

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
- สิงคโปร์ถึงแม้ว่าจะเป็นประเทศที่มีขนาดเล็กและมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ 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 2562 – 2564 (ก.พ.)

HS Code	รายการ	ล้านเหรียญสหรัฐฯ			การเปลี่ยนแปลง	
		2562	2563	2564 (ก.พ.)	63/62	64/63 (ก.พ.)
	รวมการนำเข้าสินค้าอาหารจากโลก	5,414.43	5,639.47	905.54	4.16	-83.94
04	ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้งธรรมชาติผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่บริโภคได้	1,080.03	1,058.82	181.97	-1.96	8.25
21	ของปรุงแต่งเบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้	980.41	1,049.48	173.13	7.05	11.18
02	เครื่องในและเนื้อสัตว์	842.31	956.73	133.22	13.58	-5.22
03	ปลา กุ้ง และสัตว์น้ำที่ไม่มีกระดูกสันหลัง	828.03	703.87	123.28	-14.99	3.41
07	ผักที่กินได้และรากและหัวบางอย่าง	566.04	658.42	116.79	16.32	15.82
16	ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา กุ้งและอื่นๆ	461.06	461.87	75.38	0.18	21.16
20	ของปรุงแต่งทำจากพืชผัก ผลไม้ ลูกไม้ หรือจากส่วนอื่นของพืช	353.04	377.54	59.77	6.94	18.96
10	ซีเรียล	303.53	372.73	42.00	22.80	-25.07

2. โอกาส อุปสรรค และความท้าทาย

- กระแสสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพในสิงคโปร์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ชาวสิงคโปร์มีกำลังการซื้อสูง แต่ชาวสิงคโปร์ก็นิยมที่จะพิจารณาถึงความคุ้มค่าของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ
- การนำเข้าสินค้าอาหารในสิงคโปร์ไม่ได้เป็นเพียงแค่นำเข้าเพื่อการบริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งออกต่อ (re-export) ด้วย เนื่องจากการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้โอกาสที่ตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วโลกจะเห็นสินค้าที่วางจำหน่ายในสิงคโปร์มีมากขึ้น
- สินค้าอาหารในสิงคโปร์ ควบคุมโดย Singapore Food Agency (SFA) ภายใต้ระเบียบของ Food Regulations ซึ่งเจ้าหน้าที่ SFA จะทำการสุ่มตรวจสอบสินค้าเป็นระยะ สินค้าส่วนใหญ่ที่ SFA มุ่งเน้นในการตรวจสอบ ได้แก่ ผัก ผลไม้ สัตว์ปีกแช่เย็น/แช่แข็ง เนื้อสุกรแปรรูป น้ำตาลทราย เป็นต้น

3. กลยุทธ์เจาะตลาดและแผนงานหลักด้าน

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าไทยทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ ร่วมกับห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รับความนิยม เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าไทย
- การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมสินค้าไทยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และเว็บไซต์
- การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ สร้างความหลากหลายของตัวสินค้า การแปรรูปสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่า

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

- ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในด้านต่างๆ นอกเหนือจากด้านเงินทุน เช่น ความรู้เรื่องการส่งออก ความรู้ด้านเทคนิค การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต เป็นต้น รวมถึงการพัฒนากระบวนการขนส่งของไทย เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งออกและลดต้นทุนการผลิตสำหรับผู้ส่งออกของไทย
- ผู้ส่งออกไทยที่สนใจจะส่งออกสินค้าอาหารมายังสิงคโปร์ ควรศึกษาระเบียบ Food Regulations อย่างถี่ถ้วน รวมทั้งควรพิจารณาคุณค่า / ผู้นำเข้า / ตัวแทนจำหน่ายของสิงคโปร์ เพื่อความสะดวกในการขออนุญาตการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าในสิงคโปร์
- ภายใต้สถานการณ์ COVID-19 สิงคโปร์เข้าสู่การเปิดประเทศระยะที่สาม ตั้งแต่ 28 ธันวาคม 2563 ร้านค้าต่างๆ เปิดทำการแล้ว พบผู้ติดเชื้อในประเทศระดับที่ต่ำ และมีการประกาศผ่อนคลายมาตรการเพิ่มเติมเป็นระยะๆ ทั้งนี้ คาดว่าประเทศจะอยู่ในระยะสามเป็นเวลาหนึ่งปีหรือยาวนานกว่านั้น ล่าสุด สิงคโปร์ประกาศผ่อนคลายมาตรการเพิ่มเติม โดยอนุญาตให้พนักงานสามารถมานั่งทำงานในสถานที่ทำงานได้เป็น 75% ของจำนวนพนักงานทั้งหมด (จากเดิมอนุญาตเพียง 50%) โดยให้เริ่มมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 5 เมษายน 2564 เป็นต้นไป อีกทั้ง ประกาศอนุญาตเพิ่มจำนวนคนเข้าร่วมในงานแต่งงานและงานแสดงสด ภายใต้เงื่อนไขส่งผลตรวจ COVID-19 ล่วงหน้า โดยเริ่มมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 24 เมษายน 2564 เป็นต้นไป ทั้งนี้ ประกาศให้การรวมกลุ่ม สังสรรค์ พบปะทั่วไป ยังคงจำกัดอยู่ที่จำนวนไม่เกิน 8 คน

นอกจากนี้ World Economic Forum ประกาศเลื่อนการจัด WEF สมัยพิเศษ ณ สิงคโปร์ จากเดิมมีกำหนดจัดระหว่างวันที่ 13-16 พ.ค. 64 เป็น วันที่ 17-20 ส.ค. 64 โดยในแถลงการณ์ของ WEF ระบุว่า “การเปลี่ยนแปลงเวลาของการจัดประชุมสะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายระหว่างประเทศในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค” และตั้งข้อสังเกตว่า “ข้อจำกัดของการเดินทางทั่วโลกในปัจจุบันทำให้การวางแผนการประชุมเป็นเรื่องยาก” รวมทั้งยังให้เหตุผลว่า “กฎระเบียบการกักตัวและการเดินทางทางอากาศที่แตกต่างกันได้เพิ่มระยะเวลาการเดินทางที่จำเป็น เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เข้าร่วมจากทั่วโลกสามารถเตรียมการเข้าร่วมประชุมได้ทันเวลา”