ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : กรุงเนปีดอว์

พื้นที่ : ประมาณ 677,000 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 54.83 ล้านคน

เมืองสำคัญ : ย่างกุ้ง / มัณฑะเลย์

ภาษาราชการ : ภาษาเมียนมา

ระบอบการปกครอง : สาธารณรัฐแบบประธานาธิบดี

ประมุข/ประธานาธิบดี: นาย มิ้นส่วย รักษาการประธานาธิบดีชั่วคราว (1 ก.พ.64)

ประธานสภาบริหารแห่งรัฐ : พลเอกอาวุโส มิน อ่อง หล่าย (1 ก.พ.64)

อัตราแลกเปลี่ยน : 1 USD เท่ากับ 2,093.70 MMK (จ๊าต) (ณ วันที่ 28 ก.พ. 66)

ทรัพยากรธรรมชาติ : น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ อัญมณี แร่ธาตุ ป่าไม้ ประมง

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจเมียนมา

(Source IMF)	ปี 2024	ปี 2025	ปี 2026
GDP (US$bn) Current Prices	64.284	65.009	68.633
GDP Per Capita (US$)	1,179.40	1,186.52	1,246.65
GDP growth (%)	1.016	1.083	1.329
Goods & Services Exports (%)	-3.042	2.126	-3.312
Inflation (%)	22.00	14.20	9.80
Unemployment Rate (%)	N/A	N/A	N/A

สินค้าส่งออกที่สำคัญ : ก๊าซธรรมชาติ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อาหารประเภทเนื้อสัตว์น้ำ เสื้อผ้า ธัญพืช

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งที่ไม่ใช้ไฟฟ้าและใช้ไฟฟ้า สิ่งทอ น้ำมันเพื่อการบริโภค

ตลาดส่งออกที่สำคัญของเมียนมา : จีน ไทย ญี่ปุ่น เยอรมัน อินเดีย

ตลาดนำเข้าที่สำคัญของเมียนมา : จีน ไทย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

นโยบายการค้าเชิงรุกกระทรวงพาณิชย์

1. ศึกษาศักยภาพและการส่งออกสินค้าของไทย (Thailand export performance Analysis)

- ศึกษาแนวโน้มการผลิตสินค้าและนโยบายการค้าของประเทศต่าง ๆ
- วิเคราะห์ศักยภาพสินค้าส่งออกของไทย
- ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross Border E-Commerce)

เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกสอดคล้องกับนโยบาย “เร่งขยับตัวเลขการส่งออก เปลี่ยนจากอัตราการขยายตัวติดลบให้เป็นบวก”

2. ข้อมูลการค้าเชิงลึก www.คิดค้า.com

พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลแดชบอร์ด เพื่อดึงดูดการเข้ามาใช้งาน เผยแพร่ข้อมูลอย่างมีเอกภาพ และสามารถชี้นำทิศทางเศรษฐกิจการค้าไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3. จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

ในประเด็นปัจจัยที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้า เช่น แนวทางการขยายตลาดสินค้าอาหารไทย แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการโลจิสติกส์ การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นต้น

4. สนับสนุนการทำงานของทุกกรมในกระทรวงพาณิชย์

- ศึกษาและจัดทำเสนอแนะแนวทางการส่งเสริม SMEs
- ส่งเสริมการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- ศึกษาแนวทางที่สนับสนุนการใช้ Soft Power ของ SMEs เพื่อขยายโอกาสทางการค้า

แนวทางการส่งเสริมการส่งออกในภูมิภาคอาเซียน

- จัดคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนประเทศในภูมิภาคอาเซียน เพื่อการหาช่องทางส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ รวมถึงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าไทย
- จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม)/ AEON (อินโดนีเซีย) เน้นการจัดงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ในครัวเรือน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
- จัดงานแสดงสินค้า Thailand Week และ Mini Thailand Week เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ในการขยายตลาดในต่างประเทศ

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเมียนมา ปีงบประมาณ 2568 (ต.ค. 67-ก.ย. 68)

- โครงการส่งเสริมการขายในภูมิภาคอาเซียน (Instore Promotion) ณ ประเทศเมียนมา

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

สถานการณ์การค้าสำคัญ/ภาพรวมสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศเมียนมา

- สินค้าที่ไทยส่งออกไปเมียนมาที่สำคัญได้แก่ เครื่องดื่ม น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เม็ดพลาสติก สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรอื่น ๆ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นต้น
- สินค้าที่ไทยนำเข้าจากเมียนมาที่สำคัญได้แก่ ก๊าซธรรมชาติ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ กาแฟ ชา เครื่องเทศ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ ลวดและสายเคเบิล เป็นต้น
- เมียนมาตั้งเป้าการค้าระหว่างประเทศ 33,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปีงบประมาณ 2567-2568 (1 เม.ย. 67 ถึง 31 มี.ค. 68) โดยเป็นเป้าการส่งออกมูลค่า 16,700 ล้านเหรียญสหรัฐฯ การนำเข้ามูลค่า 16,300 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เกินดุล 400 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม เมียนมามีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศล่าสุด 25,790 ล้านเหรียญฯ ณ วันที่ 12 มี.ค. 68 หรือร้อยละ 78 ของเป้าหมาย ทั้งนี้ แม้มูลค่าการค้าระหว่างประเทศเมียนมาจะไม่ถึงเป้าหมายดังกล่าว แต่เมียนมาก็มีความพยายามในการเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศมากขึ้นต่อไป โดยส่งเสริมการผลิตในเมียนมา ส่งเสริมการส่งออก ในขณะที่ลดการนำเข้า โดยนำเข้าสินค้าจำเป็นหรือมีรายได้ส่งออกประกอบการขออนุญาตนำเข้าเพื่อลดขาดดุลการค้า
- พลเอกอาวุโส มิน ออง ไลง์ ประธานสภาบริหารแห่งรัฐและนายกรัฐมนตรีของเมียนมากล่าวในที่ประชุมว่า เมียนมาจะมุ่งเน้นการพัฒนาภายในประเทศ สาธารณสุข การศึกษา ในปีงบประมาณ 2568-2569 (เม.ย. 68 - มี.ค. 69) และตั้งเป้าการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) +3% โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน การขนส่ง ไฟฟ้า โซล่าเซล รวมทั้งส่งเสริมการส่งออก การจ้างงานและการผลิตในเมียนมาทดแทนการนำเข้า การพัฒนาด้านสาธารณสุขและการศึกษา เพื่อการเติบโตของเมียนมาทั้งด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคม นโยบายการพัฒนาของเมียนมาดังกล่าว “เป็นโอกาส” สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน การขนส่ง ไฟฟ้า โซล่าเซล เป็นโอกาสธุรกิจของสินค้าวัสดุก่อสร้าง โลจิสติกส์ รวมทั้งนโยบายส่งเสริมการส่งออกจากเมียนมา การจ้างงานและการผลิตในเมียนมาทดแทนการนำเข้า เป็นโอกาสของธุรกิจที่ปรับกลยุทธ์มาผลิตในเมียนมาหรือมีคู่ค้าที่ผลิตในเมียนมา เป็นต้น ขอให้ติดตามสถานการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และนำมาวิเคราะห์ปรับใช้เพื่อวางแผนหรือดำเนินการทางธุรกิจต่อไป
- พลเอกอาวุโส มิน ออง ไลง์ ประธานสภาบริหารแห่งรัฐและนายกรัฐมนตรีของเมียนมา ได้กล่าวในที่ประชุมคณะกรรมการวางแผนแห่งชาติว่า เมียนมาส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมการเลือกตั้งในเดือน ธ.ค. 68 ให้เป็นไปอย่างราบรื่น รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การศึกษา การสาธารณสุข คมนาคม ไฟฟ้า พลังงาน ตลอดจนยกระดับเศรษฐกิจและสังคม และขยายการศึกษาด้านเทคโนโลยี ไปยังทั่วประเทศ ส่งเสริมการพัฒนาภาคการเกษตร ความมั่นคงทางอาหาร ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และขนาดย่อย (ธุรกิจ MSME) ให้มีความยั่งยืนในระยะยาว ด้วยการเชื่อมโยงการผลิตในเมียนมาสู่ห่วงโซ่การผลิตระดับภูมิภาคและโลก รวมทั้งส่งเสริมการผลิตในเมียนมาทดแทนการนำเข้า ส่งเสริมการส่งออก รวมถึงป้องกันปราบปรามสินค้าผิดกฎหมายและธุรกรรมการเงินนอกระบบเพื่อการพัฒนาและเติบโตของเมียนมาอย่างยั่งยืน แผนการพัฒนาของเมียนมา “เป็นโอกาส” ซึ่งส่งผลดีต่อประเทศเมียนมา เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธุรกิจที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของเมียนมา เช่น การพัฒนาภาคการเกษตร ความมั่นคงทางอาหาร ธุรกิจ MSME การผลิตในเมียนมาทดแทนการนำเข้า การส่งออกจากเมียนมา

(5) สรุปการค้าระหว่างไทย-เมียนมา

ลำดับคู่ค้า ปี 2024 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2025 (ม.ค.-เม.ย.)	เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้า (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
			ปี 2024	ปี 2025		ปี 2024	ปี 2025		ปี 2024	ปี 2025	
				ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)
ลำดับที่ 20 (ตลาดส่งออกสำคัญลำดับที่ 20)	ลำดับที่ 20 (ตลาดส่งออกสำคัญลำดับที่ 19)	ปี 2025 (%)	7,174.84	2,569.24	6.99	4,174.32	1,511.67	9.73	3,000.52	1,057.57	3.30
		2	253,229.28	87,138.74	1.98	146,261.96	51,034.80	4.72	106,967.31	36,103.94	-1.65

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2023	2024	2024 (ม.ค.-เม.ย.)	2025 (ม.ค.-เม.ย.)	2023	2024	2024 (ม.ค.-เม.ย.)	2025 (ม.ค.-เม.ย.)	2023	2024	2024 (ม.ค.-เม.ย.)	2025 (ม.ค.-เม.ย.)
ไทย - เมียนมา (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	7,435.42	7,174.84	2,401.40	2,569.24	-9.67	-3.50	-11.03	6.99	1.30	1.18	1.24	1.19
การส่งออก	4,411.46	4,174.32	1,377.64	1,511.67	-6.15	-5.38	-11.58	9.73	1.55	1.39	1.47	1.41
การนำเข้า	3,023.96	3,000.52	1,023.76	1,057.57	-14.36	-0.78	-10.29	3.30	1.05	0.98	1.03	0.97
ไทย - เมียนมา (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	257,102.43	253,229.28	85,443.80	87,138.74	-10.28	-1.51	-6.82	1.98	1.29	1.18	1.24	1.19
การส่งออก	151,920.52	146,261.96	48,732.46	51,034.80	-6.61	-3.72	-7.45	4.72	1.55	1.39	1.46	1.41
การนำเข้า	105,180.91	106,967.31	36,711.34	36,103.94	-15.09	1.70	-5.97	-1.65	1.04	0.98	1.03	0.97

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทย – เมียนมา

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	2024	2024 (ม.ค.-เม.ย.)	2025 (ม.ค.-เม.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-เม.ย.)
1. เครื่องดื่ม	355.81	138.06	141.00	2.13
	12,481.25	4,884.76	4,754.60	-2.66
2. น้ำมันสำเร็จรูป	522.87	181.74	106.31	-41.50
	18,327.56	6,430.67	3,601.87	-43.99
3. เคมีภัณฑ์	213.95	69.81	89.37	28.02
	7,506.67	2,468.56	3,014.22	22.10
4. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	214.33	65.77	86.57	31.63
	7,493.73	2,327.90	2,922.03	25.52
5. ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	192.47	60.07	77.46	28.96
	6,766.44	2,126.54	2,613.94	22.92
6. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	194.88	58.50	68.85	17.69
	6,831.09	2,068.74	2,323.07	12.29
7. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	176.53	63.09	66.36	5.18
	6,174.47	2,231.49	2,241.94	0.47
8. เม็ดพลาสติก	174.37	53.50	60.47	13.01
	6,109.73	1,893.07	2,038.46	7.68
9. สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรอื่น ๆ	99.56	32.14	58.97	83.51
	3,480.42	1,134.88	1,989.46	75.30
10. ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	151.71	40.69	55.18	35.62
	5,331.66	1,440.38	1,861.13	29.21
รวมทั้งสิ้น	**4,174.32**	**1,377.64**	**1,511.67**	**9.73**
	146,261.96	**48,732.46**	**51,034.80**	**4.72**

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า – เมียนมา

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	2024	2024 (ม.ค.-เม.ย.)	2025 (ม.ค.-เม.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-เม.ย.)
1. ก๊าซธรรมชาติ	1,837.47	613.46	539.31	-12.09
	65,235.79	21,970.81	18,414.33	-16.19
2. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	486.01	183.20	207.77	13.41
	17,669.97	6,609.32	7,078.97	7.11
3. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	242.25	69.11	198.68	187.48
	8,548.64	2,475.88	6,794.18	174.42
4. เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค	113.59	41.19	32.31	-21.54
	4,009.78	1,472.98	1,103.51	-25.08
5. ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้	81.40	20.80	24.70	18.75
	2,882.79	746.53	841.49	12.72
6. สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	50.64	20.19	8.76	-56.62
	1,798.16	722.77	299.11	-58.62
7. สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	43.97	22.66	7.61	-66.40
	1,578.02	809.66	259.94	-67.89
8. กาแฟ ชา เครื่องเทศ	29.19	13.51	6.15	-54.51
	1,046.05	484.57	209.44	-56.78
9. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	17.82	5.28	5.57	5.58
	635.31	188.30	190.51	1.17
10. ลวดและสายเคเบิล	17.58	6.24	4.65	-25.43
	625.26	223.20	158.71	-28.89
รวมทั้งสิ้น	**3,000.52**	**1,023.76**	**1,057.57**	**3.30**
	106,967.31	**36,711.34**	**36,103.94**	**-1.65**

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