

## ธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วนในตลาดสิงคโปร์



สิงคโปร์เป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางการค้ารถยนต์ในเอเชีย แต่ไม่มีการผลิตรถยนต์ในประเทศ แต่สิงคโปร์เป็นจุดเริ่มต้นการค้าสำหรับประเทศที่ผลิตรถยนต์ในเอเชีย อุตสาหกรรมรถยนต์ของประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ได้ย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศต่างๆ เช่น อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม จีน เพื่อลดต้นทุนการผลิต แต่อาเซียนยังเป็นตลาดรถยนต์ที่สำคัญในตลาดโลก

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความสำคัญสำหรับบริษัทยานยนต์จากทั่วโลกที่เข้ามาลงทุนจัดตั้งสำนักงานใหญ่ รวมถึงการจัดหาชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ การค้นคว้าวิจัยและการผลิตสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ผลิตชั้นนำที่เป็น Original Equipment Manufacturers (OEMs) และบริษัทผู้จัดหายานยนต์จะตั้งสำนักงานในสิงคโปร์เพื่อดูแลกิจการในภูมิภาค นอกจากนี้ บริษัท OEMs หลายรายยังใช้สิงคโปร์เป็นฐานโลจิสติกส์จัดส่งชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ให้แก่ลูกค้าในภูมิภาค เนื่องจากสิงคโปร์มีฐานที่ตั้งด้านโลจิสติกส์สามารถต่อเนื่องไปยังตลาดต่างๆ ในภูมิภาคได้อย่างสะดวกรวดเร็ว รวมถึงสิงคโปร์มีโครงสร้างพื้นฐานการเงิน/การคลังที่มั่นคงและบุคลากรมีความรู้ความชำนาญ ส่งผลให้สิงคโปร์เป็นเสมือนศูนย์แห่งยานยนต์ในภูมิภาค

นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังมีพื้นฐานอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่งในด้านอิเล็กทรอนิกส์ การโทรคมนาคมสารสนเทศและ Mechanical Engineering ซึ่งช่วยส่งเสริมการค้าค้นคว้าวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากการที่มีบริษัทมากกว่า 800 ราย มีส่วนร่วมในการค้นคว้าเกี่ยวกับ Engine Control Modules, Infotainment, Telematics และอื่นๆที่เกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น บริษัท Delphi, Continental, Bosch เป็นต้น

เนื่องจากสิงคโปร์เป็นเกาะเล็กๆ รัฐบาลจึงสนับสนุนให้คนสิงคโปร์ใช้รถขนส่งสาธารณะ จึงได้สร้างแผนการเดินทางทั้งทางรถประจำทาง รถ MRT และรถยนต์ เพื่อไม่ให้เกิดสภาพรถติดในเกาะแห่งนี้ และรณรงค์ให้ประชาชนใช้ระบบการขนส่งสาธารณะ และควบคุมคนสิงคโปร์ประมาณร้อยละ 15 เท่านั้นที่เป็นเจ้าของรถยนต์ ทั้งนี้ การเป็นเจ้าของรถยนต์จะต้องมีเอกสารสิทธิ์ครอบครองยานยนต์ (Certificate of Entitlement : COE) ก่อน ซึ่งมีราคาสูง ดังนั้นรถยนต์นั่งในสิงคโปร์จะมีราคาสูง

สำหรับการผลิตรถยนต์ของโลกในปี 2557 นั้น ประเทศที่ผลิตรถยนต์มากที่สุด คือ จีน ผลิตรถยนต์ ทั้งรถยนต์นั่งและรถเพื่อการพาณิชย์ได้รวม 23.72 ล้านคัน รองลงมา คือ สหรัฐฯ ผลิตรถยนต์ได้รวม 11,661 ล้านคัน และญี่ปุ่น ผลิตรถยนต์ได้รวม 9.77 ล้านคัน ไทยผลิตรถยนต์ได้เป็นอันดับที่ 12 ของโลก คือผลิตได้ 1.8 ล้านคัน

### กราฟแสดงลำดับของประเทศที่ผลิตรถยนต์ได้มากที่สุด 12 อันดับแรก ของโลก ในปี 2557



### ยานยนต์ในสิงคโปร์

หน่วยงาน Land Transport Authority (LTA) ของสิงคโปร์ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบการวางแผน การบริหารจัดการ การรักษาระบบการขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางทางถนนและรถไฟฟ้าในสิงคโปร์ โดย LTA มีความต้องการให้ประชาชนใช้ขนส่งมวลชน เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศเล็ก มีพื้นที่เพียง 716.1 ตารางกิโลเมตร หากไม่มีการควบคุมจำนวนยานยนต์ จะทำให้เกิดสภาวะรถติดมาก ดังนั้น LTA จึงได้มีการกำหนดระบบการยื่นขอสิทธิ์ครอบครองยานยนต์ (Certificate of Entitlement : COE) ก่อน โดยผู้ที่ประสงค์จะซื้อรถยนต์ ต้องยื่นขอสิทธิ์ครอบครองยานยนต์ก่อน ซึ่ง LTA

จะเปิดให้มีการประมูล COE ทุกเดือน หรืออาจจะซื้อรถพร้อม COE จากผู้จำหน่ายยานยนต์ก็ได้ ทั้งนี้ LTA จะควบคุมจำนวน COE ที่ให้ประมูลด้วย

นอกจากนี้ LTA ยังรับผิดชอบการจดทะเบียนยานยนต์ในสิงคโปร์ ทั้งรถยนต์นั่ง รถเพื่อการพาณิชย์ รถรับจ้าง รถประจำทาง รวมถึง MRT ในระหว่างปี 2555-2557 จำนวนยานยนต์ในสิงคโปร์ได้มีการจดทะเบียนแยกตามประเภทและแบรนด์ ดังนี้

#### จำนวนยานยนต์รวมในสิงคโปร์ แบ่งตามประเภท

หน่วย : คัน

ประเภท	2555	2556	2557
<b>รวมทุกประเภท</b>	<b>969,910</b>	<b>974,170</b>	<b>972,037</b>
1. รถยนต์นั่งและสเตชันแวกอน	605,149	607,292	600,176
2. รถเช่า	14,862	16,396	18,847
3. รถแท็กซี่	28,210	27,695	28,736
4. รถประจำทาง	17,162	17,509	17,554
5. รถขนส่งเพื่อการพาณิชย์และอื่นๆ	160,417	160,344	161,698
6. รถจักรยานยนต์และสกู๊ตเตอร์	144,110	144,934	145,026

ที่มา : Land Transport Authority (LTA)

สินค้ายานยนต์ อยู่ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 8703 (รถยนต์และยานยนต์อื่นๆที่ออกแบบสำหรับขนส่งบุคคลเป็นหลัก รวมถึงรถสเตชันแวกอนและรถแข่ง) HS 8704 เป็นรถเพื่อการพาณิชย์ และสินค้าชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ อยู่ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 8706 - 8708 (ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานยนต์ตามประเภท 8701 - 8705)

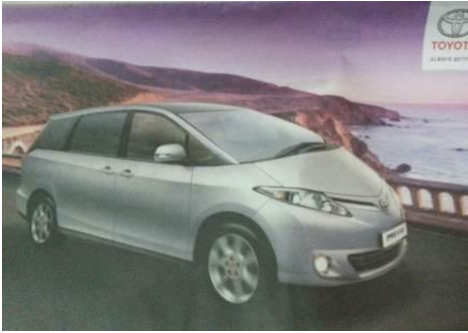
#### จำนวนรถยนต์นั่งและสเตชันแวกอน (รวมรถเช่า) ในสิงคโปร์ แยกตามแบรนด์ 10 อันดับแรก ปี 2555-2557

หน่วย : คัน

อันดับ	แบรนด์	2555	2556	2557	ส่วนแบ่งตลาด 2557 (%)
1	TOYOTA	159,889	157,589	153,163	24.74
2	HONDA	89,193	87,747	85,636	13.83
3	NISSAN	55,651	54,360	52,273	8.44
4	MERCEDES BENZ	36,131	38,554	41,525	6.71
5	HYUNDAI	43,953	42,643	39,626	6.40
6	BMW	34,817	37,691	39,518	6.38
7	MITSUBISHI	34,957	34,117	32,440	5.24
8	KIA	23,247	23,080	22,749	3.67
9	MAZDA	21,715	21,542	21,949	3.55
10	VOLKSWAGEN	16,698	19,466	21,801	3.52

ที่มา : Land Transport Authority (LTA)

รถยนต์นั่ง (Passenger Cars) แปรนต์ต่างๆที่เป็นที่นิยมใน



Toyota



Honda



Mercedes Benz



Volvo



BMW



Mitsubishi



Kia



Mazda



Volkswagen



Volvo



Audi

ที่มาภาพ : google.com

● **ระเบียบข้อกำหนดสำหรับผู้ต้องการครอบครองยานยนต์ในสิงคโปร์**

- (1) หน่วยงานภาครัฐ Land Transport Authority (LTA) มีระเบียบข้อกำหนดสำหรับผู้ต้องการซื้อและครอบครองยานยนต์ ซึ่งต้องยื่นขอสิทธิ์เป็นเจ้าของการครอบครองยานยนต์ (Certificate of Entitlement : COE) ก่อนซื้อ โดยเป็นการประมูลตามขนาดซีซีที LTA จำแนกไว้ ตามขนาดของเครื่องยนต์ (ซีซี) และประเภทของรถยนต์ มีราคาตั้งแต่ 67,601 - 79,509 เหรียญสิงคโปร์ (ข้อมูล ณ วันที่ 22 เม.ย. 58) ซึ่ง COE มีอายุ 10 ปี หากต้องการใช้รถต่อหลังจาก 10 ปี แล้ว เจ้าของยานยนต์ ต้องประมูล COE ต่อไปอีกครั้งหนึ่ง  
(หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน ณ เม.ย. 2558 เงิน 1 เหรียญสิงคโปร์ ประมาณ 25.50 บาท)
- (2) ยานยนต์ที่นำเข้าสู่สิงคโปร์ ต้องปฏิบัติตามระเบียบที่ต้องใช้ Unleaded Petrol รวมถึงใช้ CFC-Free Air Conditioners และต้องผ่านการตรวจสอบ Mechanical Inspection จาก Land Transport Authority (LTA) หากยานยนต์นั้นๆ มีการแก้ไขดัดแปลงก่อนที่จะนำเข้า ผู้นำเข้าต้องแสดงหนังสือรับรองจากผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองจาก LTA ในการแก้ไขดัดแปลงยานยนต์ประกอบเพื่อขออนุญาตนำเข้า

● **ภาษี และค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนรถยนต์**

ผู้ซื้อรถยนต์จะต้องจ่ายภาษี ดังนี้

- (1) Excise Duty ในอัตรา 20% ของ Open Market Value (OMV = purchase price + Freight + insurance + all other charges incidental to the sale and delivery of the car from country of manufacturers to Singapore)
- (2) Goods and Services Tax (GST) ในอัตรา 7% ของ Excise Duty และ OMV

นอกจากนี้ ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆสำหรับการจดทะเบียนรถยนต์ ดังนี้

- (1) ค่าจดทะเบียน (Registration Fee : RF) เป็นเงิน 140 เหรียญสิงคโปร์ ทุกคันเสียเท่ากัน
- (2) ค่าจดทะเบียนเพิ่มเติม (Additional Registration Fee : ARF) โดยมีอัตราจัดเก็บตามราคารถยนต์นั่ง ดังนี้

Vehicle OMV	ARF Rates
ราคา ช่วงแรก 20,000 เหรียญสิงคโปร์	100%
ราคา ช่วงต่อไป 30,000 เหรียญสิงคโปร์	140%
ราคา ที่สูงกว่า 50,000 เหรียญสิงคโปร์	180%

ตัวอย่างการคิดคำนวณการจ่าย ARF สำหรับรถยนต์ที่มี Open Market Value (OMV) ราคา 75,000 เหรียญสิงคโปร์ ดังนี้

Vehicle OMV : S\$75,000	ARF Rates	ARF Payable
ราคา ช่วงแรก 20,000 เหรียญสิงคโปร์	100%	100% x S\$20,000 = S\$20,000
ราคา ช่วงต่อไป 30,000 เหรียญสิงคโปร์	140%	140% x S\$30,000 = S\$42,000
ราคา ที่สูงกว่า 50,000 เหรียญสิงคโปร์	180%	180% x S\$25,000 = S\$45,000
รวมเป็นเงินค่า ARF ทั้งสิ้น = S\$107,000 (S\$20,000 + 42,000 + 45,000)		

ที่มา : Land Transport Authority (LTA)

(3) ค่าขึ้นขอสติห์ครอบครองยานยนต์ในสิงคโปร์ (Certificate of Entitlement : COE) ซึ่งผู้ซื้อ

จะต้องทำการประมูล และราคา COE นั้นมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างบ่อยตามประกาศของรัฐบาล โดยการแบ่งกลุ่มจำแนกออกตาม Engine Capacity (CC) ของยานยนต์ ดังนี้

กลุ่ม A Car-The engine capacity 1,600cc and below, The engine power below 97 kW (or equivalent 130bhp)

กลุ่ม B Car-The engine capacity above 1,600cc, The engine power above 97 kW (130bhp)

กลุ่ม C Goods Vehicles and Bus

กลุ่ม D Motorcycle

กลุ่ม E Open for any type of vehicle

ตัวอย่างการคิดภาษีรถยนต์และค่าใช้จ่ายอื่นๆเพื่อจดทะเบียนรถยนต์ในสิงคโปร์ (เมย. 2558)

หน่วย : เหรียญสิงคโปร์

No	Make & Model	Engine Capacity (CC)	Average OMV <sup>1</sup>	GST & Excise Duty <sup>2</sup>	Tiered ARF Payable <sup>3</sup>	Registration Fee	COE (Apr 15)	Total Basic Cost with COE <sup>4</sup>	Selling Price by Dealers with COE <sup>5</sup>
1	B.M.W. 528i	1,997	48,669	13,822	60,137	140	76,612	194,380	282,800
2	Honda, Accord 2.0	1,997	29,266	8,312	32,973	140	76,612	147,303	174,999
3	Honda, CRV 2.4L	2,345	25,982	7,379	28,375	140	76,162	138,488	172,999
4	Mazda 3 Sedan 1.5L	1,496	16,810	4,774	16,810	140	67,749	96,331	117,888
5	Mercedes Benz, C250	1,991	39,387	11,186	47,142	140	76,612	164,467	219,888
6	Mercedes Benz, S400	2,996	99,093	28,142	150,368	140	76,612	354,355	459,888
7	Toyota, Camry 2.5 Hybrid	2,494	42,734	12,136	51,828	140	76,612	168,450	191,888
8	Volvo, XC90 T-5	2,497	45,803	13,008	56,125	140	76,612	206,688	n.a.
9	Volkswagen	1,598	24,977	7,093	26,968	140	67,749	116,927	164,300

- Note :
1. OMV : Average Open Market of new cars registered in the month
  2. Duty payable at Singapore Customs includes Excise Duty @ 20% and 7% GST
  3. Tiered Additional Registration Fee (ARF) structure : 100% of OMV for the first \$20,000 of OMV, 140% of incremental OMV for the next \$30,000 of OMV, and 180% of incremental OMV for OMV above \$50,000
  4. Total basic cost excludes insurance premium, number plates, road tax, IU, dealer's commission and all other overhead expenses
  5. Car selling prices for Apr 2015 are provided by the Motor Traders Association of Singapore and other authorized distributors

(4) ค่า Road Tax สำหรับรถยนต์ Petrol หรือ Petrol-CNG หรือ CNG หรือ Diesel โดยยานยนต์ทุกคันในสิงคโปร์จะต้องจ่ายค่า Road Tax ให้แก่ Land Transport Authority โดยอาจจ่ายทุก 6 เดือน หรือทุก 1 ปี และต้องนำป้าย Road Tax ติดแสดงไว้ที่กระจกด้านหน้ารถตลอดเวลา สำหรับการคิดคำนวณอัตราค่า Road Tax จะคิดตาม Engine Capacity (EC) ในลักษณะ CC ของเครื่องยนต์โดยระบบการคำนวณ ดังนี้

Engine Capacity (EC) in cc	ระบบการคิด Road Tax ช่วง 6 เดือน
$EC \leq 600$	$S\$200 \times 0.782$
$600 < EC \leq 1,000$	$[S\$200 + 0.125 \times (EC - 600)] \times 0.782$
$1,000 < EC \leq 1,600$	$[S\$250 + 0.375 (EC - 1,000)] \times 0.782$
$1,600 < EC \leq 3,000$	$[S\$475 + 0.75 (EC - 1,600)] \times 0.782$
$EC > 3,000$	$[S\$1,525 + 1 (EC - 3,000)] \times 0.782$

หมายเหตุ : เริ่มใช้ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2551

ดังนั้นการคิดคำนวณ Road Tax สำหรับรถยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบ (Engine Capacity) 1,600cc อัตรา Road Tax จะต้องเสียค่าภาษี 372 เหรียญสิงคโปร์ (ช่วง 6 เดือน)

(5) ค่า Road Tax สำหรับ Electric หรือ Petrol-Electric Cars

การคิดคำนวณ Road Tax ตาม Power Rating, PR (kW) ดังนี้

Power Rating, PR (kW)	ระบบการคิด Road Tax ช่วง 6 เดือน
$PR \leq 7.5$	$S\$200 \times 0.782$
$7.5 < PR \leq 32.5$	$[S\$200 + 2 (PR-7.5)] \times 0.782$
$32.5 < PR \leq 70$	$[S\$250 + 6 (PR-32.5)] \times 0.782$
$70 < PR \leq 157.5$	$[S\$475 + 12 (PR-70)] \times 0.782$
$PR > 157.5$	$[S\$1,525 + 16 (PR-157.5)] \times 0.782$

หมายเหตุ : เริ่มใช้ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2551

ดังนั้น การคิดคำนวณ Road Tax สำหรับรถยนต์ที่มีความจุกระบอกสูบ (Engine Capacity) 1,490cc มีพลังมอเตอร์สูงสุด 33kW อัตรา Road Tax ของ Electric Car จะต้องเสียค่าภาษี 198 เหรียญสิงคโปร์ (ช่วง 6 เดือน) ส่วน Road Tax ของ Petrol-Electric Car จะใช้การคำนวณจากทั้ง 2 แบบก่อนคือ ตามลักษณะความจุกระบอกสูบ (cc) และตามแบบพลังมอเตอร์ (kw) แล้วเลือกอันที่มีค่าสูงสุด ซึ่งในตัวอย่างนี้จะต้องเสียค่าภาษี 340 เหรียญสิงคโปร์ (ช่วง 6 เดือน)

(6) ค่า Road Tax เพิ่มเติม สำหรับยานยนต์ที่มีอายุใช้งานเกิน 10 ปีขึ้นไป

เจ้าของรถยนต์จะต้องไปประมูลต่อ COE ก่อน แล้วจึงสามารถต่อ Road Tax ได้ โดยจะต้องจ่ายค่า Road Tax และ Road Tax Surcharge ด้วย ซึ่งอัตราการจ่ายค่า Road Tax Surcharge เพิ่มเติม มีดังนี้

อายุการใช้งานของยานยนต์	ค่า Road Tax เพิ่มเติม/ปี (Annual Road Tax Surcharge)
มากกว่า 10 ปี	10% of Road Tax
มากกว่า 11 ปี	20% of Road Tax
มากกว่า 12 ปี	30% of Road Tax
มากกว่า 13 ปี	40% of Road Tax
มากกว่า 14 ปี	50% of Road Tax

- Green Car ในสิงคโปร์

สิงคโปร์ส่งเสริมให้ใช้ Carbon Emissions-based Vehicle (CEV) โดยกำหนดให้มี Carbon Emissions-based Vehicle Scheme (CEVS) สำหรับช่วงเดือนมกราคม 2556 – มิถุนายน 2558 ซึ่ง ผู้ซื้อ CEV จะได้รับการลดหย่อนภาษีเป็นพิเศษ ภาครัฐตั้งเป้าหมายไว้ประมาณร้อยละ 20 ของยานยนต์จะสามารถเข้าข่ายโปรแกรมดังกล่าว อัตราของการลดหย่อนภาษี ประมาณคันละ 5,000 - 20,000 เหรียญ-สิงคโปร์ และคาดการณ์ภาษีที่จะต้องลดหย่อนรวมเป็นเงินประมาณ 34 ล้านเหรียญสิงคโปร์

ภายใน 18 เดือนแรกของโปรแกรมหักภาษี 60 ของยานยนต์ใหม่ที่จดทะเบียนสามารถเข้าข่ายขอลดหย่อนภาษี CEVS (คิดเป็น 3 เท่าของเป้าหมายที่ตั้งไว้) ซึ่งผลปรากฏว่า ในช่วงเดือนมกราคม 2556 – มิถุนายน 2557 Land Transport Authority (LTA) ต้องลดหย่อนภาษีมากกว่า 155 ล้านเหรียญสิงคโปร์ โดยที่ LTA รับผิดชอบยานยนต์ที่เป็น Green Care จำนวนเกือบ 20,000 คัน ทั้งนี้ ผู้ค้ายานยนต์ให้ความเห็นว่า โปรแกรมจำนวนยานยนต์ CEV มีเพิ่มขึ้นมากเกินเป้าหมาย อาจทำให้ LTA จะต้องปรับเปลี่ยนโปรแกรมการลดหย่อนภาษีดังกล่าว

ทั้งนี้ ยานยนต์ในสิงคโปร์ที่เข้าข่ายในการขอรับการลดหย่อนภาษีภายใต้ CEVS อาทิ Mercedes C-Class/E-Class/S-Class Limousine



- **ยานยนต์ที่ขับเคลื่อนเอง (Self-driving Cars)**

เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2557 กระทรวงคมนาคมสิงคโปร์ (Ministry of Transport) ได้ประกาศการเปิดตัว “Carts” (Committee for Autonomous Road Transport for Singapore) ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้เชี่ยวชาญจากหลายสาขา เพื่อหาคำตอบสำหรับ “Autonomous Vehicles : AVs” (Self-driving vehicles) เพื่อใช้ในสิงคโปร์ โดยการใช้ระบบ Lidar (Light and Radar) ที่สามารถมองเห็นได้ในรูปแบบ 3D เทียบเท่ากับสายตาของมนุษย์ เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยานยนต์

ในปัจจุบัน ผู้ผลิตหลายรายอยู่ระหว่างการผลิต AVs และคาดว่า จะเริ่มจำหน่ายตั้งแต่ต้นปี 2559 ทั้งนี้ Massachusetts Institute of Technology คาดว่า ความต้องการ AVs ของสิงคโปร์อาจเป็น 30% ของจำนวนยานยนต์รวมในสิงคโปร์ นอกจากนี้ นักวิจัยในกลุ่มเดียวกันให้ความเห็นว่า อาจจะเป็นการลดจำนวนยานยนต์ได้ถึง 40% หากมีโปรแกรมการใช้อยานยนต์ร่วมกัน เพื่อลดความหนาแน่นของการจราจรบนท้องถนน รวมถึงลดการเกิดอุบัติเหตุด้วย

อนึ่ง ปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญสำหรับ AVs คือ ความปลอดภัยด้านดิจิทัล (Digital Security) ที่อาจเกิดไวรัสทำลายระบบ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐสิงคโปร์ให้การสนับสนุน AVs โดยให้ทำการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาโอกาสให้ AVs สามารถเข้าสู่เชิงพาณิชย์ต่อไปในอนาคต

ภาพยานยนต์ AVs ชื่อ Scot (Shared Computer Operated Transport) ที่ทำการทดลองการขับเคลื่อนด้วยคอมพิวเตอร์ ณ University of Singapore Campus เมื่อเดือนมกราคม 2557

(ที่มาภาพ : The Straits Times)



- **นวัตกรรมใหม่ รถแท็กซี่ไฟฟ้า (Electric Taxi) ชาร์จไฟได้อย่างรวดเร็ว ผลิตในสิงคโปร์**

สิงคโปร์เริ่มผลิตรถแท็กซี่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า EVA1 ที่ใช้เวลาชาร์จไฟเพียง 15 นาที สามารถวิ่งได้ระยะทาง 200 กิโลเมตร ซึ่งผลิตโดย TUM Create Scientific โดยเป็นความร่วมมือระหว่าง Nanyang Technological University (NTU) สิงคโปร์ และ Technische Universität München ของเยอรมนี มุ่งเน้นสร้างให้เป็นรถแท็กซี่ที่ช่วยส่งเสริมสถานะแวดล้อมรักษ์โลก เหมาะสมสำหรับประเทศเมืองร้อน

รถแท็กซี่นี้ ประกอบด้วยอุปกรณ์อื่นๆพิเศษหลายประการ อาทิ ระบบเครื่องปรับอากาศบนเพดานรถ ให้ความเย็นทั่วถึงได้ในแต่ละที่นั่ง ติดตั้งที่นั่งสำหรับเด็กอายุ 9 เดือน ถึง 3 ปี ดึงออกมาจากด้านหลังพนักที่นั่งด้านหน้า มีระบบการทำให้เบาะที่นั่งเย็นลง มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ/เครื่องเสียงผ่านมือถือของผู้โดยสาร

อนึ่ง จำนวนรถแท็กซี่ในสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 3 ของจำนวนรวมรถยนต์นั่ง และวิ่งเป็นระยะทางร้อยละ 15 ของระยะทางที่รถอื่นๆวิ่ง ซึ่งรถแท็กซี่จะใช้เกือบตลอด 24 ชั่วโมง มีคนขับเป็นกะเฉลี่ยระยะทางวิ่งประมาณ 520 กิโลเมตร/วัน

ทั้งนี้ การปรับเปลี่ยนมาใช้ไฟฟ้าเพื่อการขับเคลื่อนแทนน้ำมัน จะเป็นปัจจัยสำคัญในการลด Carbon Emission รวมถึงเสียงดัง และ Exhaust Pollution



อย่างไรก็ดี TUM Create Scientific เริ่มเสาะหาคู่ค้าเชิงพาณิชย์เพื่อประสานงานในการตรวจสอบความปลอดภัยของรถแท็กซี่ และหาวิถีทางในการผลิตเชิงพาณิชย์ต่อไป อีกทั้งจำเป็นต้องดำเนินการเรื่องการติดตั้งสถานีชาร์จไฟให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นกว่า 70 แห่งที่มีในปัจจุบัน

ภาพรถแท็กซี่ไฟฟ้า EVA 1

(ที่มาภาพ : Google.com)



### ● การนำเข้ารถยนต์ใช้แล้ว (Used Car) ของสิงคโปร์

รถยนต์ใช้แล้วที่จะนำเข้ามายังสิงคโปร์ จะต้องมีอายุการใช้งานน้อยกว่า 3 ปี โดยการนำเข้าต้องปฏิบัติตามระเบียบพร้อมจ่ายค่าภาษี ค่าประมวลป้ายทะเบียนรถยนต์ และค่าอื่นๆที่เกี่ยวข้องเสมือนการนำเข้ารถยนต์ใหม่ รวมถึงต้องจ่าย Surcharge เป็นเงิน 10,000 เหรียญสิงคโปร์/คันอีกด้วย

ผู้นำเข้ารถยนต์ใช้แล้วจะต้องนำรถยนต์ไปตรวจสอบ Emission and Fuel Economy Test ณ Vicom Emissions Test Laboratory (VETL) เพื่อยืนยันระดับการใช้น้ำมันอย่างประหยัด และ Carbon dioxide (CO<sub>2</sub>) ในวันที่นำรถยนต์เข้ามาในสิงคโปร์

ทั้งนี้ ผลการตรวจสอบดังกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นอัตราส่วนลดหรือจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มภายใต้โปรแกรม Carbon Emission-Based Vehicle Scheme (CEVS) โดยรถยนต์ที่จดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ระดับของ Carbon emissions มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 160g carbon emissions per kilometer (CO<sub>2</sub> g/km) จะเข้าข่ายสำหรับอัตราลดหย่อน CEVS เป็นเงิน 5,000-20,000 เหรียญสิงคโปร์ ซึ่งนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในส่วน of ค่าธรรมเนียม Additional Registration Fee (ARF)

สำหรับรถที่จดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ระดับของ Carbon emissions มีเท่ากับหรือมากกว่า 211g CO<sub>2</sub> g/km จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมพิเศษ CEVS เป็นเงิน 5,000-20,000 เหรียญสิงคโปร์

ค่าใช้จ่ายสำหรับรถยนต์ใช้แล้วที่มีระดับ CEVS แตกต่างกัน มีอัตรา ดังนี้

CEVS Bandings for Car			
กลุ่ม	Carbon emission (CO <sub>2</sub> g/km)	ส่วนลด (Rebate) ตั้งแต่ 1 ม.ค. 2556 (เหรียญสิงคโปร์)	ค่าธรรมเนียมเพิ่ม (Surcharge) ตั้งแต่ 1 ก.ค. 2556
A1	0 - 100	20,000	-
A2	101 - 120	15,000	-
A3	121 - 140	10,000	-
A4	141 - 160	5,000	-
B	161 - 210	0	0
C1	211 - 230	-	5,000
C2	231 - 250	-	10,000
C3	251 - 270	-	15,000
C4	มากกว่า 271	-	20,000

ที่มา : Land and Transport Authority (LTA)

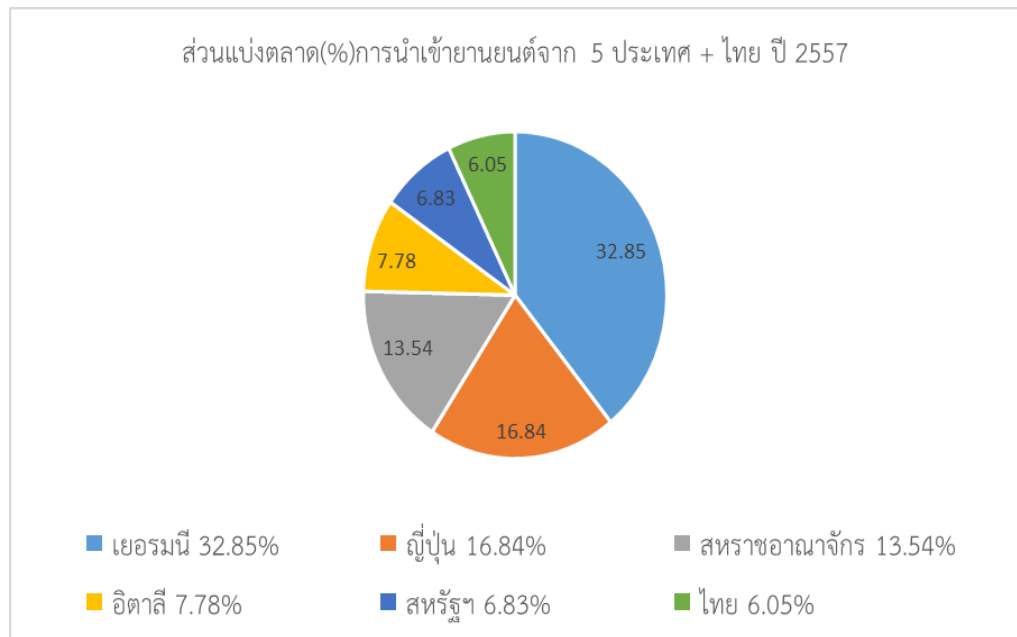


### การนำเข้า/การส่งออก สินค้ายานยนต์ ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 8703

**การนำเข้า** ในปี 2557 สิงคโปร์นำเข้าสินค้ายานยนต์จากโลก มีมูลค่ารวม 1,353.38 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 16.77% เมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งนำเข้าจากเยอรมนีเป็นอันดับ 1 (มูลค่า 444.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 32.85% ลดลง 3.17%) ประเทศคู่ค้ารองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร อิตาลี สหรัฐฯ เกาหลีใต้ และไทยเป็นอันดับ 7 (มูลค่า 81.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 6.05% เพิ่มขึ้น 162.21%)

สำหรับช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2558 สิงคโปร์นำเข้าสินค้ายานยนต์จากโลก มีมูลค่ารวม 288.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 11.57% ซึ่งนำเข้าจากญี่ปุ่นเป็นอันดับ 1 (มูลค่า 68.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 23.77% เพิ่มขึ้น 125.81%) ประเทศคู่ค้ารองลงมาได้แก่ เยอรมนี สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ และไทยเป็นอันดับ 5 (มูลค่า 27.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 9.40% เพิ่มขึ้น 145.63%)

#### ส่วนแบ่งตลาด การนำเข้ายานยนต์ 5 อันดับแรก และไทย ปี 2557

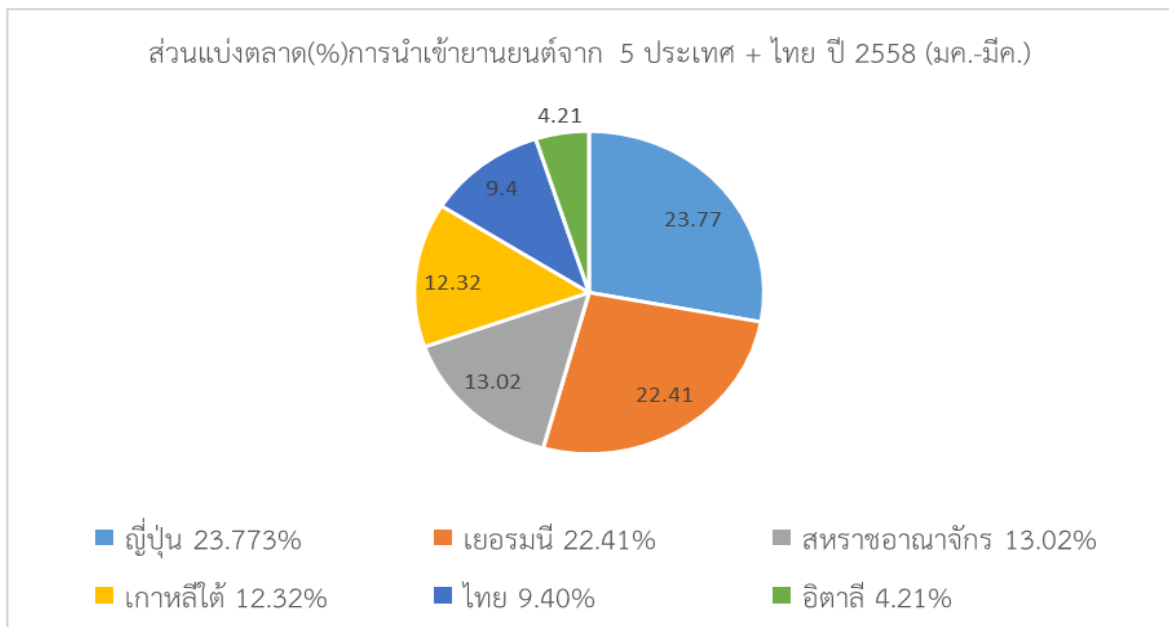


มูลค่าสินค้าป้อนนำเข้ายานยนต์ (HS 8703) จากประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก และคู่แข่งไทยที่สำคัญ  
ปี 2556 - 2558 (ม.ค.- มี.ค.)

อันดับ	ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			ส่วนแบ่งตลาด %			ขยายตัว % 58/57 มค.-มีค.
		2556	2557	2558 มค.-มีค.	2556	2557	2558 มค.-มีค.	
	โลก	1,159.01	1,353.38	288.66	100	100	100	11.57
1	ญี่ปุ่น	459.12	444.58	68.62	39.61	32.85	23.77	125.81
2	เยอรมนี	137.96	227.87	64.68	11.90	16.84	22.41	-26.72
3	สหราชอาณาจักร	190.34	183.22	37.59	16.42	13.54	13.02	-5.92
4	เกาหลีใต้	53.34	85.41	35.57	4.60	6.31	12.32	105.34
5	ไทย	31.22	81.86	27.12	2.69	6.05	9.4	145.63
6	อิตาลี	80.84	105.33	12.16	6.97	7.78	4.21	-26.33
7	แอฟริกาใต้	18.11	22.09	9.99	1.56	1.63	3.46	37.02
8	สหรัฐฯ	87.19	92.44	9.03	7.52	6.83	3.13	-61.54
9	เม็กซิโก	17.80	21.75	6.66	1.54	1.61	2.31	16.9
10	เบลเยียม	23.80	18.09	4.28	2.05	1.34	1.48	68.87
16	อินโดนีเซีย	1.45	2.30	0.78	0.12	0.17	0.27	174.13
27	มาเลเซีย	2.46	0.08	0.08	0.21	0.01	0.01	-96.78

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

สัดส่วนการนำเข้ารถยนต์ 5 อันดับแรกของสิงคโปร์ ปี 2558 (ม.ค. - มี.ค.)



ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

## ปริมาณสินค้าป้อนนำเข้ายานยนต์ (HS 8703) จากประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก และคู่แข่งไทยที่สำคัญ

ปี 2556 - 2558 (ม.ค.- มี.ค.)

อันดับ	ประเทศ	จำนวน : คัน			สัดส่วน : %			ขยายตัว % 58/57 ม.ค.-มี.ค.
		2556	2557	2558 ม.ค.-มี.ค.	2556	2557	2558 ม.ค.-มี.ค.	
	โลก	35955	47656	13087	100.00	100.00	100.00	48.75
1	ญี่ปุ่น	5450	10955	3967	15.16	22.99	30.31	214.59
2	เกาหลีใต้	4549	6038	2580	12.65	12.67	19.71	115.9
3	เยอรมนี	12765	10895	1899	35.50	22.86	14.51	0.74
4	ไทย	1930	5217	1768	5.37	10.95	13.51	158.1
5	สหราชอาณาจักร	2459	2148	782	6.84	4.51	5.98	77.32
6	เม็กซิโก	1014	1248	471	2.82	2.62	3.60	70.04
7	แอฟริกาใต้	661	845	397	1.84	1.77	3.03	55.08
8	สหรัฐฯ	3343	3669	227	9.30	7.70	1.73	-69.37
9	เบลเยียม	899	799	203	2.50	1.68	1.55	107.14
10	ฮังการี	241	1499	189	0.67	3.15	1.44	-51.54
15	อินโดนีเซีย	96	191	64	0.27	0.40	0.49	392.31
17	มาเลเซีย	157	40	16	0.44	0.08	0.12	-42.86

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

**การส่งออก** ในปี 2557 สินค้าส่งออกสินค้ายานยนต์ไปยังโลกมีมูลค่ารวม 334.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง 1.30% เมื่อเทียบกับปี 2556 ซึ่งส่งออกไปยังอินโดนีเซียเป็นอันดับ 1 (มูลค่า 146.13 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 43.74% ลดลง 27.46%) ประเทศคู่ค้ารองลงมาได้แก่ มาเลเซีย สหภาพพม่า บรูไน และไทยเป็นอันดับ 5 (มูลค่า 20.21 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 6.05% เพิ่มขึ้น 3.32%)

สำหรับช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2558 สินค้าส่งออกสินค้ายานยนต์ไปยังโลก มีมูลค่ารวม 45.40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง 29.27% ซึ่งส่งออกไปยังอินโดนีเซียเป็นอันดับ 1 (มูลค่า 22.92 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 50.48% ลดลง 51.96%) ประเทศคู่ค้ารองลงมาได้แก่ มาเลเซีย บรูไน สหภาพพม่า กัมพูชา และไทยเป็นอันดับ 6 (มูลค่า 1.50 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ส่วนแบ่งตลาด 3.31% ลดลง 56.97%)

## มูลค่าสินค้าส่งออกยานยนต์ (HS 8703) ไปยังประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก

ปี 2556 - 2558 (ม.ค.-มี.ค.)

อันดับ	ประเทศ	มูลค่าส่งออก : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			ส่วนแบ่งตลาด %			ขยายตัว % 58/57 มค.-มีค.
		2556	2557	2558 มค.-มีค.	2556	2557	2558 มค.-มีค.	
	โลก	338.52	334.12	69.74	100	100	100	-24.16
1	อินโดนีเซีย	201.44	146.13	31.12	59.51	43.74	44.63	-48.1
2	มาเลเซีย	27.44	32.48	7.70	8.11	9.72	11.04	74.49
3	บรูไน	36.42	22.28	6.38	10.76	6.67	9.14	118.22
4	สหภาพพม่า	3.78	27.85	4.13	1.12	8.33	5.93	-34.38
5	สหราชอาณาจักร	2.74	14.55	3.74	0.81	4.36	5.36	324.91
6	ไทย	19.56	20.21	3.41	5.78	6.05	4.89	-55.24

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

## ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของสินค้าปี 2556 -2558 (ม.ค. - มี.ค.)

อันดับ	ประเทศ	ปริมาณส่งออก : คัน			ส่วนแบ่งตลาด %			ขยายตัว % 58/57 มค.-มีค.
		2556	2557	2558 มค.-มีค.	2556	2557	2558 มค.-มีค.	
	โลก	17,549	20,069	6,221	100.00	100.00	100.00	14.02
1	มาเลเซีย	4,455	5,984	2,540	25.39	29.82	40.83	107.01
2	แอฟริกาใต้	1,674	1,579	888	9.54	7.87	14.27	205.15
3	อินโดนีเซีย	4,920	5,522	765	28.04	27.52	12.30	-67.6
4	อัฟกานิสถาน	142	403	372	0.81	2.01	5.98	601.89
5	บรูไน ดารุสซาลาม	1,120	731	238	6.38	3.64	3.83	133.33
10	ไทย	501	367	99	2.85	1.83	1.59	6.45

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

## สินค้าป้อนนำเข้ายานยนต์จากไทย

ในปี 2557 สินค้าป้อนนำเข้ายานยนต์จากไทย (HS 8703) เป็นอันดับ 7 มีมูลค่า 81.86 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เทียบกับปี 2556 เพิ่มขึ้น 162.21% และมีส่วนแบ่งตลาด 6.05%

สำหรับในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 สินค้าป้อนนำเข้ายานยนต์จากไทยเป็นอันดับ 6 มีมูลค่า 27.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 145.63% และมีส่วนแบ่งตลาด 9.40%

แบรนด์ของยานยนต์ที่ส่งคิปรนำเข้าจากไทย ได้แก่ Isuzu, Suzuki, Nissan, Mitsubishi, Toyota, Honda, Chevrolet, Hyundai, Volvo, Mazda, BMW และ Mercedes Benz

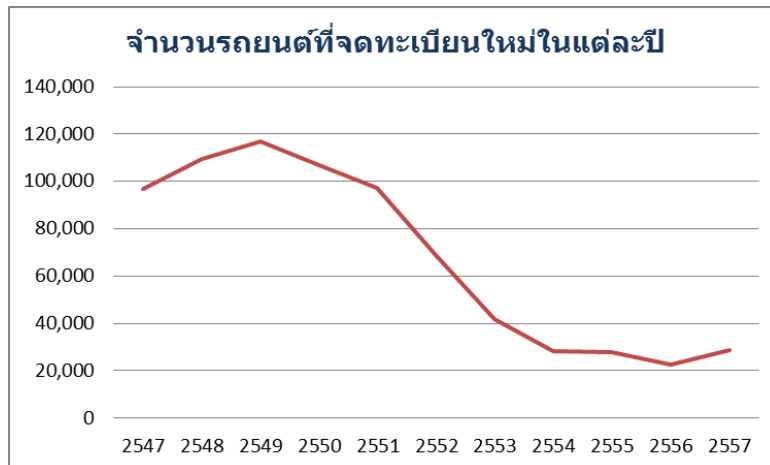
ทั้งนี้ จากการจัดอันดับของ Global Automobile Production Ranking ในปี 2557 ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 12 ของประเทศที่ผลิตรถยนต์ได้มากที่สุดของโลก คือ มีจำนวนผลิตรวมถึง 23,722,890 คัน นอกจากนี้ มีการผลิตรถยนต์ใช้ในการพาณิชย์ (Commercial Vehicles) จัดอยู่ในลำดับที่ 18 จำนวน 1,137,329 คัน และรถยนต์นั่ง (Passenger Cars) จัดอยู่ในลำดับที่ 6 จำนวน 742,678 คัน

### สิงคโปร์ส่งออกยานยนต์ไปยังไทย

ในปี 2557 สิงคโปร์ส่งออกยานยนต์ไปยังไทย (HS 8703) เป็นอันดับ 5 มีมูลค่า 20.21 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เทียบกับปี 2556 เพิ่มขึ้น 3.32% และมีส่วนแบ่งตลาด 6.05%

สำหรับในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 สิงคโปร์ส่งออกยานยนต์ไปยังไทยเป็นอันดับ 6 มีมูลค่า 69.74 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง 5.24% และมีส่วนแบ่งตลาด 4.89%

- แนวโน้มสินค้ายานยนต์ในสิงคโปร์



ที่มา : Land Transport Authority

จากกราฟข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในช่วงปี 2547 - 2549 มีการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่ค่อนข้างสูง ต่อมาจำนวนรถยนต์จดทะเบียนค่อยๆลดลงจนถึงปี 2556 และรถยนต์เริ่มจดทะเบียนเพิ่มขึ้นในปี 2557 เนื่องจากระยะเวลาการถือครองสิทธิ์ (Certificate of Entitlement : COE) ใกล้เคียงครบกำหนด 10 ปี



จึงส่งผลให้การจำหน่ายรถยนต์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในปี 2557 และคาดว่า จะเพิ่มขึ้นต่อไปจนถึงปี 2558 ซึ่งรถยนต์ที่จดทะเบียนในปี 2549 จะครบกำหนดระยะเวลา 10 ปี เจ้าของยานยนต์จะเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ นอกจากนี้ ราคา COE ในปี 2557 มีการปรับลดลงอีก จึงนับเป็นสัญญาณที่ดีของตลาดยานยนต์ในสิงคโปร์ที่จะมีการจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น

อนึ่ง แม้ว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและระบบคมนาคมขนส่งในสิงคโปร์ยังคงมีอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพ แต่การจำกัดจำนวนยานยนต์และการมุ่งเน้นในการใช้พลังงานอย่างประหยัดให้มีประสิทธิภาพสูง จะทำให้การจำหน่ายยานยนต์ทั่วไปในสิงคโปร์อยู่ในระดับคงที่ แต่ยานยนต์ที่เป็น Electro และ Hybrid Cars อาจขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากภาครัฐมีการผลักดันให้ผู้ซื้อหันไปใช้ยานยนต์รักษ์โลก โดยตั้งแต่ปี 2554 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Electro และ Hybrid Cars Prototypes ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะมหาวิทยาลัย Nanyang Technology และ TUM CREATE ร่วมมือกับผู้ผลิตสำคัญในการค้นคว้าวิจัย ซึ่งเป็นสัญญาณของความสำเร็จในการส่งเสริมด้านการค้นคว้าวิจัยในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ของสิงคโปร์ แม้ว่า สิงคโปร์จะเป็นประเทศเล็กก็ตาม แต่ในด้านการค้นคว้าวิจัยอุตสาหกรรมยานยนต์ในสิงคโปร์อยู่ในระดับที่มีศักยภาพสูงและเป็นที่น่าจับตามองอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตาม ตามกฎหมายของสิงคโปร์ รถที่นำเข้าจดทะเบียนแล้วในประเทศสิงคโปร์สามารถส่งออกได้ โดยนำไป De-registration กับ LTA ได้ และรถที่ De-registration เรียบร้อยแล้วจะต้องทำลาย หรือส่งออกภายใน 5 วัน การทำลายจะต้องส่งไปที่โรงทำลาย (Scrap Yard) ซึ่งได้รับอนุญาตจาก LTA ทั้งนี้ เมื่อรถผ่านระบบ De-registration แล้ว ไม่สามารถนำกลับมาจดทะเบียนใช้ใหม่ได้อีก เพื่อป้องกันไม่ให้มีใครใช้รถที่ De-registration ในสิงคโปร์

## สินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์



เนื่องจากสิงคโปร์มีพื้นที่จำกัดในการสร้างโรงงานผลิตและประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน (ภาครัฐกำหนดระเบียบจำกัดการนำเข้าแรงงานต่างชาติ) และแม้ว่า สิงคโปร์จะมีการผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ โดยใช้ระบบเทคโนโลยีขั้นสูงก็ตาม แต่สิงคโปร์ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าเพื่อการพาณิชย์จากผู้ผลิตทั่วโลก รวมทั้งไทย

สินค้าชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ อยู่ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 8706 (แชสซีส์ที่มีเครื่องยนต์ติดตั้งสำหรับยานยนต์ตามประเทศ 8701-8705) HS 8707 (ตัวถัง รวมถึงแค็บ สำหรับยานยนต์ตามประเภท 8701-8705) และ HS 8708 (ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานยนต์ตามประเภท 8701-8705)

### **การผลิตสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ในสิงคโปร์**

สิงคโปร์เป็นแหล่งสำคัญสำหรับบริษัทยานยนต์ทั่วโลกที่จะเข้ามาดำเนินกิจการต่างๆ อาทิ สำนักงานใหญ่ ผู้จัดส่งสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ รวมถึงการผลิตสินค้าเพิ่มมูลค่าและการค้นคว้าวิจัยและพัฒนา

สิงคโปร์ใช้ระบบเทคโนโลยีขั้นสูงด้านอิเล็กทรอนิกส์ในการผลิตสินค้า (Precision Engineering) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมธุรกิจยานยนต์ บริษัทผู้ผลิตในสิงคโปร์ ได้แก่ Armstrong Industrial Corporation, Sunningdale Precision Industries, Delphi, Continental และ Bosch ส่งออกสินค้าไปยังบริษัทผลิตรถยนต์ อาทิ Daimler Chrysler, BMW, Audi, Volkswagen และ GM ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่ส่งออก ได้แก่ Temperature control panels, Sensors, Form & Rubber Components for noise vibration & Heat Management, Windshield wipers, Batteries, Bulbs, Filter, Spark Plugs, Brakes, Drive Belts, Lighting Technology, Horns and Fanfare Horns, Connectors, Relays and Solenoids, Electronic Motors, Starters and Alternators

### **ภาษีสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์นำเข้าสิงคโปร์**

ความต้องการสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของสิงคโปร์คาดว่า จะมีความต้องการเพิ่มขึ้น เนื่องจากการใช้ยานยนต์ต้องมีการเปลี่ยนชิ้นส่วนและอะไหล่เพื่อบำรุงรักษาและการซ่อมแซมรถยนต์ให้วิ่งได้อย่างปลอดภัยตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ความต้องการสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ของสิงคโปร์จะต้องการนำเข้าชิ้นส่วนมากกว่าชิ้นส่วนที่ทำเหมือนกัน

### **ภาษี**

การนำเข้าสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์สู่ตลาดสิงคโปร์ ไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า แต่มีการเรียกเก็บภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax : GST) ร้อยละ 7 ซึ่งคิดคำนวณจากราคา CIF (Cost, Insurance & Freight)

## การค้าระหว่างประเทศ

### • การนำเข้า

สิงคโปร์นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จากทั่วโลก ปี 2556 – 2558 (ม.ค. – มี.ค.)

พิกัดศุลกากร	มูลค่านำเข้า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			ขยายตัว %		
	2556	2557	2558 มค.-มีค.	2556	2557	2558 มค.-มีค.
HS 8706	180.18	173.46	46.73	101.00	-3.73	111.02
HS 8707	20.09	10.35	4.03	-51.18	-48.48	105.34
HS 8708	1,937.89	2,168.65	477.90	0.18	11.91	5.62

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

- ภายใต้พิกัด HS 8706 (แชสซีส์ที่มีเครื่องยนต์ติดตั้ง สำหรับยานยนต์ตามประเทศ 8701-8705)

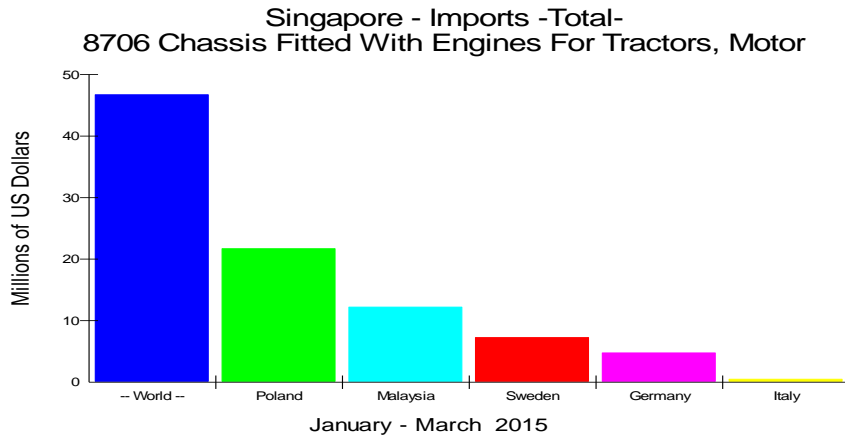
ในปี 2557 สิงคโปร์นำเข้าสินค้าจากทั่วโลกมีมูลค่ารวม 173.46 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งนำเข้าจากโปแลนด์เป็นอันดับ 1 มูลค่า 67.21 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และประเทศคู่ค้าสำคัญรองลงมาได้แก่ สวีเดน (มูลค่า 42.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) มาเลเซีย (40.29 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ทั้งนี้ มีการนำเข้าจากไทย น้อยมากเพียง 2,000 เหรียญสหรัฐฯ

มูลค่าสิงคโปร์นำเข้าสินค้า HS 8706 จากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ปี 2556 - 2558 (มค.-มีค.)

อันดับ	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			ส่วนแบ่งตลาด (%)			ขยายตัว% 58/57 มค.-มีค.
		2556	2557	2558 มค.-มีค.	2556	2557	2558 มค.-มีค.	
	จากโลก	108.18	173.46	46.73	100.00	100.00	100.00	111.02
1	โปแลนด์	3.77	67.21	21.69	2.09	38.75	46.42	0
2	มาเลเซีย	10.19	40.29	12.22	5.66	23.23	26.15	81.8
3	สวีเดน	38.01	42.81	7.26	21.10	24.68	15.53	-40.91
4	เยอรมนี	124.50	20.88	4.76	69.10	12.04	10.18	105.27
5	อิตาลี	0.01	0.11	0.49	0.01	0.06	1.05	0

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

ส่วนในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2558 สิงคโปร์นำเข้าสินค้าจากทั่วโลกมีมูลค่ารวม 46.73 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งนำเข้าจากโปแลนด์เป็นอันดับ 1 มูลค่า 21.69 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และประเทศคู่ค้าสำคัญรองลงมาได้แก่ มาเลเซีย (12.22 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) สวีเดน (มูลค่า 7.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) เยอรมนี (มูลค่า 4.76 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) อิตาลี (มูลค่า 0.49 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ทั้งนี้ ไม่มีการนำเข้าจากไทย



- ภายใต้พิกัด HS 8707 (ตัวถัง รวมถึงแค๊ป สำหรับยานยนต์ตามประเภท 8701-8705)

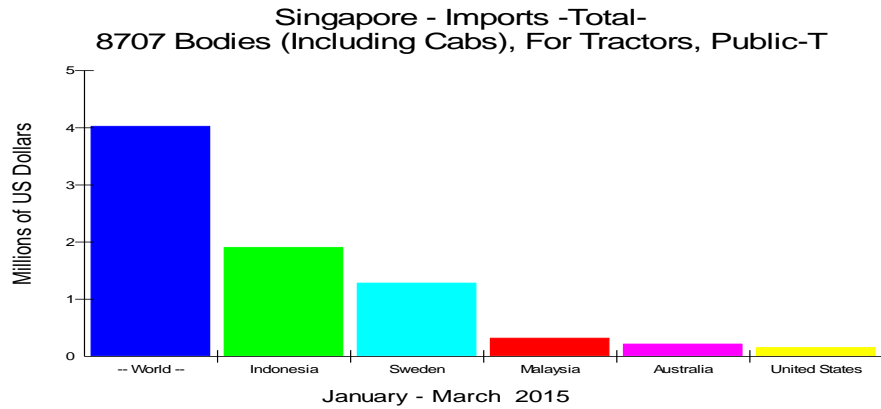
ในปี 2557 สิงคโปร์นำเข้าสินค้าจากทั่วโลกมีมูลค่ารวม 10.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งลดลงจากปี 2556 ถึงร้อยละ 48.48 โดยมีการนำเข้าจากอินโดนีเซียเป็นอันดับ 1 มูลค่า 6.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และประเทศคู่ค้าสำคัญรองลงมาได้แก่ อิตาลี อินเดีย ออสเตรเลีย และไทยเป็นอันดับ 17 ซึ่งมีมูลค่านำเข้าเพียง 0.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 185.07

**มูลค่าสิงคโปร์นำเข้าสินค้า HS 8707 จากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ปี 2556 - 2558 (ม.ค.-มี.ค.)**

ที่	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			ส่วนแบ่งตลาด (%)			ขยายตัว% 58/57 ม.ค.-มี.ค.
		2556	2557	ม.ค.-มี.ค. 58	2556	2557	2558 ม.ค.-มี.ค.	
	จากโลก	20.09	10.35	4.03	100.00	100.00	100.00	105.34
1	อินโดนีเซีย	3.37	6.03	1.91	16.75	58.30	47.38	144.23
2	สวีเดน	0.91	0.16	1.28	4.52	1.54	31.85	0
3	มาเลเซีย	0.25	0.19	0.32	1.23	1.80	7.92	7453.40
4	ออสเตรเลีย	0.05	0.50	0.22	0.26	4.82	5.36	0
5	สหรัฐฯ	0.85	0.10	0.16	4.22	0.98	3.85	290.92

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

ในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2558 สิงคโปร์นำเข้าสินค้า จากทั่วโลกมีมูลค่ารวม 4.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ถึงร้อยละ 105.34 โดยมีการนำเข้าจากอินโดนีเซียเป็นอันดับ 1 มูลค่า 1.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และประเทศคู่ค้าสำคัญรองลงมาได้แก่ สวีเดน มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐฯ ทั้งนี้ ไม่มีการนำเข้าจากไทย



**-ภายใต้พิกัด HS 8708 (ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบยานยนต์ ตามประเภท 8701 – 8705)**

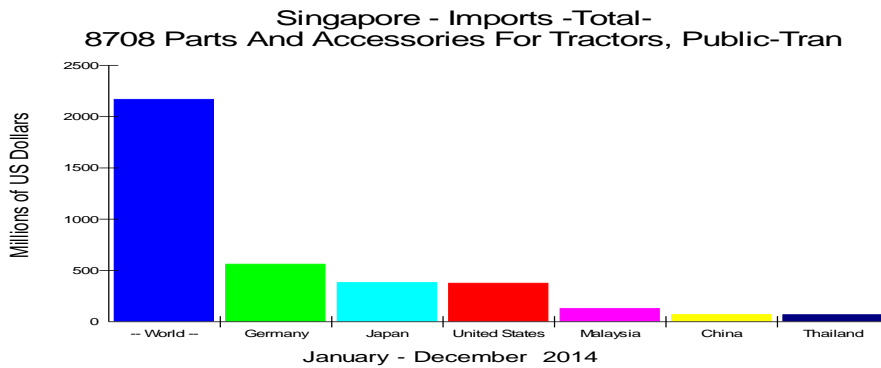
พิกัด HS 8708 ครอบคลุมถึง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานยนต์ตามประเภท 87.01 ถึง 87.05 ก้านชนและส่วนประกอบของก้านชน ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบอื่น ๆ ของตัวถัง (รวมถึงแค็บ) เข็มขัดนิรภัย ชุดตกแต่งติดตั้งภายใน รวมทั้งบังโคลน เบรกและเซอร์โวเบรก ตรีมเบรก จานเบรก หรือท่อน้ำมันเบรก กระจุกเกียร์และส่วนประกอบของกระจุกเกียร์ เฟลาขับที่มีหม้อเพลลา เฟืองบายศรีและเฟืองเล็ก ล้อและส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของล้อ ระบบกันสะเทือนและส่วนประกอบของของดังกล่าง (รวมถึงโช้กอัพ) หม้อน้ำ เป็นต้น

ในปี 2557 สิงคโปร์มีการนำเข้าสินค้าชิ้นส่วนรถยนต์จากทั่วโลก โดยมีมูลค่ารวม 2,168.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.91 จากปี 2556 ซึ่งประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ เยอรมนี ด้วยมูลค่า 376.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ลดลงจากปี 2556 ร้อยละ 4.6) รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ มาเลเซีย จีน สำหรับไทยอยู่ในอันดับที่ 6 มีมูลค่า 68.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งลดลงจากปี 2556 ร้อยละ 0.25 และมีสัดส่วนตลาดอยู่ที่ ร้อยละ 3.17 ของการนำเข้ารวมของสิงคโปร์

**มูลค่าสิงคโปร์นำเข้าสินค้า HS 8708 จากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรก ปี 2556-2558 (ม.ค.-มีค.)**

ที่	ประเทศ	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			ส่วนแบ่งตลาด (%)			ขยายตัว% 58/57 มค.-มีค.
		2556	2557	มค.-มีค.58	2556	2557	2558 มค.-มีค.	
	จากโลก	1,937.89	2,168.65	477.90	100.00	100.00	100.00	5.62
1	สหรัฐฯ	90.83	376.93	116.90	4.69	17.38	24.46	665.30
2	เยอรมนี	589.34	562.23	107.92	30.41	25.93	22.58	-29.34
3	ญี่ปุ่น	397.03	383.54	90.29	20.49	17.69	18.29	3.51
4	มาเลเซีย	146.05	131.43	29.07	7.54	6.06	6.08	-10.28
5	ไทย	69.00	68.83	16.68	3.56	3.17	3.49	5.83

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore



ในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2558 สิงคโปร์นำเข้าตัวถังรถยนต์จากทั่วโลก โดยมีมูลค่ารวม 477.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.62 จากปี 2556 ซึ่งประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ สหรัฐฯ ด้วยมูลค่า 116.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 665.30) รองลงมาได้แก่ เยอรมนี ญี่ปุ่น มาเลเซีย สำหรับไทยอยู่ในอันดับที่ 5 มีมูลค่า 16.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 5.83 และมีสัดส่วนตลาดอยู่ที่ ร้อยละ 3.49 ของการนำเข้ารวมของสิงคโปร์

สำหรับสินค้าตัวถังรถยนต์ ไทยมีประเทศคู่แข่งที่ไทยควรต้องระวังอย่างอินโดนีเซีย เพราะถึงแม้อินโดนีเซียจะไม่ได้อยู่ใน 10 อันดับแรกของประเทศที่สิงคโปร์นำเข้าสินค้าตัวถังรถยนต์ แต่จากข้อมูลตัวเลขในปี 2556 สิงคโปร์มีการนำเข้าจากอินโดนีเซียเป็นอันดับที่ 16 มีมูลค่าถึง 42.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 มูลค่า 26.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ถึงร้อยละ 60.85

ทั้งนี้ นอกจากสิงคโปร์นำเข้าสินค้า HS 8708 เพื่อใช้ภายในประเทศแล้ว ยังนำเข้าเพื่อการส่งออกต่อ (Re-Export) อีกด้วย โดยในปี 2557 สิงคโปร์ส่งออกต่อไปยังทั่วโลกมีมูลค่า 1,850.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ มาเลเซีย (มูลค่า 290.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง 3.05%) รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย (มูลค่า 259.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ออสเตรเลีย (มูลค่า 253.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ฮองกง (มูลค่า 227.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และไทย เป็นอันดับ 5 มูลค่า 121.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราลดลง 11.16 % และส่วนแบ่งตลาด 6.56%

ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 สิงคโปร์ส่งออกต่อ (Re-Export) ไปยังทั่วโลกมีมูลค่า 392.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 11.60 ซึ่งประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ มาเลเซีย (มูลค่า 57.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 20.89) รองลงมา ได้แก่ ฮองกง (มูลค่า 51.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ออสเตรเลีย (มูลค่า 49.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) อินโดนีเซีย (มูลค่า 43.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และไทย เป็นอันดับ 5 มูลค่า 33.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราเพิ่มขึ้น 13.92% และส่วนแบ่งตลาด 8.48%

## การส่งออก

### สิงคโปร์ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไปยังทั่วโลก ปี 2556 - 2558 (ม.ค. - มี.ค.)

พิกัดศุลกากร	มูลค่าส่งออก : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			ขยายตัว %		
	2556	2557	2558 มค.-มีค.	2556	2557	2558 มค.-มีค.
HS 8706	54.80	120.34	32.12	37.03	119.61	109.43
HS 8707	29.90	10.43	0.47	9.89	-65.13	-82.47
HS 8708	2,274.79	2,055.84	437.80	-18.49	-9.63	-10.74

ที่มา : World Trade Atlas/IE Singapore

#### -การส่งออกสินค้าภายใต้พิกัด HS 8706

ในปี 2557 สิงคโปร์ส่งออกรวมมีมูลค่า 120.34 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยส่งออกไปยังมาเลเซียเป็นอันดับ 1 มูลค่า 60.65 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (เพิ่มขึ้น 85.87% จากปี 2556) ประเทศคู่ค้าสำคัญรองลงมา ได้แก่ ฮองกง (มูลค่า 34.82 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) จีน (มูลค่า 6.62 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) อินเดีย (มูลค่า 2.77 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) และไทย เป็นอันดับที่ 5 มูลค่า 2.39 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (เพิ่มขึ้น 72.37% จากปี 2556)

ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 สิงคโปร์ส่งออกรวมมีมูลค่า 32.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยส่งออกไปยังมาเลเซียเป็นอันดับ 1 มูลค่า 15.51 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (เพิ่มขึ้น 213.91% จากปี 2556) ประเทศคู่ค้าสำคัญรองลงมา ได้แก่ จีน (มูลค่า 12.32 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (มูลค่า 0.57 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) อินโดนีเซีย (มูลค่า 0.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) อินเดีย (มูลค่า 0.49 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) และไทย เป็นอันดับที่ 7 มูลค่า 0.33 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ลดลง 55.14% จากปี 2556)

#### -การส่งออกสินค้าภายใต้พิกัด HS 8707

ในปี 2557 สิงคโปร์ส่งออกสินค้ารวมมีมูลค่า 10.43 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 65.13 โดยส่งออกไปยังเบลเยียมเป็นอันดับ 1 ด้วยมูลค่า 2.17 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (เพิ่มขึ้น 330.99% จากปี 2556) รองลงมา ได้แก่ อินโดนีเซีย (มูลค่า 2.05 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ฝรั่งเศส (มูลค่า 1.15 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) เกาหลีใต้ (มูลค่า 0.87 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) มองโกเลีย (มูลค่า 0.72 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) และไทย อยู่ในอันดับ 9 มีมูลค่า 0.35 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (เพิ่มขึ้น 176.63% จากปี 2556)

ในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 สิงคโปร์ส่งออกสินค้ารวมมีมูลค่า 0.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 82.47 โดยส่งออกไปยังจีนเป็นอันดับ 1 ด้วยมูลค่า 0.25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย (มูลค่า 0.10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) สหภาพพม่า (มูลค่า 0.04 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ญี่ปุ่น (มูลค่า 0.03 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) อัฟกานิสถาน (มูลค่า 0.03 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ทั้งนี้ ไม่มีการส่งออกไปยังไทย

-การส่งออกสินค้าภายใต้พิกัด HS 8708 (ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบยานยนต์ ตามประเภท 8701 – 8705)

ในปี 2557 สินค้าที่ผลิตภายในประเทศส่งออกไปยังประเทศต่างๆทั่วโลกมีมูลค่ารวม 205.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ เกาหลีใต้ (มูลค่า 36.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) รองลงมา ได้แก่ มาเลเซีย ฮองกง จีน อินโดนีเซีย สหรัฐฯ สำหรับไทยอยู่ในอันดับที่ 7 มีมูลค่า 10.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งลดลง 5.38% จากปี 2556 และคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 5.20% ของการส่งออกทั้งหมด

● **สมาคมที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ และชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ในสิงคโปร์**

1. **Motor Traders Association of Singapore** : MTA ([www.mta.org.sg](http://www.mta.org.sg)) ตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ในสิงคโปร์ โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ เป็นศูนย์แห่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจการยานยนต์ในสิงคโปร์ และทำตัวเป็นเจ้าหน้าที่ให้บริการระหว่างผู้จำหน่ายยานยนต์กับหน่วยงานภาครัฐที่ออกกฎระเบียบ รวมถึงสถาบันการฝึกอบรมและผู้สนใจทั่วไปเพื่อให้ทราบถึงกฎระเบียบเกี่ยวกับยานยนต์ในสิงคโปร์ จัดงาน Motor Show ทุก 2 ปี เพื่อจัดแสดงเทคโนโลยีล่าสุดด้านยานยนต์ นอกจากนี้ ส่งเสริมให้ผู้ซื้อเลือกซื้อยานยนต์จากช่องทางที่ถูกต้อง

2. **Automobile Association of Singapore** : AA Singapore ([www.aas.com.sg](http://www.aas.com.sg)) เป็นสมาคมนยนต์ที่เริ่มต้นจากสมาชิกจำนวนเพียง 56 ราย ในปี 2450 จนถึงปี 2557 มีสมาชิกมากกว่า 83,000 ราย ซึ่งสมาคมฯ เป็นตัวแทนของเจ้าของรถยนต์เพื่อติดต่อกับหน่วยงานที่ควบคุมดูแลรถยนต์ทั้งที่เป็นภาครัฐและภาคเอกชน สมาชิกของ AA มีสิทธิประโยชน์ได้รับความช่วยเหลือให้บริการก่อนเมื่อเกิดอุบัติเหตุ รวมถึงได้รับข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ทั้งชาวไทยในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ AA Singapore ยังอยู่ภายใต้เครือข่าย Federation Internationale de l'Automobile (FIA) ที่ให้บริการแก่ชาวสิงคโปร์ที่เป็นสมาชิกของ AA ไม่ว่าจะขับรถยนต์อยู่ ณ แห่งใดของโลก

3. **Singapore Precision Engineering & Tooling Association** : SPETA ([www.speta.org.sg](http://www.speta.org.sg)) จัดตั้งเมื่อปี 2525 เดิมชื่อ Singapore Tool and Die Association และในปี 2531 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Singapore Precision Engineering and Tooling Association ซึ่งเป็นสมาคมทางการค้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทในสิงคโปร์ที่ผลิตสินค้าเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมการบิน ยานยนต์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และการบริการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอุตสาหกรรม Precision Engineering สินค้าต่างๆ อาทิ moulds and dies, jigs and fixtures, metal stamping, metal castings, plastic and rubber moldings, precision machining, photonic และ semi-conductor equipment เป็นต้น



สมาคม SPETA มีวิสัยทัศน์ในการส่งเสริมพัฒนาแหล่งทรัพยากรและผู้ชำนาญการเพื่อกลุ่มอุตสาหกรรม Precision Engineering and Tooling Industry สร้างความสามารถในการแข่งขันให้ส่งเสริมการเติบโตเศรษฐกิจของสิงคโปร์ สมาคมฯ จะจัดกิจกรรม/โปรแกรมที่ช่วยสมาชิกให้มีการเติบโต ขยายตลาด และเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ นอกจากนี้ สมาคมฯ ยังเป็นตัวแทนในการนำเสนอข้อมูล/ความคิดเห็นของสมาชิกแก่ภาครัฐ เพื่อให้เกิดความร่วมมือต่อกันระหว่างภาครัฐกับสมาชิกของสมาคมฯ เพื่อการพัฒนาสินค้าและขยายตลาดสู่โลกต่อไป

สมาคมมีเครือข่ายกับสมาคมอื่นๆ ได้แก่ (1) Federation of Asian Die and Mould Association (FADMA) ประกอบด้วย จีน อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน และไทย (2) International Special Tooling & Machining Association (ISTMA) ประกอบด้วยประเทศต่างๆ อาทิ อาเจนตินา แคนาดา สหรัฐฯ เบลเยียม ฟินแลนด์ เยอรมนี Great Britain อิตาลี เนเธอร์แลนด์ ปอร์ตุเกส สโลวีเนีย สเปน สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น

**4. Singapore Motor Sports Association : SMSC** ([www.smsa.org.sg](http://www.smsa.org.sg)) จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนพฤษภาคม 2512 โดยการรวมตัวของ Driving Club and Singapore Motor Club และในปี 2537 ด้วยการสนับสนุนจาก Singapore Sports Council ได้เปลี่ยนเป็น Singapore Motor Sports Association เป็นสมาคมที่ไม่มีรายได้ ดูแลเกี่ยวกับกีฬาแข่งขันรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และ Karting

SMSC ทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกีฬาที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ โดยเฉพาะ Formula One โดยเมื่อปี 2550 ภาครัฐสิงคโปร์ประกาศว่า Singapore GP Pte. Ltd. ได้สิทธิในการจัด Formula One (F 1) นับเป็นการแข่งขันตอนกลางคืนครั้งแรกของโลก ที่เป็นการแข่งรถบนถนนที่ใช้งานปกติและแข่งตอนกลางคืนในสิงคโปร์ โดยเริ่มต้นจากปี 2551 เป็นระยะเวลา 5 ปี และในปี 2556 ได้รับการต่อสัญญาอีก 5 ปี จะครบกำหนดในปี 2560 ซึ่งในปี 2557 นี้ การแข่งขัน F 1 กำหนดจัดระหว่างวันที่ 19-21 กันยายน 2557

**5. The Singapore Cycle & Motor Traders' Association** จัดตั้งในปี 2475 เริ่มต้นจากการมุ่งเน้นสมาชิกผู้ค้ารถจักรยานและชิ้นส่วน ต่อมาเมื่อการคมนาคมขนส่งเจริญขึ้น ได้ขยายเพิ่มเป็นผู้ค้าชิ้นส่วน ยานยนต์และอุปกรณ์ สมาคมฯ มีสมาชิกประมาณร้อยละ 80 ของบริษัทผู้ค้าสินค้าจักรยาน จักรยานยนต์ ชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์ ทั้งนี้ กิจกรรมของสมาคมฯ มุ่งเน้นการจับคู่ธุรกิจแก่นักธุรกิจต่างชาติให้พบปะหารือกับนักธุรกิจสิงคโปร์

#### ● ข้อคิดเห็น

- จากการศึกษาที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งสิงคโปร์ ประสบปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัวลง การเติบโตทางเศรษฐกิจของสิงคโปร์ จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ซึ่งกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมสิงคโปร์ (Ministry of Trade and Industry : MTI) คาดการณ์ว่า ปี 2558 การเติบโตเศรษฐกิจของสิงคโปร์ จะมี

อัตราอยู่ระหว่างร้อยละ 2.0 – 4.0 ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทำให้ผู้ซื้อในสิงคโปร์ระมัดระวังการใช้จ่ายในสินค้าฟุ่มเฟือย โดยเฉพาะการซื้อยานยนต์คันใหม่ ดังนั้น ผู้ใช้ยานยนต์ในสิงคโปร์จึงจำเป็นต้องเก็บรักษาและใช้ให้ครบกำหนดระยะเวลาของ Certificate of Entitlement (COE) เป็นเวลา 10 ปี ซึ่งในการนี้ทำให้ผู้ใช้ยานยนต์ในสิงคโปร์มีความต้องการชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับให้ยานยนต์มีประสิทธิภาพดีตลอดระยะเวลาใช้งาน 10 ปี ทำให้ผู้ผลิตไทยมีโอกาสขยายการส่งออกสินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์สู่ตลาดสิงคโปร์ได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ในปี 2557 ยานยนต์ในสิงคโปร์ (รถยนต์ จักรยานยนต์ สกู๊ตเตอร์) มีจำนวนรวม 972,037 คัน ซึ่งลดลง 2,133 คัน จากจำนวน 974,170 คัน ในปี 2556 ลดลงเพียงร้อยละ 0.22

- เนื่องจาก LTA ควบคุมปริมาณการออก COE จึงเป็นอุปสรรคหนึ่งในการขยายการค้ารถยนต์ในสิงคโปร์ เพื่อไม่ต้องการให้รถติด ซึ่ง LTA ได้พยายามวางแผนการขนส่งสาธารณะไว้อย่างดีทั้ง MRT และ รถประจำทาง

- การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะสามารถช่วยเพิ่มโอกาสการส่งออกยานยนต์ รวมทั้ง จักรยานยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ ซึ่งอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ในตลาดอาเซียนยังมีอัตราการเจริญเติบโตมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ดังนั้น ไทยยังสามารถเพิ่มโอกาสการส่งออกยานยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบไปยังประเทศต่างๆ ได้อีก โดยเฉพาะสิงคโปร์ เวียดนาม และฟิลิปปินส์

- โดยพฤติกรรมการนำเข้าของนักธุรกิจสิงคโปร์ ซึ่งจะเปรียบเทียบคุณภาพและราคาสินค้าจากแหล่งผลิตแต่ละแห่งก่อนที่จะนำเข้า โดยเฉพาะการเปรียบเทียบสินค้าจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย กับไทย ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้น นอกจากคุณภาพสินค้าแล้ว ยังต้องคำนึงถึงราคาที่สามารแข่งขันในตลาดได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม สินค้าชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่มีโอกาสในตลาดสิงคโปร์จะเป็นประเภท Tier 1 ไปตามแบรนด์ยานยนต์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ Toyota, Honda, Nissan, Hyundai, Mercedes Benz, BMW, Mitsubishi, Kia, Mazda และ Suzuki เป็นต้น

- พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่ผู้บริโภคพิจารณาในการซื้อรถ ได้แก่ การใช้เชื้อเพลิง รูปแบบและประสิทธิภาพ ทุกคนที่ซื้อรถจะคำนึงถึงราคาน้ำมันมากกว่าการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หากราคาน้ำมันสูงขึ้น คนสิงคโปร์อาจจะจอดรถไว้ที่บ้านและใช้รถสาธารณะแทนหรือซื้อรถที่ประหยัดน้ำมัน แต่ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเลือกรูปแบบและแบรนด์ ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ปานกลางจะคิดเพียงแต่จะให้รถไปถึงที่หมายก็พอ

- รถที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะขยายตัวได้ช้ามาก อาจจะเป็น 5 -10 ปีข้างหน้า เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของคนสิงคโปร์จะไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในตอนทีเลือกซื้อรถยนต์

- ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งที่ท้าทายต่อเศรษฐกิจไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ของไทยที่มีราคาสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันสินค้าไทยไปยังสิงคโปร์ อีกทั้งทำให้ราคาสินค้าจากไทยไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดสิงคโปร์

● **บทวิเคราะห์**

กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ในสิงคโปร์เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจและท้าทายมาก ด้วยเทคโนโลยีทันสมัยในการค้นคว้าและพัฒนา อีกทั้ง สิงคโปร์ยังเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของอาเซียน มีการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชนในหลายๆโครงการ รวมไปถึงการใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อม จึงทำให้มีการพัฒนายานยนต์ให้มีความล้ำหน้าอยู่เสมอ สิงคโปร์จึงเป็นประเทศที่น่าจับตามองในการขยายตัวทางด้านยานยนต์ต่อไปในอนาคต

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis) ของสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ของสิงคโปร์ ดังนี้

Strengths	Weaknesses
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ภูมิภาค ของผู้จัดหารถยนต์ และผู้ผลิตอุปกรณ์ต่างๆ</li> <li>2) ส่วนใหญ่ทำการจัดหารถยนต์และอุปกรณ์ที่มีมูลค่าสูง</li> <li>3) ตลาดแรงงานชำนาญการ ส่งเสริมการค้าคว่ำวิจัย และมี Procurement ที่มีศักยภาพ</li> <li>4) สภาพะธุรกิจที่คาดการณ์ได้ มีภาษีในอัตราที่แข่งขันได้ กฎระเบียบที่แข็งแกร่ง โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง สนับสนุนการลงทุนของต่างชาติ</li> <li>5) ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีความชำนาญในการผลิตสูง พนักงานมีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตเป็นอย่างดี</li> <li>6) ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนที่เข้มแข็ง มีเครือข่ายผู้ผลิตชิ้นส่วนต้นน้ำขนาดกลางและเล็กจำนวนมาก</li> <li>7) บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ส่วนมากมีฐานการผลิตขนาดใหญ่ในประเทศไทย และลงทุนโครงการใหญ่จำนวนมาก ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล เช่น ISO 9000, ISO 14000, QS 9000 ซึ่งเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ขาดการผลิตรถยนต์ในประเทศ และจำกัดประเภทการลงทุนในอุตสาหกรรม</li> <li>2) จำนวน Certificate of Entitlements (COE) มีจำกัด ไม่เพียงพอกับความต้องการ ส่งผลให้ราคารถยนต์สูงขึ้น</li> <li>3) แม้ว่าประชากรจะมีรายได้สูง แต่ประมาณร้อยละ 10 ของประชากร สามารถเป็นเจ้าของรถยนต์</li> <li>4) ในขณะนี้ ยังไม่มี Industry Roadmap เพื่อการพัฒนาารถยนต์</li> <li>5) ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ (Logistic) ของประเทศไทยสูง ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดสิงคโปร์ได้น้อย</li> <li>6) การพึ่งพาวัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศ ทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบมีสัดส่วนร้อยละ 50-60 ของต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะเหล็ก</li> <li>7) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer : OEM) ซึ่งไม่มีการทำตลาดโดยตรงและไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้</li> </ol>

Opportunities	Threats
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ธุรกิจเกี่ยวกับยานยนต์มีโอกาสเพิ่มขึ้น</li> <li>2) การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจมีอย่างต่อเนื่อง</li> <li>3) มีมหาเศรษฐีในประเทศ ทำให้กลุ่มนี้ไม่มีความกังวลเกี่ยวกับการประมูลป้ายทะเบียนรถยนต์ อีกทั้งมีความสามารถซื้อรถยนต์หรูหรร่า ราคาแพงได้</li> <li>4) ภาครัฐจะเพิ่มจำนวน COE ต่อไปจนถึงปี 2558 ซึ่งจะทำให้มีความสะดวกและง่ายขึ้นต่อผู้ประสงค์จะซื้อรถยนต์</li> <li>5) สิงคโปร์เป็นฐานที่ดีในการเป็นประเทศผู้นำเข้าและ Re-export มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสร้างเครือข่ายการค้า</li> <li>6) รัฐบาลมีการสนับสนุนการใช้รถ Green Car โดยมีส่วนลดภาษี ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้รถ Green Car มากขึ้น</li> <li>7) สิงคโปร์มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ในการผลิตและประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์จากต่างประเทศ</li> <li>8) การจดทะเบียนยานยนต์ซึ่งส่วนมีการจดทะเบียนในปี 2550 มาก และ COE จะสิ้นสุดลงในปี 2560 ดังนั้นจะทำให้เกิดการซื้อขายยานยนต์เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากต้นทุนการซื้อรถคันใหม่จะถูกกว่า</li> <li>9) ทะเบียน COE มีระยะเวลา 10 ปี การรักษายานยนต์ให้คุ้มค่า ทำให้ผู้บริโภคมุ่งเน้นการบำรุงรักษายานยนต์ จึงทำให้ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์จำหน่ายได้ตลอดเวลา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) สภาวะรถติดเพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์มีราคาสูงขึ้น ได้แก่ เงินดาวน์รถยนต์ (down payment) ค่าธรรมเนียมผ่านทาง (electronic Road Pricing : ERP) และค่าจอดรถ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้ จะส่งผลให้ผู้ซื้อรถยนต์น้อยลง</li> <li>2) ผู้ใช้ยานยนต์ในสิงคโปร์ต้องจดทะเบียน COE เพื่อเป็นเจ้าของยานยนต์ นอกจากนั้นยังต้องเสียภาษีในการเป็นเจ้าของรถอาทิ Road Tax Insurance ซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ที่จะซื้อยานยนต์ต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจซื้อ</li> <li>3) ผู้บริโภคในสิงคโปร์ส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานจากแบรนด์ที่ได้รับความนิยม</li> </ol>

จากการวิเคราะห์ SWOT ของสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วน/อะไหล่ยานยนต์ในสิงคโปร์  
 สคร. ณ กรุงสิงคโปร์ เห็นว่า ผู้ประกอบการไทยสามารถวางกลยุทธ์ TOWS Matrix ดังนี้

<p style="text-align: center;"><b>TOWS MATRIX</b></p>	<p><b>Strengths</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีความชำนาญในการผลิตสูง</li> <li>2) ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนที่เข้มแข็ง</li> <li>3) บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ส่วนมากมีฐานการผลิตขนาดใหญ่ ในประเทศไทย</li> <li>4) ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับ</li> </ol>	<p><b>Weaknesses</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ (Logistic) ของประเทศไทยสูง</li> <li>2) การพึ่งพาวัตถุดิบและเทคโนโลยีการผลิตจาก โดยเฉพาะเหล็ก</li> <li>3) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิต (OEM) ซึ่งไม่มีการทำตลาดโดยตรงและไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้</li> </ol>
<p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) สิงคโปร์เป็นฐานที่ดีในการส่งออกและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย</li> <li>2) รัฐบาลมีการสนับสนุนการใช้รถ Green Car โดยมีส่วนลดภาษี</li> <li>3) สิงคโปร์มีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ในการผลิตและปัญหาขาดแคลนแรงงาน</li> <li>4) การจดทะเบียนยานยนต์ซึ่ง COE ส่วนใหญ่จะสิ้นสุดลงในปี 2560 จะทำให้เกิดการซื้อขายยานยนต์เพิ่มมากขึ้น</li> <li>5) ผู้บริโภคมุ่งเน้นการบำรุงรักษายานยนต์จึงทำให้ชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์จำหน่ายได้ตลอดเวลา</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>กลยุทธ์เชิงรุก</b></p> <p>การเข้าหาผู้นำเข้าและผู้ลงทุนในการส่งเพราะไทยมีความชำนาญในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สูงประกอบกับชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีคุณภาพได้มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับ (S1,4 : O3,4,5)</p> <p>สนับสนุนการส่งออกรถ Green Car จากประเทศไทยเนื่องจากมีผู้สนใจมากขึ้นและมีแนวโน้มว่าการซื้อขายยานยนต์จะเพิ่มขึ้น (S2,3 : O2,4)</p>	<p style="text-align: center;"><b>กลยุทธ์เชิงแก้ไข</b></p> <p>การร่วมทุนระหว่างชาวสิงคโปร์เพื่อเป็นฐานที่ดีในการส่งออก และเป็นการเรียนรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังสามารถเข้าใจตลาดสิงคโปร์ด้วย (W2,3 : O1,3)</p>
<p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผู้ใช้ยานยนต์ในสิงคโปร์ต้องจดทะเบียน COE และต้องเสียภาษีในการเป็นเจ้าของรถ ส่งผลให้ผู้ที่จะซื้อต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจซื้อ</li> <li>2) ผู้บริโภคในสิงคโปร์ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์จากแบรนด์ที่ได้รับความนิยม</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>กลยุทธ์เชิงป้องกัน</b></p> <p>การเน้นการโปรโมทและรับรองมาตรฐานของชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อ (S1,4 : T1,2)</p>	<p style="text-align: center;"><b>กลยุทธ์เชิงรับ</b></p> <p>การร่วมมือกับแบรนด์ที่ได้รับความนิยมในการใช้งานในสิงคโปร์ โดยการรับจ้างผลิต เพื่อส่งออกชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ (W3 : T1,2)</p>

ที่มา : World Trade Atlas, Land Transport Authority Singapore, International Enterprise Singapore, Thiautobook.com, บริษัทรถยนต์แบรนด์ต่างๆ, Google.com and The Straits Times