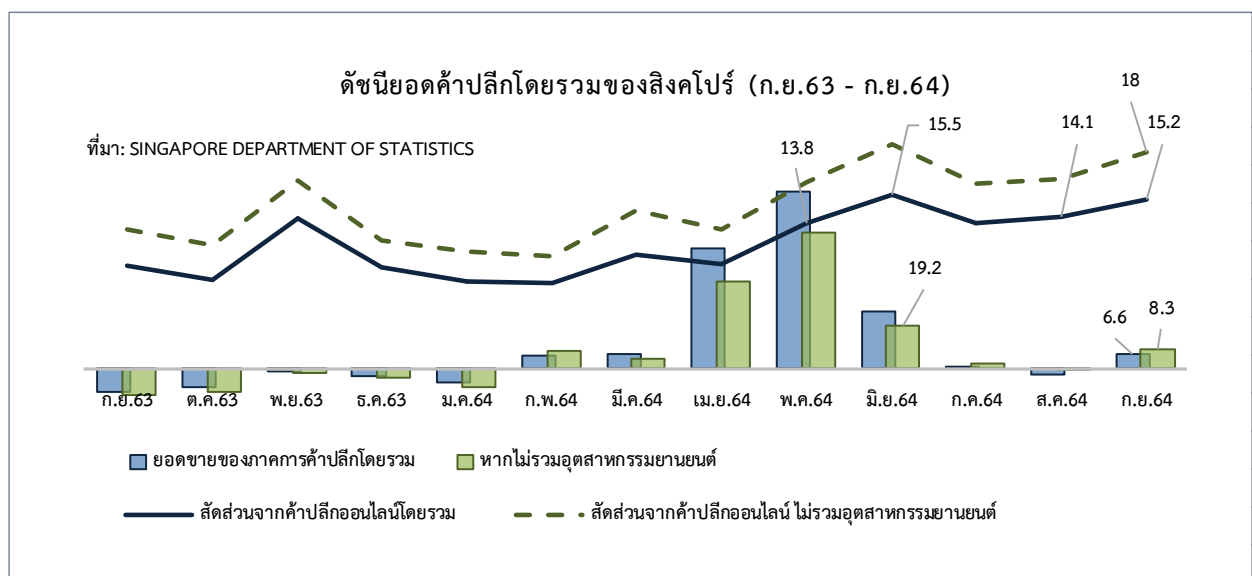
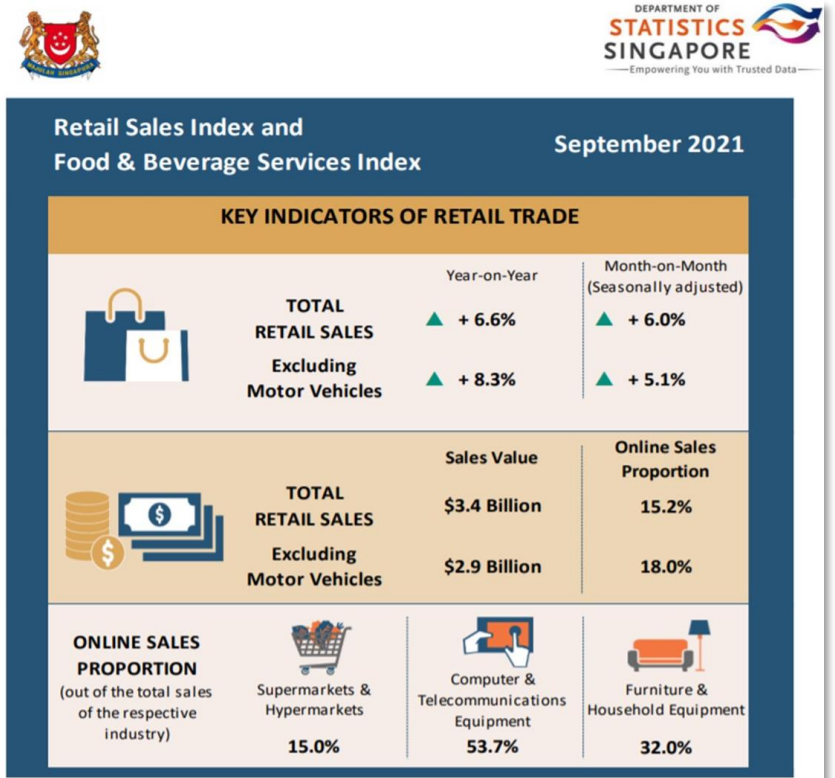


ค้าปลีกออนไลน์ในสิงคโปร์เติบโตต่อเนื่อง

เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564 หน่วยงาน Singapore Department of Statistics ประกาศดัชนีการค้าปลีกและการบริการอาหารและเครื่องดื่มของสิงคโปร์ เดือนกันยายน 2564 โดยยอดขายของภาคการค้าปลีกโดยรวมเติบโต 6.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (yoy) มูลค่าโดยประมาณอยู่ที่ 3.4 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ (82.82 พันล้านบาท¹) หลังจากหดตัว 2.8% ในเดือนสิงหาคม 2564 ซึ่งในมูลค่าดังกล่าว 15.2% มาจากการค้าปลีกออนไลน์ เติบโตจาก 14.1% ในเดือนก่อนหน้า

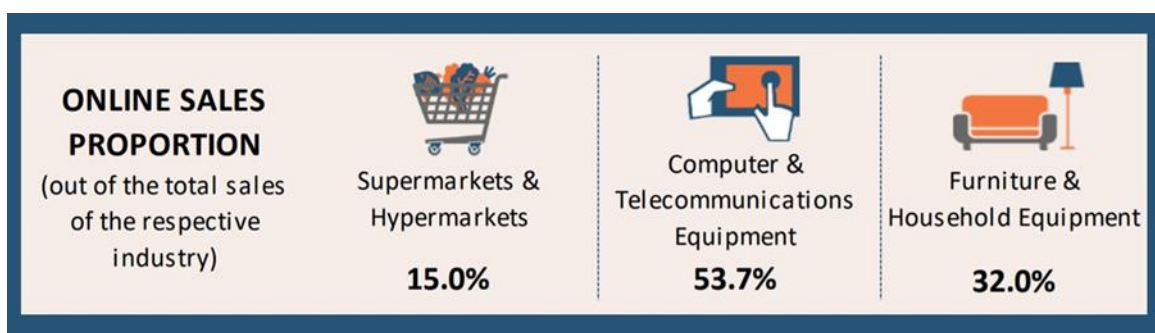
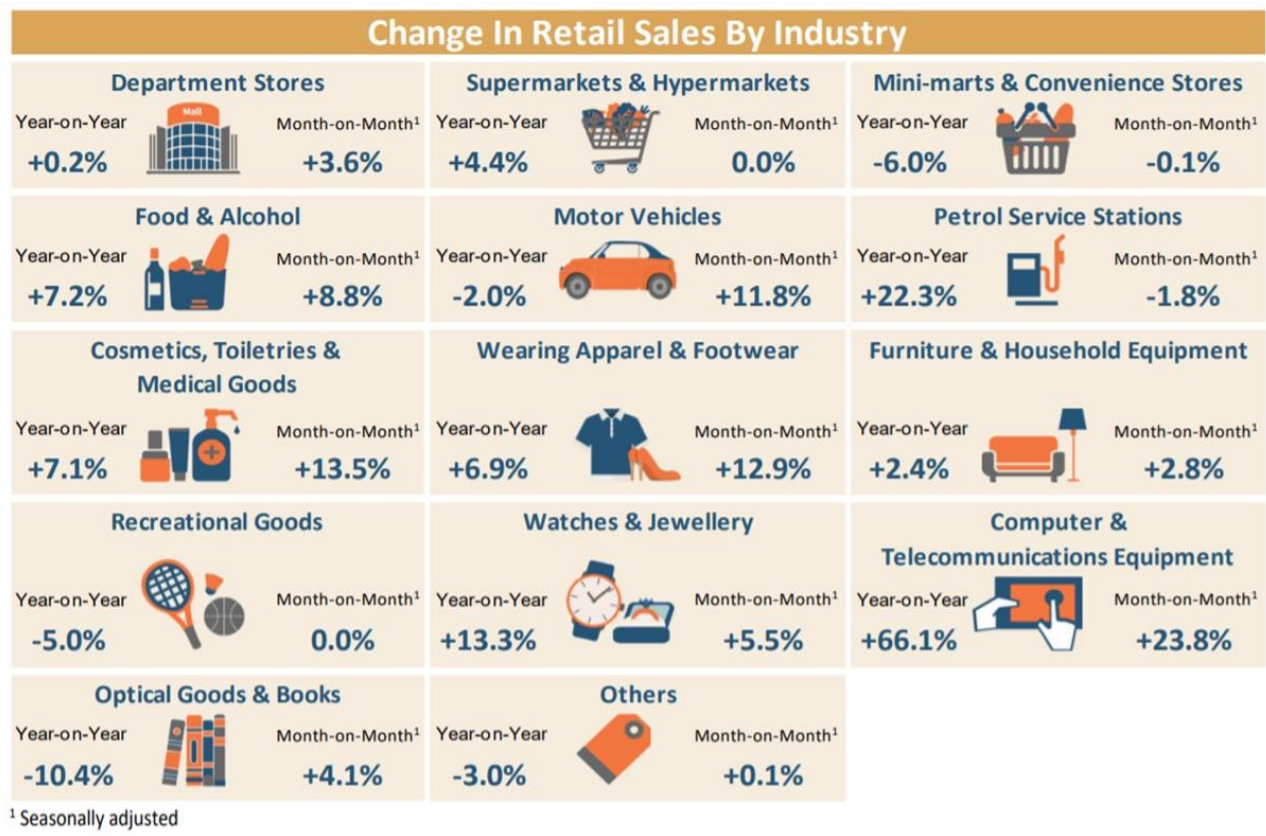
หากไม่รวมอุตสาหกรรมยานยนต์ ยอดขายของภาคการค้าปลีกก็ยังคงเติบโต 8.3% yoy มูลค่าอยู่ที่ประมาณ 2.9 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ (70.64 พันล้านบาท) หลังจากทรงตัว (0.0%) ในเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา โดยในมูลค่าดังกล่าว 18% มาจากการค้าปลีกออนไลน์ เติบโตจาก 16.4% ในเดือนก่อนหน้า



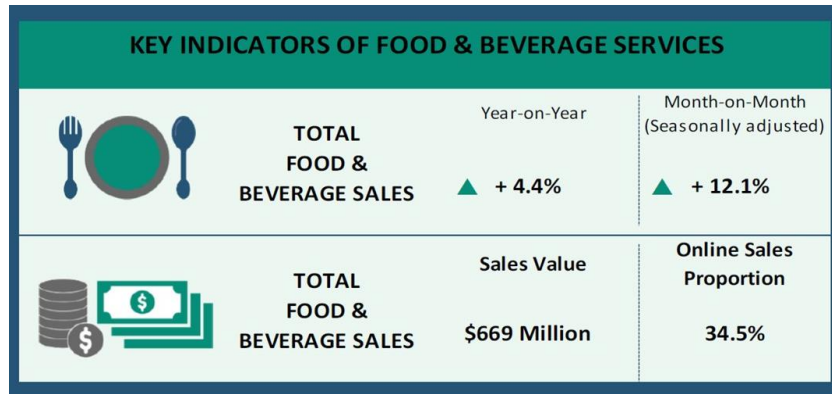
¹ 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 24.36 บาท - ที่มา: <https://www.google.com/intl/en/googlefinance/disclaimer/>

ในเดือนกันยายน 2564 อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในภาคการค้าปลีกโดยรวมเติบโต (เมื่อเทียบเป็นรายปี yoy) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมที่เติบโตถึง 66.1% yoy (โดย 53.7% ของยอดขายมาจากการค้าออนไลน์) เนื่องจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Smart Phone รุ่นใหม่ของ Samsung และ Apple (Samsung เปิดตัว Galaxy Z และ Apple เปิดตัว iPhone13) กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ในครัวเรือนเพิ่มขึ้น 2.4% (โดย 32% ของยอดขายมาจากการค้าออนไลน์) และซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ตเพิ่มขึ้น 4.4% (โดย 15% ของยอดขายมาจากการค้าออนไลน์)

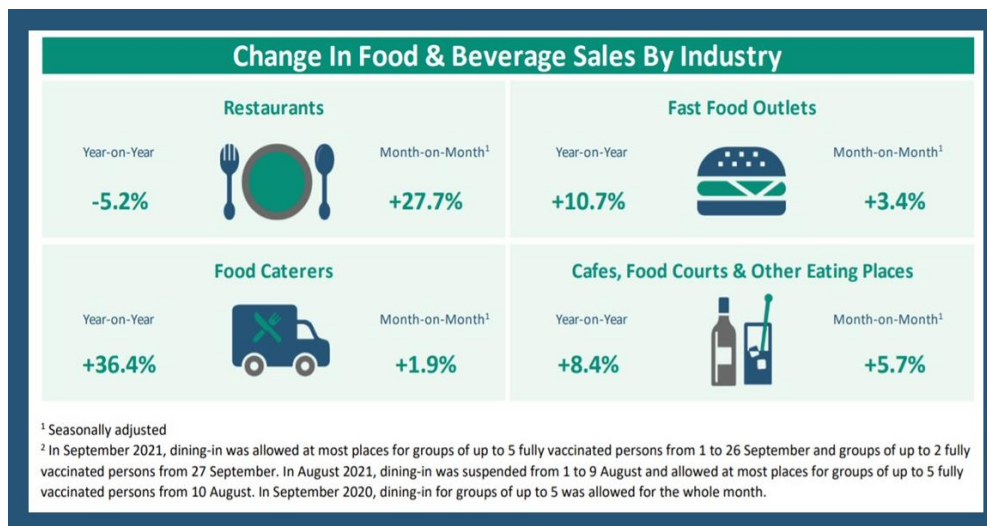
ทั้งนี้ ในด้านกลุ่มสถานีบริการน้ำมัน มียอดขายเพิ่มขึ้น 22.3% อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น กลุ่มนาฬิกาและอัญมณี เพิ่มขึ้น 13.3% เป็นผลจากความต้องการเครื่องประดับที่เพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม กลุ่มสินค้าแว่นตาและหนังสือ ลดลง 10.4% กลุ่มมินิมาร์ทและร้านสะดวกซื้อ ลดลง 6% สินค้าบันเทิงลด 5% และยานยนต์ ลดลง 2%



ด้านยอดขายในภาคการบริการอาหารและเครื่องดื่มของสิงคโปร์ ในเดือนกันยายน 2564 เติบโต 4.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (yoy) มูลค่าอยู่ที่ประมาณ 669 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ (16,296.84 ล้านบาท) หลังจากลดลง 6.7% ในเดือนสิงหาคม 2564 โดยเป็นผลจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโควิด-19² ทั้งนี้ ในมูลค่าดังกล่าว 34.5% มาจากยอดขายอาหารและเครื่องดื่มออนไลน์ อย่างไรก็ตาม มูลค่ายอดขายอาหารและเครื่องดื่มในเดือนกันยายน 2564 ยังคงต่ำกว่าในช่วงก่อนเกิดวิกฤตโควิด



ในเดือนกันยายน 2564 ภายในภาคส่วนบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ยอดขายของ Food Caterers เพิ่มขึ้น 36.4% yoy เป็นผลจากฐานที่ใช้เปรียบเทียบอยู่ในระดับต่ำ กลุ่มร้านอาหาร Fast-Food Outlets เพิ่มขึ้น 10.7% และกลุ่มคาเฟ่ ศูนย์อาหาร และสถานที่รับประทานอาหารอื่นๆ เพิ่มขึ้น 8.4% เนื่องจากความต้องการบริการจัดส่งอาหารที่สูงขึ้น ในทางกลับกัน กลุ่มร้านอาหารลดลง 5.2% เนื่องจากมาตรการควบคุมฯ ที่เข้มงวดขึ้นในเดือนกันยายน 2564 เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2563



² รายละเอียดการบังคับใช้มาตรการควบคุมโควิด-19 ในช่วงเดือนส.ค. - ก.ย. 2564 ของสิงคโปร์:

เมื่อวันที่ 1 ถึง 9 ส.ค. 2564: ห้ามการนั่งรับประทานอาหารในร้านอาหาร

เมื่อวันที่ 10 ส.ค. 2564: เริ่มอนุญาตให้ผู้ที่มีวัคซีนครบแล้วรวมกลุ่มในสถานที่ส่วนใหญ่ได้ไม่เกิน 5 คน

เมื่อวันที่ 1 ถึง 26 ก.ย. 2564: อนุญาตให้ผู้ที่มีวัคซีนครบแล้วนั่งรับประทานอาหารในร้านได้ไม่เกิน 5 คน

เมื่อวันที่ 27 ก.ย. 2564: ปรับลดลงเหลือ 2 คน

วันที่ 10 พ.ย. 2564: เริ่มอนุญาตให้ผู้ที่มีวัคซีนครบแล้วและเป็นครอบครัวเดียวกัน สามารถร่วมนั่งรับประทานอาหารในร้านได้ไม่เกิน 5 คน

RETAIL SALES INDEX AND
FOOD & BEVERAGE SERVICES INDEX
SEPTEMBER 2021

Table 1 Percentage Change of Retail Sales Index (2017=100)

