ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา



(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : กรุงเนปีดอว์

พื้นที่ : ประมาณ 677,000 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 54.83 ล้านคน

เมืองสำคัญ : ย่างกุ้ง / มัณฑะเลย์

ภาษาราชการ : ภาษาเมียนมา

ระบอบการปกครอง : สาธารณรัฐแบบประธานาธิบดี

ประมุข/ประธานาธิบดี: นาย อู วิน หมินท์ (U Win Myint) ตั้งแต่ 28 มี.ค. 61 และนางอองซาน ซูจี เป็นที่ปรึกษาแห่งรัฐ

อัตราแลกเปลี่ยน : 1 USD เท่ากับ 1,387 MMK (จ๊ัต) (ณ วันที่ 5 มิ.ย. 63)

ทรัพยากรธรรมชาติ : น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ อัญมณี แร่ธาตุ ป่าไม้ ประมง

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจเมียนมา

(Source IMF)	ปี 2019	ปี 2020	ปี 2021
GDP (US$bn) Current Prices	65.994	72.105	78.827
GDP Per Capita (US$)	1,244.73	1,350.83	1,467.31
GDP growth (%)	6.5	1.79	7.53
Goods & services exports (%	-3.266	-0.211	2.637
Inflation (%)	8.627	6.19	6.267
Unemployment Rate (%)	4.0	4.0	4.0

สินค้าส่งออกที่สำคัญ :ก๊าซธรรมชาติ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อาหารประเภทเนื้อสัตว์น้ำ เสื้อผ้า ธัญพืช

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งที่ไม่ใช้ไฟฟ้าและใช้ไฟฟ้า สิ่งทอ น้ำมันเพื่อการบริโภค

ตลาดส่งออกที่สำคัญของเมียนมา : ไทย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ จีน อินเดีย

ตลาดนำเข้าที่สำคัญของเมียนมา : จีน สิงคโปร์ ไทย ญี่ปุ่น อินเดีย

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)

- เสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (partnership) กับประเทศอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อกระชับความเชื่อมโยงมิติการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวระหว่างกัน (ASEAN connectivity) สู่การพัฒนาและเติบโตไปด้วยกัน
- เร่งรัดการขยายการส่งออกเชิงรุก ด้วยกลยุทธ์เจาะลึกตลาดอาเซียน (deepening ASEAN) เจาะตลาดเมืองรองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจยกระดับตลาดในเมืองหลวง โดยผลักดันสินค้าที่มีมูลค่าสูง/สินค้านวัตกรรม/มีแบรนด์/มีการออกแบบ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (demand driven)
- ขยายช่องทางจำหน่ายที่สอดคล้องกับชีวิตสมัยใหม่และยุคสังคมเมือง

-ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสร้างเครือข่ายธุรกิจ และเจรจาการค้า กับผู้ประกอบการประเทศอาเซียน เพื่อขยายตลาดส่งออก

-ส่งเสริมการรวมกลุ่มพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการไทย / อำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้ประกอบการไทย ในการดำเนินธุรกิจ/ขยายธุรกิจ

นโยบายส่งเสริม CLMV ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (22 ม.ค. 63)

๑. กระทรวงพาณิชย์จะเร่งทบทวนขั้นตอน/กระบวนการส่งออกทั้งระบบ เพื่อเร่งอำนวยความสะดวก ลดปัญหาอุปสรรคที่ติดขัด

๒. จัดกิจกรรม ROAD SHOW ใน CLMV ลงลึกระดับเมืองศักยภาพ

๓. เพิ่มการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ

๔. เร่งรัดการเจรจากับจีน เพื่อผลักดันให้การขนส่งสินค้าและผลไม้จากภาคอีสาน ข้ามแดนไปสู่จีนตอนใต้ได้สะดวกยิ่งขึ้น

๕. จัดคาราวานส่งออกตามแนวชายแดนที่มีด่านสำคัญตั้งอยู่

๖. พิจารณาการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าชายแดน/ข้ามแดน โดยสนับสนุนภาคเอกชนที่มีศักยภาพลงทุน

๗. สนับสนุนแพล็ตฟอร์มการค้าออนไลน์ ทั้งในรูปแบบค้าปลีก/ค้าส่ง

๘. ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า OTOP ที่สนามบิน

๙. กระทรวงพาณิชย์จะเดินหน้าจัดหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อสร้างผู้ส่งออกรุ่นใหม่ให้มีศักยภาพอย่างครบวงจร

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดเมียนมา (ปีงบประมาณ 2563)

☐ จัดงานแสดงสินค้าไทย (Mini Thailand Week) ณ เมืองมะริด (6-9 ก.พ. 63)

☐ จัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brands) ณ กรุงย่างกุ้ง (12-15 มี.ค.63)

☐ โครงการขยายลู่ทางการค้าแหล่งวัตถุดิบอัญมณี (รอยืนยัน)

☐ โครงการคณะเจรจาการค้าสิ่งพิมพ์/การศึกษา (รอยืนยัน)

☐ โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ณ กรุงย่างกุ้ง (Instore Promotion) (รอยืนยัน)

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

สถานการณ์โควิด-19 และมาตรการเยียวยา

☐ สถานการณ์กี่แพร่ระบาดดีขึ้น ไม่มีผู้ติดเชื้อเป็นวงกว้าง รัฐบาลปรับลดพื้นที่และเวลาลงเหลือ 00.00-04.00 น.

☐ รัฐบาลเมียนมาระงับเที่ยวบินระหว่างประเทศจนถึงวันที่ 15 มิ.ย.63 และระงับการออกวีซ่าให้ชาวต่างชาติจนถึงวันที่ 15 มิ.ย.63 ยกเว้น จนท.ทางการทูต

☐ รัฐบาลบรรเทาปัญหาโดยการประกาศจัดตั้งกองทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อเยียวยาธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะธุรกิจการผลิต กลุ่มโรงแรม และ SMEs รวมถึงขยายวันชำระภาษีไปอีก 3 เดือน

☐ เงินจ๊าตแข็งตัว รวมถึงด่านชายแดนเปิดถึง 14.00น. ส่งผลให้ผู้ประกอบการเมียนมาสั่งซื้อสินค้าไทยมากักตุน

ภาพรวมสถานการณ์เศรษฐกิจเมียนมา

☐ ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศปี 63 พบว่า ระยะสั้นมีความต้องการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคจากไทย อย่างไรก็ดี ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เมียนมามีแนวโน้มขาดดุลน้อยลง เนื่องจากสนับสนุนการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ

☐ การปรับปรุงกฎหมายที่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในปี 62 คือ กฎหมายอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นในบริษัทท้องถิ่นได้มากถึง 35% ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีในการส่งเสริมการลงทุน รวมถึงการอนุญาตให้บริษัทต่างชาติเข้าซื้อหุ้นบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ย่างกุ้ง (YSX) ได้ถึง 35% อีกด้วย

☐ รัฐบาลยังเปิดโอกาสให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนในกลุ่มธุรกิจประกันภัยได้ โดยไม่ต้องร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่น ทำให้ธุรกิจประกันภัยมีศักยภาพในการเติบโตมากในเมียนมาในช่วง 5 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ ปัจจุบัน ประชากรเมียนมาที่เข้าถึงประกันประเภทใดประเภทหนึ่งมีเพียง 3.67% หรือประมาณ 2 ล้านคนเท่านั้น

☐ กลุ่มอมตะ ร่วมทุนกระทรวงการก่อสร้างเมียนมา พัฒนาโครงการ Yangon Amata Smart and Eco City ฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือของย่างกุ้ง มูลค่าการลงทุน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ พื้นที่ 2,000 เอเคอร์ โดยเขต Dagon เป็นเขตที่มีการพัฒนาสูง มีการสร้างที่อยู่อาศัยและโรงงานจำนวนมาก

☐ เดือน ต.ค.62 ที่ผ่านมา สะพานมิตรภาพไทย-เมียนมา แห่งที่ 2 เชื่อมต่อ อ.แม่สอด-เมียวดี เปิดใช้อย่างเป็นทางการ สะพานใหม่มีความกว้างและแข็งแรง ด่านตรวจจะติดตั้งอุปกรณ์ที่ทันสมัย นอกจากนี้ รัฐบาลไทยและเมียนมาร่วมผลักดันการใช้เงินสกุลบาท-จ๊ัตในเขตชายแดน

☐ รัฐบาลเมียนมากำหนดให้เริ่มก่อสร้างถนนความยาว 138 กม. เชื่อมต่อเขตเศรษฐกิจพิเศษทวาย กับด่านทิกิของเมียนมา ซึ่งติดกับด่านบ้านพุน้ำร้อน จ.กาญจนบุรีของไทย โดยใช้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำจำนวน 4.5 พันล้านบาทจากรัฐบาลไทย

☐ 3 ธ.ค. 62 ที่ผ่านมา คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมียนมาออกประกาศกำหนดแนวทางการทำฉลากสินค้าเป็นภาษาเมียนมา โดยจะต้องใส่รายละเอียด 7 ข้อลงในฉลาก ได้แก่ 1.ชื่อสินค้า 2.ขนาด/ปริมาณ 3.คำแนะนำจัดเก็บสินค้า 4.วิธีใช้ 5. ผลข้างเคียง 6.ข้อมูลสำหรับผู้แพ้ยา และ 7.คำเตือน/ข้อควรระวัง โดยกฎหมายมีผลบังคับใช้วันที่ 16 มี.ค.63 นี้ ผู้ประกอบการไทยที่ส่งสินค้าไปเมียนมา ควรศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติมจากกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Law)

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับเมียนมา

เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
ปี 2020 (%)	ปี 2019	ปี 2020		ปี 2019	ปี 2020		ปี 2020	ปี 2020	
		ม.ค.-เม.ษ.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ษ.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ษ.	+/- (%)
-	7,610.19 (-0.39)	2,432.55	-2.48	4,364.25 (-5.69)	1,397.92	-5.30	3,245.94 (7.75)	1,034.63	1.61

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเมียนมา ปี 2019 – ปี 2020 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2019	ปี 2019 ม.ค.-เม.ษ.	ปี 2020 ม.ค.-เม.ษ.	ปี 2020 +/-(%) ม.ค.-เม.ษ.
1. น้ำมันสำเร็จรูป	474.28	174	145.52	-16.37
2. เครื่องดื่ม	359.53	117.3	117.4	0.09
3. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	208.97	82.47	76.64	-7.07
4. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	213.66	66.35	64.13	-3.35
5. เคมีภัณฑ์	217.22	79.41	62.39	-21.43
6. อัญมณีและเครื่องประดับ	59.74	21.85	57.16	161.6
7. ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	152.5	47.45	49.99	5.35
8. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	172.05	48.67	48.9	0.47
9. ผ้าผืน	173.91	57.71	46.7	-19.08
10. ปูนซิเมนต์	82.65	28.97	41	41.53
การส่งออกรวม	**4,364.25**	**1,476.20**	**1,397.92**	**-5.3**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเมียนมา ปี 2019 – ปี 2020 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2019	ปี 2019 ม.ค.-เม.ษ.	ปี 2020 ม.ค.-เม.ษ.	ปี 2020 +/-(%) ม.ค.-เม.ษ.
1. ก๊าซธรรมชาติ	2,456.24	786.62	611.09	-22.31
2. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	171.97	16.95	166.08	879.82
3. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	157.8	47.25	65.09	37.76
4. เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค	112.78	45.01	50.75	12.75
5. สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	61.9	22.25	33	48.31
6. สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	29.43	11.16	16.14	44.62
7. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	33.45	9.1	14.25	56.59
8. ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้	35.82	9.9	12.25	23.74
9. สัตว์มีชีวิตไม่ได้ทำพันธ์	51.66	17.52	9.32	-46.8
10. ผลิตภัณฑ์โลหะ	1.44	0.85	8.16	860
การนำเข้ารวม	**3,245.94**	**1,018.21**	**1,034.63**	**1.61**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร