

ประเทศสิงคโปร์



(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : สิงคโปร์

พื้นที่ : 710 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 5.661 ล้านคน (ก.พ. 2562)

ภาษาราชการ : จีนกลาง อังกฤษ มลายู

ระบอบการปกครอง : ระบอบสาธารณรัฐแบบรัฐสภา (Parliamentary Parliament) มีสภาเดียว (Unicameral parliament)

ประธานาธิบดี : Madame Halimah Yacob

นายกรัฐมนตรี : นายลี เซียน ลุง

อัตราแลกเปลี่ยน : 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 22.02 บาท (ณ 4 ก.ย.62)

เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ: 293,889 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ม.ค.2019)

ธนาคารโลกจัดให้สิงคโปร์เป็นอันดับ 2 ของโลกตามดัชนีความง่ายในการทำธุรกิจ ในปี 2019

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสิงคโปร์

(Source : IMF)

	ปี 2018	ปี 2019	ปี 2020
GDP (US\$bn) Current Prices	346.621	359.619	377.234
GDP Per Capita (US\$)	61,230.15	62,983.51	65,503.5
GDP growth (%)	2.9	2.5	2.7
Goods & services exports	2.8	3.8	3.8
Inflation (%)	1.04	1.37	1.45
Unemployment Rate (%)	1.99	1.89	1.89

สินค้าส่งออกที่สำคัญ : เครื่องจักรไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ น้ำมันปิโตรเลียม อุปกรณ์ด้านการมองเห็น/เทคนิค/การแพทย์ อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ พลาสติก น้ำมันและเครื่องสำอาง ยา ส่วนประกอบเครื่องบินและอากาศยาน

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : แผงวงจรไฟฟ้า น้ำมันปิโตรเลียม น้ำมันดิบ ทองคำ เครื่องโทรศัพท์ เครื่องกังหัน คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ส่วนประกอบอากาศยาน

ตลาดส่งออกหลักของสิงคโปร์ : จีน (14.48%) ฮองกง (12.33%) มาเลเซีย (10.60%) อินโดนีเซีย (7.49%) สหรัฐฯ (6.48%) **ไทย** (3.94% /ลำดับที่ 9)

แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสิงคโปร์ : จีน (11.53%) มาเลเซีย (29.97%) สหรัฐฯ (10.4%) ญี่ปุ่น (6.25%) **ไทย** (2.19% /ลำดับที่ 14)

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)

- Branding: รักษา Brand Momentum ส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย ให้เป็นที่ยอมรับและนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ และผ่านการจัดงานแสดงสินค้า Top Thai Brands, Mini Thailand Week และงานแสดงสินค้าอื่น ๆ ที่ไทยเข้าร่วม
- สนับสนุน MSMEs from Local to Global
 - ส่งเสริมให้ SMEs ไทยมีโอกาสเปิดตลาดสินค้าในอาเซียนมากขึ้น ผ่านการพัฒนาศักยภาพทั้งสินค้าและผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Top Thai Brands, Mini Thailand Week และผ่านช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในแต่ละประเทศ
 - Strategic Partnership for MSMEs
 - สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับกลุ่มนักธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจการค้าการลงทุนในอนาคตในแต่ละประเทศ เช่น กลุ่ม Super Rich และกลุ่ม Young Executives ในกรอบความร่วมมือ ACMECS และกลุ่ม Startups ในสิงคโปร์
 - สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานภาครัฐ สมาคมการค้ารายใหม่ ๆ กลุ่มธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีบทบาทมากขึ้นเพื่อขยายการค้าการลงทุนของไทย
- ขยายความร่วมมือทางการค้าในโอกาสการเป็นประธานอาเซียน
- ส่งเสริมการส่งออกสินค้าใหม่ ๆ
 - ส่งเสริมการส่งออกสินค้านวัตกรรมต่าง ๆ ที่ไทยได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ในยุค Digital Economy เช่น สินค้าซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน สำหรับการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม สปา สินค้าและสินค้าจำพวก Content เกมส์ Animation ต่าง ๆ
- บุกเจาะตลาดเมืองรอง

กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ปีงบประมาณ 2562)

- จัดคณะผู้แทนการค้าสิงคโปร์เดินทางมาเจรจาการค้าในประเทศไทย (Sourcing Forum) 26 กุมภาพันธ์ 2562
- จัดงาน Thailand Week 2019 ณ ประเทศสิงคโปร์ (1-4 สิงหาคม 2562)

สรุปสถานการณ์เศรษฐกิจ

- นาย Lee Hsien Loong กล่าวสุนทรพจน์เนื่องในวันชาติสิงคโปร์ครบรอบ 54 ปี เรื่องแผนกลยุทธ์การพัฒนาประเทศ 3 ประการ ได้แก่
 - การพัฒนาบุคลากรโดยการสนับสนุนด้านการศึกษา ปัจจุบันสิงคโปร์ได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับที่ 1 จาก 157 ประเทศในด้าน Human Capital Index ทั้งนี้ รัฐบาลมีแผนการจะพัฒนาโรงเรียนอนุบาลที่มีอยู่ให้ดีขึ้น การเพิ่มจำนวนโรงเรียนอนุบาลในเขต Sengkang และ Punggol การจัดตั้งโรงเรียนอนุบาลแบบใหม่ (MOE Kindergartens) การตั้งสถาบันฝึกอบรมครูสำหรับการสอนชั้นอนุบาล รวมถึงการขยายเขตอำนาจได้เงินอุดหนุนครอบครัวที่มีบุตรเรียนชั้นอนุบาล จาก 7,000 SGD เป็น 1,200 SGD
 - การรองรับสังคมผู้สูงอายุ โดยจะเร่งดำเนินการนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุให้แล้วเสร็จในปี 2573 อาทิ เพิ่มเงินสมทบให้แก่ผู้สูงอายุอายุ 55 ปีขึ้นไป ขยายอายุเกษียณเป็น 65 ปี ขยายอายุการจ้างงานเป็น 70 ปี รวมถึงให้เงินช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือกับนโยบายข้างต้น
 - การเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศของโลก รัฐบาลสิงคโปร์ได้จัดตั้งศูนย์ Centre for Climate Research Singapore (CCRS) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ เข้าร่วม Paris Climate Agreement และรณรงค์ให้ประชาชนลดขยะ และนำกลับมาใช้ซ้ำ
- สิงคโปร์อาจเริ่มพิจารณาดำเนินการนโยบายทางการเงิน หลังตัวเลข NODX (Non-Oil Domestic Export) เดือนก.ค. ลดลง 11.2% โดยตัวเลขที่ลดลงนี้มีสาเหตุหลักมาจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน นอกจากนี้ ยังมีการคาดการณ์ว่า ตัวเลขส่งออกของสิงคโปร์ในปี 2562 จะลดลงประมาณ 4.6% อีกด้วย
- อุปนิสัยการบริโภคของชาวสิงคโปร์ เน้นความสะดวกรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ใช้ช่องทางการขายแบบ Omni Channel คือการใช้ช่องทางแบบ Online และ Offline ควบคู่กัน เพื่อให้กระบวนการสั่งซื้อ การจ่ายเงิน และการได้รับสินค้าเป็นไปแบบไร้รอยต่อ ร้านที่เคยขายแบบ Offline ก็ปรับตัวเปิดช่องทางออนไลน์ด้วยเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ในขณะที่ร้านค้าที่เติบโตจากการขายออนไลน์ก็เปิดร้านแบบ Offline ด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามามีประสบการณ์และสามารถทดลองสินค้าได้ก่อน รวมถึงใช้กลยุทธ์อื่น ๆ ที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น ช่องทางการชำระเงินสามารถจ่ายผ่านบัตรเครดิต การโอนธนาคาร หรือเก็บเงินสดเป็นต้น
- สิงคโปร์ได้เปิดตัวธนาคารเมล็ดพันธุ์ หรือ Singapore Botanic Gardens Seed Bank โดยธนาคารเมล็ดพันธุ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความพยายามของสิงคโปร์ในการปกป้องและรักษาความหลากหลายของพันธุ์พืชในท้องถิ่นและระดับภูมิภาค โดยได้มีการจัดสรรพื้นที่เพื่อให้สามารถเก็บพันธุ์พืชได้ถึง 25,000 สายพันธุ์ และสามารถนำมาใช้เพื่อการฟื้นฟูพันธุ์ที่อยู่ของพันธุ์พืชในโครงการอนุรักษ์ป่าต่าง ๆ ของทั้งในสิงคโปร์และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับสิงคโปร์

เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)			
	ปี 2019 (%)	ปี 2018	ปี 2019		ปี 2018	ปี 2019		ปี 2018	ปี 2019	
			ม.ค.-ก.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ก.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ก.ค.	+/- (%)
6		16,986.91 (4.99)	9,514.49	-0.26	9,302.53 (12.24)	5,347.72	3.43	7,684.38 (-2.63)	4,166.77	-4.63

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดสิงคโปร์ ปี 2018 – ปี 2019 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2018	ปี 2018 ม.ค.-ก.ค.	ปี 2019 ม.ค.-ก.ค.	ปี 2019 +/- (%) ม.ค.-ก.ค.
1. อัญมณีและเครื่องประดับ	797.46	369.78	1,107.31	199.45
2. น้ำมันสำเร็จรูป	2,411.83	1,408.70	907.79	-35.56
3. แผงวงจรไฟฟ้า	798.56	451.56	429.31	-4.93
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	347.38	220.17	301.94	37.14
5. เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	576.35	382.64	176.84	-53.78
6. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	170.25	99.12	139.61	40.85
7. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	235.60	142.63	127.24	-10.79
8. เคมีภัณฑ์	207.27	131.06	95.11	-27.43
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	266.17	131.05	94.79	-27.67
10. น้ำมันดิบ	99.94	65.14	78.75	20.89
การส่งออกรวม	9,302.53	5,170.25	5,347.72	3.43

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดสิงคโปร์ ปี 2018 – ปี 2019 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2018	ปี 2018 ม.ค.-ก.ค.	ปี 2019 ม.ค.-ก.ค.	ปี 2019 +/- (%) ม.ค.-ก.ค.
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,368.98	844.81	625.60	-25.95
2. เคมีภัณฑ์	1,027.66	614.13	550.55	-10.35
3. น้ำมันสำเร็จรูป	892.34	512.92	520.31	1.44
4. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	761.11	366.85	327.07	-10.84
5. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	298.41	158.56	315.53	99.00
6. แผงวงจรไฟฟ้า	741.63	438.60	307.72	-29.84
7. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	428.90	250.53	267.30	6.69
8. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	264.43	150.79	133.33	-11.58
9. ผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ	176.28	100.29	130.78	30.40
10. เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ	239.99	121.88	113.74	-6.68
การนำเข้ารวม	7,684.38	4,368.85	4,166.77	-4.63

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร