

## รายงานสถานการณ์ภาพรวมสินค้าอาหารในสิงคโปร์

### 1. ภาพรวมสถานการณ์

#### 1.1. สถานการณ์ตลาดและแนวโน้มการบริโภค

- สิงคโปร์มีพื้นที่สำหรับการทำเกษตรกรรมเพียงร้อยละ 3 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ ซึ่งการเพาะปลูกจะเป็นสินค้าประเภทผักเพียงอย่างเดียว และมีการเลี้ยงปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงปลา ไก่ไข่ กุ้ง และปู เท่านั้น สินค้าอาหารมากกว่า 90% จึงยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ
- สิงคโปร์มีการจัดตั้งนโยบาย 30x30 ซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) ของสิงคโปร์ ที่ให้ความสำคัญของการผลิตอาหารในประเทศมากขึ้น โดยนโยบาย 30x30 มีเป้าหมายที่จะการผลิตอาหารในประเทศให้ได้ 30% ของความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ ภายในปี พ.ศ. 2573 หรือปี ค.ศ. 2030
- สิงคโปร์ถึงแม้ว่าจะจะเป็นประเทศที่มีขนาดเล็กและมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ มีความนิยมในสินค้าอาหารสำเร็จรูป แต่ด้วยการการรณรงค์ของรัฐบาลสิงคโปร์ เพื่อลดอัตราผู้ป่วยโรคเบาหวานในสิงคโปร์ โดยพยายามให้ความรู้แก่ชาวสิงคโปร์เกี่ยวกับสุขภาพ ทำให้ความนิยมอาหารสำเร็จรูปเพื่อสุขภาพที่เป็นนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ
- แนวโน้มความต้องการสินค้าอาหารสำเร็จรูป/สำเร็จรูปเพื่อสุขภาพในสิงคโปร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง สิงคโปร์เป็นประเทศการค้าเสรี ทำให้ระดับการแข่งขันของสินค้าสำเร็จรูป/สำเร็จรูปเพื่อสุขภาพในสิงคโปร์สูงเช่นกัน
- สินค้าอาหารสำเร็จในสิงคโปร์ แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้
  - สินค้าอาหารแปรรูปแช่แข็ง/แช่เย็น
  - สินค้าอาหารแห้งแปรรูป
  - สินค้าอาหารพร้อมทาน
  - สินค้าอาหารกระป๋อง/สินค้าอาหารที่ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร
  - สินค้าอาหารประเภทเส้น
  - สินค้าของหวานและของขบเคี้ยว
  - สินค้าซอสปรุงรส/เครื่องปรุงอาหาร

## 1.2. ข้อมูลสถิติการค้าที่สำคัญ

มูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารแปรรูปของสิงคโปร์จากโลก ปี 2561 - 2563

HS Code	รายการ	ล้านเหรียญสหรัฐฯ			ส่วนแบ่งตลาด			การเปลี่ยนแปลง	
		2561	2562	2563	2561	2562	2563	62/61	63/62
	รวมการนำเข้าสินค้าอาหารจากโลก	5,651.92	5,414.43	5,639.47	100	100	100	-4.20	4.16
04	ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้งธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่บริโภคได้	1,103.98	1,080.03	1,058.82	19.53	19.95	18.78	-2.17	-1.96
21	ของปรุงแต่งเบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้	1,103.98	980.41	1,049.48	19.53	18.11	18.61	15.90	7.05
02	เครื่องในและเนื้อสัตว์	860.87	842.31	956.73	15.23	15.56	16.96	-2.16	13.58
03	ปลา กุ้ง และสัตว์น้ำที่ไม่มีกระดูกสันหลัง	870.71	828.03	703.87	15.41	15.29	12.48	-4.90	-14.99
07	ผักที่กินได้และรากและหัวบางอย่าง	549.23	566.04	658.42	9.72	10.45	11.68	3.06	16.32
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา กุ้ง และอื่นๆ	465.65	461.06	461.87	8.24	8.52	8.19	-0.99	0.18
20	ของปรุงแต่งทำจากพืชผัก ผลไม้ ถูบหนืด หรือ จากส่วนอื่นของพืช	401.74	353.04	377.54	7.11	6.52	6.69	-12.12	6.94
10	ซีเรียล	295.76	303.53	372.73	5.23	5.61	6.61	2.63	22.80

ที่มา : International Enterprise Singapore / © 2020 IHS Markit

## 2. โอกาส อุปสรรค และความท้าทาย

- การนำเข้าสินค้าอาหารในสิงคโปร์ไม่ได้เป็นเพียงแค่นำเข้าเพื่อการบริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออกต่อ (re-export) ด้วย เนื่องจากการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้โอกาสที่ตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วโลกจะเห็นสินค้าที่วางจำหน่ายในสิงคโปร์มีมากขึ้น
- ชาวสิงคโปร์มีกำลังในการซื้อสูงและส่วนใหญ่นิยมบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ
- ในปัจจุบันในสิงคโปร์มีความต้องการสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพแบบแช่เย็น/แช่แข็งมากขึ้น
- สินค้าอาหารแปรรูปของไทยที่มามีออกร้านในงาน Thai Festival ที่ทางสถานทูตไทยได้จัดขึ้น ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการสิงคโปร์ติดต่อกลับมายัง สคต. ณ กรุงสิงคโปร์ เพื่อขอข้อมูลการติดต่อกับบริษัทเหล่านั้น

## 3. กลยุทธ์เจาะตลาดและแผนงานผลิตภัณฑ์

- การใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์สินค้า เนื่องจากชาวสิงคโปร์นิยมเลือกหาและซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ นอกจากนี้ การเจาะตลาดสิงคโปร์ผ่านทางออนไลน์จะใช้ต้นทุนน้อยกว่าการเข้ามาเปิดบริษัทในสิงคโปร์ ทำให้ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในแข่งขันมากขึ้น
- คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ สร้างความหลากหลายของตัวสินค้า การแปรรูปสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่า
- การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thai Festival / Thailand Week ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่จำหน่ายเฉพาะสินค้าไทย รวมถึงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากไทยด้วย

- เข้าร่วม Webinars ของงานแสดงสินค้าอาหารในสิงคโปร์ เช่น Asia Pacific Food Expo และ Singapore Food Expo

#### 4. ข้อเสนอแนะ/ประเด็นที่ต้องเฝ้าระวัง (อาทิ GSP FTAs การเมือง การเลือกตั้ง ภัยพิบัติ ฯลฯ)

- กระแสสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพในสิงคโปร์เติบโตขึ้นเรื่อยๆ
- ชาวสิงคโปร์มีกำลังการซื้อสูง แต่ชาวสิงคโปร์ก็นิยมที่จะพิจารณาถึงความคุ้มค่าของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ
- ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในด้านต่างๆ นอกเหนือจากด้านเงินทุน เช่น ความรู้เรื่องการส่งออก ความรู้ด้านเทคนิค การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต เป็นต้น
- ภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนาระบบการขนส่งของไทย เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งออกและลดต้นทุนการผลิตสำหรับผู้ส่งออกของไทย
- สินค้าอาหารในสิงคโปร์ หน่วยงานที่ควบคุมคือ Singapore Food Agency (SFA) โดยจะเน้นความสำคัญด้านสุขอนามัยให้เป็นที่ไปตามระเบียบของ Food Regulations ซึ่งเจ้าหน้าที่ SFA จะทำการสุ่มตรวจสอบสินค้าเป็นระยะ สินค้าส่วนใหญ่ที่ SFA มุ่งเน้นในการตรวจสอบ ได้แก่ ผัก ผลไม้ สัตว์ปีกแช่เย็น/แช่แข็ง เนื้อสุกรแปรรูป น้ำตาลทราย เป็นต้น
- ผู้ส่งออกไทยที่สนใจจะส่งออกสินค้าอาหารมายังสิงคโปร์ ควรศึกษาระเบียบดังกล่าวอย่างถี่ถ้วน รวมทั้งควรพิจารณาคู่ค้า / ผู้นำเข้า / ตัวแทนจำหน่ายของสิงคโปร์ เพื่อความสะดวกในการขออนุญาตการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าในสิงคโปร์
- ภายใต้อาณัติของ COVID-19 รัฐบาลสิงคโปร์ประกาศเปิดประเทศระยะที่ 3 เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2563 เนื่องจากสิงคโปร์สามารถควบคุมการแพร่ระบาดฯ ได้เป็นอย่างดี จนกระทั่งแทบไม่พบจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศแล้ว ทั้งนี้ มาตรการผ่อนปรนในระยะที่ 3 ส่วนใหญ่จะเป็นการอนุญาตให้ประชากรสิงคโปร์สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมได้มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ เช่น การอนุญาตเพิ่มจำนวนคนสำหรับการพบปะสังสรรค์และไปเยี่ยมญาติ การอนุญาตให้ห้างสรรพสินค้า สถานที่ทางศาสนา การแสดงสดกลางแจ้ง เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานอย่างค่อยเป็นค่อยไป และการอนุญาตให้ผู้ให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวสามารถยื่นขอเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานจาก 50% เป็นสูงสุด 65% อย่างไรก็ตาม มาตรการผ่อนปรนฯ ทั้งหมดยังคงต้องดำเนินการภายใต้มาตรการจัดการความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2563 สิงคโปร์ได้รับวัคซีนต้านโควิด-19 รอบแรก จำนวน 31 กล่อง จากโรงงานของบริษัท Pfizer-BioNTech ตั้งอยู่ที่เมือง Puurs ประเทศเบลเยียม โดยรัฐบาลสิงคโปร์แถลงว่า จะทยอยแจกวัคซีนต้านโควิด-19 ให้กับประชากรสิงคโปร์ทุกคนภายในปี 2564 โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ สิงคโปร์มีกำหนดเป็นเจ้าภาพการประชุมสมัชชาพิเศษ The World Economic Forum (WEF) ประจำปี 2564 ระหว่างวันที่ 13 - 16 พฤษภาคม 2564 ซึ่งการประชุมนี้จะเป็นครั้งแรกที่จัดขึ้นในเอเชีย และจะเป็นการพบปะกันครั้งแรกหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของผู้นำระดับโลกทั้งในภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาสังคม เพื่อการหาหนทางร่วมและความเป็นไปได้ของการฟื้นตัวจากวิกฤตการณ์ COVID-19 ซึ่งเป็นปัญหาเร่งด่วนที่หลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ ใน

การตัดสินใจของ WEF ที่จะจัดการประชุมสมัยพิเศษประจำปี 2564 ณ สิงคโปร์ ได้สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นต่อการจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ของสิงคโปร์ นอกจากนี้การเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมครั้งนี้ จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจการประชุมและนิทรรศการ (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions: MICE) และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคการบริการ (Hospitality) ของสิงคโปร์อีกด้วย

-----

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์

มกราคม 2564