Industry	Year-on-Year Change		Month-on-Month Change (Seasonally Adjusted)	
	at Current Prices		at Current Prices	
	Aug 21/ Aug 20	Sep 21/ Sep 20	Aug 21/ Jul 21	Sep 21/ Aug 21
Total	-2.8	6.6	-0.6	6.0
Total (excl Motor Vehicles)	0.0	8.3	-1.3	5.1
Department Stores	-8.9	0.2	-0.3	3.6
Supermarkets & Hypermarkets	4.6	4.4	-5.1	0.0
Mini-marts & Convenience Stores	-5.8	-6.0	-4.6	-0.1
Food & Alcohol	2.5	7.2	-2.9	8.8
Motor Vehicles	-17.5	-2.0	3.6	11.8
Petrol Service Stations	23.7	22.3	1.5	-1.8
Cosmetics, Toiletries & Medical Goods	-5.1	7.1	-4.8	13.5
Wearing Apparel & Footwear	-1.9	6.9	-0.3	12.9
Furniture & Household Equipment	-6.1	2.4	6.7	2.8
Recreational Goods	-5.3	-5.0	1.8	0.0
Watches & Jewellery	7.9	13.3	6.6	5.5
Computer & Telecommunications Equipment	3.0	66.1	-9.1	23.8
Optical Goods & Books	-9.9	-10.4	4.5	4.1
Others	-11.4	-3.0	-1.9	0.1

Table 2 Percentage Change of Food & Beverage Services Index (2017=100)

Industry	Year-on-Year Change		Month-on-Month Change (Seasonally Adjusted)	
	at Current Prices		at Current Prices	
	Aug 21/ Aug 20	Sep 21/ Sep 20	Aug 21/ Jul 21	Sep 21/ Aug 21
Total	-6.7	4.4	-1.9	12.1
Restaurants	-24.4	-5.2	0.5	27.7
Fast Food Outlets	8.7	10.7	-4.1	3.4
Food Caterers	-0.7	36.4	-3.7	1.9
Cafes, Food Courts & Other Eating Places	3.0	8.4	-2.4	5.7

ความคิดเห็นของ สคต.

เศรษฐกิจภายในประเทศของสิงคโปร์ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงต้นปี 2564 จนถึงช่วงเดือนสิงหาคม ที่รัฐบาลสิงคโปร์ประกาศยกระดับมาตรการควบคุมโควิด-19 ส่งผลให้ดัชนียอดค้าปลีกโดยรวมของสิงคโปร์กลับไปติดลบอีกครั้ง (-2.8% yoy) ต่อมาในเดือนกันยายน 2564 เมื่อรัฐบาลประกาศผ่อนปรนมาตรการฯ ดัชนียอดค้าปลีกโดยรวมก็ปรับตัวดีขึ้นไปเป็นบวกอีกครั้ง (+6.6% yoy) และยังเป็นอัตราเติบโตที่มากกว่า Bloomberg ได้คาดการณ์ไว้ที่ +2.2% อีกด้วย ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าท่ามกลางการปรับเปลี่ยน การยกระดับ และการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโควิด-19 หลายครั้ง แต่สัดส่วนการค้าปลีกที่มาจากช่องทางออนไลน์ยังคงมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทั้ง 3 กลุ่มอุตสาหกรรม (อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม กลุ่มเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ในครัวเรือน และซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต)

นอกจากนี้ คาดว่าในช่วงปลายปี 2564 จนถึงต้นปี 2565 เศรษฐกิจภายในประเทศของสิงคโปร์ น่าจะปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากการรัฐบาลเริ่มอนุญาตให้ผู้ที่ฉีดวัคซีนครบแล้วและเป็นครอบครัวเดียวกัน สามารถร่วมนั่งรับประทานอาหารในร้านได้ไม่เกิน 5 คน ตั้งแต่วันที่ 10 พฤศจิกายน 2564 เป็นต้นไป ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นเทศกาลเฉลิมฉลองคริสมาสต์ ปีใหม่ และตรุษจีน ซึ่งคาดว่าจะส่งผลดีต่อการบริโภคภายในประเทศ และสามารถกระตุ้นการส่งออกสินค้าไทยมายังสิงคโปร์ด้วย

ที่มา :

Singapore Department of Statistics - <https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/news/mrssep2021.pdf>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์

พฤศจิกายน 2564