

ประเทศสิงคโปร์



(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : สิงคโปร์
พื้นที่ : 710 ตารางกิโลเมตร
ประชากร : 5.93 ล้านคน
ภาษาราชการ : จีนกลาง อังกฤษ มลายู
ระบอบการปกครอง : ระบอบสาธารณรัฐแบบรัฐสภา (Parliamentary Parliament) มีสภาเดียว (Unicameral parliament)
ประธานาธิบดี : นายทาร์มัน ชันมูการ์ตนาม (H.E. Mr. Tharman Shanmugaratnam)
นายกรัฐมนตรี : นายลี เซียน ลุง (Lee Hsien Loong)
อัตราแลกเปลี่ยน : 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 26.68 บาท (24 พ.ย. 66)

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสิงคโปร์

(Source : IMF)	ปี 2022	ปี 2023	ปี 2024
GDP (US\$bn) Current Price	423.632	447.159	470.114
GDP Per Capita (US\$)	79,426.14	84,500.41	88,926.03
GDP growth (%)	3.02	2.256	2.618
Goods & services exports	6.547	4.265	5.571
Inflation (%)	5.535	3	2.005
Unemployment Rate (%)	2.1	2.1	2.1

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

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : แผงวงจรไฟฟ้า น้ำมันปิโตรเลียม น้ำมันดิบ ทองคำ เครื่องโรตารี เครื่องกังหัน คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ส่วนประกอบอากาศยาน

ตลาดส่งออกหลักของสิงคโปร์ : จีน ฮองกง สหรัฐฯ มาเลเซีย **ไทย** (ลำดับที่ 9)

แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสิงคโปร์ : จีน มาเลเซีย ใต้หวัน สหรัฐฯ **ไทย** (ลำดับที่ 9)

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

แผนผลักดันการส่งออกเชิงรุกและเชิงลึก (ตลาดอาเซียน) 98 กิจกรรม

- แผนเชิงรุก 72 กิจกรรม
 - 1.1 การค้าออนไลน์เพื่อเร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal สู่อาเซียน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Lazada/Redmart (สิงคโปร์)/ Shopee (เวียดนาม) รวมทั้งจัดตั้งร้าน TopThai Store บนแพลตฟอร์ม KLANGTHAI (กัมพูชา) และแพลตฟอร์ม Shopee (มาเลเซีย)
 - 1.2 การเชิญผู้นำเข้าเข้าร่วมกิจกรรม OBM สินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ สินค้าอาหารแห่งอนาคต สินค้า BCG สินค้าทางการแพทย์และสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์
 - 1.3 การส่งเสริม Soft Power ส่งเสริมอาหารไทยผ่านช่องทางต่าง ๆ
 - 1.4 จัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า เพื่อผลักดันยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต
 - 1.5 การประชุม Networking และ การประชุม JTC
- แผนเชิงลึก 26 กิจกรรม
 - 2.1 การเจาะตลาดเมืองรอง ได้แก่ เมืองพระตะบอง (กัมพูชา)/ แขวงสะหวันนะเขต (สปป.ลาว)/ เมืองมณฑลเหล่ย์ (เมียนมา)/ เมืองกว่างนิงห์และดานัง (เวียดนาม)/ เมืองปาเลมบังและสุราบายา (อินโดนีเซีย)/ เมืองเซบู (ฟิลิปปินส์)
 - จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม) เน้นการทำงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ในครัวเรือน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม
 - จัดงาน Mini Thailand Week ที่กัมพูชา เมียนมา อินโดนีเซียและเวียดนาม รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในประเทศดังกล่าว
 - 2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาล อาทิ การจัด Thailand Pavilion สินค้าฮาลาลในงาน MIHAS การประสานความร่วมมือตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทย-อินโดนีเซีย
 - 2.3 ผลักดันสินค้าและบริการเป้าหมาย อาทิ การส่งเสริมสินค้าอาหารไทยเข้าสู่ธุรกิจ HORECA ในตลาดเวียดนามตอนกลาง การเพิ่มช่องทางตลาดในอินโดนีเซียให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ภายใต้โครงการ Study in Thailand การส่งเสริมการขายตลาดข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในฟิลิปปินส์ ภายใต้โครงการ Think Rice, Think Thailand

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสิงคโปร์ (ปีงบประมาณ 2567)

- จัดกิจกรรม in-store promotion (รอยืนยัน)

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

ข่าวเศรษฐกิจสิงคโปร์

- สิงคโปร์อยู่อันดับที่ 4 จากการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันประจำปี 2566 ของ IMD World Competitiveness Center จากทั้งหมด 64 เขตเศรษฐกิจ รองจากเดนมาร์ก ไอร์แลนด์ และสวิตเซอร์แลนด์ และสิงคโปร์ยังคงเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย นำหน้าไต้หวัน และฮ่องกง การจัดอันดับดังกล่าวใช้เกณฑ์ 336 ข้อ เพื่อประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศจากสมรรถนะทางเศรษฐกิจ รัฐบาล ภาครัฐกิจและโครงสร้างพื้นฐาน
- **เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมในสิงคโปร์ปี 2566** มีดังนี้
 1. ความต้องการอาหารที่ดีต่อสุขภาพจากธรรมชาติ (Naturally Healthy) เพิ่มขึ้น อาหารสำเร็จรูปบรรจุห่อ โดยเฉพาะกลุ่มขนมขบเคี้ยวมีการผสมธัญพืชเพื่อสุขภาพ (Super seeds) เช่น งาดำ เมล็ดเจีย (Chia Seed) ธัญพืชเต็มเมล็ดที่ไม่ผ่านการขัดสีหรือขัดสีน้อย (Wholegrain) เป็นต้น
 2. ซูเปอร์มาร์เก็ตระดับพรีเมียมรองรับผู้ซื้อที่มีรายได้สูง นำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและวัตถุดิบนำเข้าชั้นดี
 3. ความนิยมในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อเพิ่มมากขึ้น ภายในปี 2568 ยอดขายซูเปอร์มาร์เก็ตคาดว่าจะสูงถึง 2,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ ยอดขายร้านสะดวกซื้อคาดว่าจะสูงถึง 3,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
 4. ความกังวลถึงความยั่งยืน ความต้องการซื้ออาหารออร์แกนิก อาหารจากพืช และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
 5. ความต้องการซื้ออาหารสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น อาหารบรรจุกล่อง พกพาสะดวก อาหารปรุงสำเร็จที่สามารถอุ่นในไมโครเวฟหรือเตาอบ อาหารแช่แข็ง พาสต้า เบหมิและซูปมีการเติบโตอย่างมากในกลุ่มอาหารพร้อมรับประทาน
 6. การเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซและการซื้อของกินของใช้ในบ้านออนไลน์ ปัจจุบันผู้บริโภคประมาณ 3.33 ล้านคนในสิงคโปร์ซื้อสินค้าออนไลน์ คาดว่า จะมีจำนวนผู้ใช้อีคอมเมิร์ซสูงถึง 4.33 ล้านคนภายในปี 2570
 7. การใช้จ่ายเพิ่มขึ้นด้านอาหารและเครื่องดื่มออนไลน์ ข้อมูลจาก Data Reportal 2565 อาหารที่ซื้อผ่านอีคอมเมิร์ซพุ่งสูงขึ้น 758% ด้วยมูลค่า 151.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น 68.1% ด้วยมูลค่า 42.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
 8. การฟื้นตัวของภาคบริการด้านอาหารหลังโควิด-19 บริการส่งอาหารตามบ้าน เช่น GrabFood และ FoodPanda ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง
 9. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและแนวโน้มผู้บริโภค มีความต้องการอาหารคุณภาพสูง อาหารออร์แกนิก และอาหารสดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม Monetary Authority of Singapore (MAS) คาดการณ์ว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคและอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นอาจจะทำให้มีการใช้จ่ายที่ลดลง

(๕) สรุปการค้าระหว่างไทย-สิงคโปร์

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-ธ.ค.)	เป้าหมาย ส่งออก	มูลค่าการค้า (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
			ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023	
				(ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%)
ลำดับที่ 8 (ตลาดส่งออก สำคัญลำดับที่ 9)	ลำดับที่ 10 (ตลาดส่งออกสำคัญ ลำดับที่ 9)	ปี 2023 (%)	18,477.08	15,392.67	-2.39	10,279.79	8,482.61	-4.46	8,197.29	6,910.06	0.27
			642,278.61	530,666.27	-2.11	354,774.67	291,014.22	-3.96	287,503.94	239,652.05	0.24

