต และการลงทุนภายในประเทศมูลค่า ๕ พันล้านริงกิต

Datuk Seri Dr.Ahmad Zahid Hamidi, Deputy Prime Minister กล่าวในการงาน “Halal Cosmetics and Personal Care Products Industry Forum” ว่า นักลงทุนจากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมฮาลาลในมาเลเซีย ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอาหรับอิมิเรต ไต้หวัน สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากท้องถิ่นเป็นที่สนใจอย่างมากจากผู้บริโภคทั่วโลกด้วยมูลค่าการส่งออก ๔๒ พันล้านริงกิตเมื่อปี ๒๕๕๘ จากเดิมอยู่ที่ ๓๘ พันล้านริงกิตในปี ๒๕๕๗ โดยรายรับส่วนใหญ่มาจากการส่งออกวัตถุดิบฮาลาล อาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์จากน้ำมันปาล์ม ส่วนตลาดส่งออกหลัก เช่น จีน สิงคโปร์ สหรัฐฯ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น ทั้งนี้ มีความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาศักยภาพของตลาดฮาลาลรวมทั้งบริการธนาคารและประกันภัย โดยมาเลเซียอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่จะใช้ศักยภาพสูงสุดในอุตสาหกรรมฮาลาล รวมทั้งเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองฮาลาล

Datuk Seri Dr.Ahmad Zahid Hamidi กล่าวต่อไปว่า มูลค่าการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองฮาลาลได้เพิ่มจาก ๑.๓ พันล้านริงกิตในปี ๒๕๕๓ เป็น ๒.๓ พันล้านริงกิตในปี ๒๕๕๗ ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง ๒๐% ปัจจุบัน มีจำนวนบริษัทที่ได้รับการรับรองฮาลาลจำนวน ๑๒๘ บริษัทในมาเลเซียที่ผลิตเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองฮาลาล ขณะที่เอเชียยังเป็นตลาดดั้งเดิมของมาเลเซียในผลิตภัณฑ์ฮาลาล สหรัฐฯมีประชากรมุสลิมราว ๘ ล้านคน และ ๔๐ ล้านคนในยุโรป จึงเป็นโอกาสที่ตลาดจะเติบโตได้อีกมาก ทั้งนี้ ข้อมูลจาก Euro monitor ได้ประมาณการมูลค่าของตลาดที่มากกว่า ๔๕๔ ล้านเหรียญสหรัฐในปี ๒๕๕๖ อนึ่ง มาเลเซียคาดว่า อุปสงค์ต่อเครื่องสำอางค์และผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตนเองฮาลาลในตลาดโลกอยู่ราว ๑๐% ซึ่งแสดงว่า ตลาดสินค้าดังกล่าวมีมูลค่าอย่างน้อย ๔๕ พันล้านเหรียญสหรัฐ

ที่มา : Bernama

๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

ส่งออกกับราคาสินค้าพ่นพิษ ไตรมาส ๔ มาเลเซียโตร้อยละ ๔.๓

ปัญหาการส่งออกสินค้าแร่ ปัญหาพืชผลทางการเกษตร และปัญหาราคาสินค้าโภคภัณฑ์ตกต่ำอาจทำให้เศรษฐกิจของมาเลซียช่วงไตรมาส ๔ เติบโตช้าที่สุดในช่วงเกือบช่วง ๓ ปี โดยเริ่มจากราคาน้ำมันดิบตกต่ำเมื่อปี ๒๕๕๘ ตามมาด้วยการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีนประเทศคู่ค้าที่ใหญ่ที่สุดของมาเลเซีย เรื่องอื้อฉาวทางการเงินของนายกรัฐมนตรีนาจิ๊บ ราซัค ยังสร้างปัญหาให้กับค่าเงินริงกิตซึ่งเป็นค่าเงินที่มีภาวะย่ำแย่ที่สุดในอาเซียนในปี ๒๕๕๘

รอยเตอร์โพลได้ประมาณการการเติบโตทางเศรษฐกิจช่วงไตรมาสที่ ๔ ตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงธันวาคม ๒๕๕๘ ของมาเลเซียไว้ที่ร้อยละ ๔.๓ ซึ่งเป็นการเติบโตที่ช้าที่สุดนับตั้งแต่ไตรมาสแรกในปี ๒๕๕๖ ที่เติบโตในอัตราเดียวกัน ในขณะที่เศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ ๔.๗ ในไตรมาส ๓ การเติบโตของเศรษฐกิจของมาเลเซียโดยรวมหดตัวลงในปี ๒๕๕๘ แต่ยังได้รับแรงหนุนจากภาคการผลิต ในขณะที่ความต้องการจากตลาดโลกลดต่ำลงส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า เช่น น้ำมันปาล์ม และก๊าซธรรมชาติเหลว มูลค่าการส่งออกในเดือนธันวาคม ๒๕๕๘ เติบโตเพียงร้อยละ ๑.๔ ลดลงจากเดิมร้อยละ ๖.๓ ในเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๘

Brian Tan นักวิเคราะห์จากบริษัทวิเคราะห์ตลาด Nomura กล่าวว่า “สุดท้ายแล้วและจะได้เห็นการฟื้นตัวของภาคการผลิตที่จะมาชดเชยตัวเลขการส่งออกสินค้าเกษตรและแร่ที่ติดลบ”

ในช่วงต้นปี ๒๕๕๙ เศรษฐกิจและเงินริงกิตของมาเลเซียเริ่มทุเลาลงหลังจากที่ประสบปัญหาในปี ๒๕๕๘ เนื่องจากเงินต่างประเทศกลับเข้าสู่ตลาดพันธบัตรริงกิตแล้ว นอกจากนี้ความไม่แน่นอนจากเรื่องอื้อฉาวเกี่ยวกับกองทุนบริษัท ๑ Malaysia Development Bhd (๑MDB) ยังสร้างปัญหาให้กับมาเลเซีย แต่ความเสี่ยงทางการเมืองดังกล่าวได้ยุติลงบางส่วนภายหลังอัยการมาเลเซียแก้ข้อกล่าวหาเรื่องอาชญากรรมและคอรัปชั่นให้กับนายกรัฐมนตรีนาจิ๊บ ราซัค อย่างไรก็ตามคดีดังกล่าวยังต้องใช้เวลาสอบสวนพอสมควร โดยเจ้าหน้าที่ของสวิสเซอร์แลนด์และสิงคโปร์อยู่ระหว่างการติดตามตรวจสอบเรื่องการฟอกเงินและการคอรัปชั่นที่เชื่อมโยงไปถึงบริษัท ๑MDB

ทั้งนี้ คาดว่าการบริโภคภาคเอกชนจะยังไม่เพิ่มขึ้นหลังจากการเริ่มเก็บภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax: GST) ร้อยละ ๖ ตั้งแต่เดือนเมษายน ๒๕๕๘ อีกทั้งความต้องการบริโภคอยู่ในระดับต่ำประชาชนยังกังวลเรื่องค่าครองชีพจึงชะลอการใช้จ่าย เมื่อเดือนที่แล้วมาเลเซียได้ตัดงบประมาณปี ๒๕๕๙ เพื่อประหยัดงบประมาณจำนวน ๙ พันล้านริงกิต หลังจากปัญหาราคาน้ำมันดิบต่ำกว่า ๓๕ เหรียญสหรัฐต่อบาเรล ซึ่งต่ำกว่าที่รัฐบาลประมาณการไว้ที่เฉลี่ย ๔๘ เหรียญสหรัฐต่อบาเรล

อนึ่ง นายกรัฐมนตรีนาจิ๊บ พยายามกระตุ้นการบริโภคด้วยการใช้มาตรการจูงใจเกษตรกร ตัดภาษีครัวเรือน และประกาศตัดเงินสบทบประกันสังคมที่ลูกจ้างต้องจ่ายร่วมกับนายจ้างร้อยละ ๓ Economists Poll คาดว่า ในปี ๒๕๕๘ GDP ของมาเลเซียจะโตร้อยละ ๔.๙ จากที่รัฐบาลและธนาคารกลางคาดคะเนไว้ที่ระหว่างร้อยละ ๔.๕-๕.๕ ซึ่งต่ำกว่าปี ๒๕๕๗ ที่โตร้อยละ ๖

ที่มา : The Star
๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