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	2023 (ม.ค.-ธ.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	2023 (ม.ค.-ธ.ค.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	2023 (ม.ค.-ธ.ค.)
ไทย - สิงคโปร์ (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	16,399.11	18,477.08	15,769.61	15,392.67	-3.52	12.67	18.31	-2.39	3.04	3.14	3.16	3.21
การส่งออก	9,059.05	10,279.79	8,878.46	8,482.61	-4.76	13.48	21.26	-4.46	3.33	3.58	3.65	3.58
การนำเข้า	7,340.06	8,197.29	6,891.15	6,910.06	-1.93	11.68	14.73	0.27	2.75	2.72	2.7	2.84
ไทย - สิงคโปร์ (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	520,220.78	642,278.61	542,099.01	530,666.27	-1.93	23.46	29.43	-2.11	3.04	3.13	3.15	3.21
การส่งออก	286,321.34	354,774.67	303,014.82	291,014.22	-3.1	23.91	32.18	-3.96	3.34	3.56	3.64	3.59
การนำเข้า	233,899.44	287,503.94	239,084.19	239,652.05	-0.47	22.92	26.11	0.24	2.74	2.72	2.7	2.84

สินค้าส่งออกหลักของไทย - สิงคโปร์

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ปี 2023 (ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ธ.ค.)
1. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,880.24	1,782.63	1,745.22	-2.1
	63,464.71	59,795.20	59,733.46	-0.1
2. น้ำมันสำเร็จรูป	1,893.53	1,684.78	1,476.48	-12.36
	65,663.46	57,950.17	50,900.12	-12.17
3. แผงวงจรไฟฟ้า	1,280.55	1,055.65	994.26	-5.82
	44,557.17	36,264.22	34,031.33	-6.16
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	948.19	761.20	836.77	9.93
	32,999.41	26,175.18	28,674.50	9.55
5. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	656.95	529.21	326.29	-38.34
	22,736.15	17,914.69	11,271.54	-37.08
6. เหล็ก เหล็กกล้าและ ผลิตภัณฑ์	139.98	116.03	235.34	102.83
	4,853.74	3,969.34	8,087.34	103.75
7. เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของ เครื่องจักรกล	297.57	258.51	221.67	-14.25
	10,258.39	8,815.24	7,619.00	-13.57
8. แผงสวิทช์และแผง ควบคุมกระแสไฟฟ้า	225.11	178.68	209.61	17.31
	7,895.27	6,189.19	7,188.71	16.15
9. เครื่องปรับอากาศและ ส่วนประกอบ	256.94	228.45	206.75	-9.5
	8,892.89	7,844.52	7,077.40	-9.78
10. เคมีภัณฑ์	195.91	179.48	163.65	-8.82
	6,752.56	6,148.23	5,606.20	-8.82
รวมทั้งสิ้น	10,279.79	8,878.46	8,482.61	-4.46
	354,774.67	303,014.82	291,014.22	-3.96

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - สิงคโปร์

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ปี 2023 (ม.ค.-ธ.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-ธ.ค.)
1. น้ำมันสำเร็จรูป	997.42	767.79	1,028.68	33.98
	35,139.00	26,642.77	35,609.58	33.66
2. เคมีภัณฑ์	1,180.85	1,010.37	907.69	-10.16
	41,388.52	35,042.71	31,484.53	-10.15
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,230.54	1,114.30	818.92	-26.51
	42,773.97	38,497.30	28,327.49	-26.42
4. แผงวงจรไฟฟ้า	766.68	645.05	673.31	4.38
	27,059.62	22,498.31	23,366.80	3.86
5. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	812.26	579.67	506.89	-12.56
	29,001.66	20,453.24	17,557.19	-14.16
6. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	538.04	461.50	447.06	-3.13
	18,815.08	15,958.84	15,503.77	-2.85
7. ก๊าซธรรมชาติ	0.06	0.06	250.87	418016.67
	1.96	1.96	8,703.98	443980.61
8. ผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ	303.93	259.36	246.69	-4.89
	10,662.76	9,009.82	8,539.96	-5.21
9. รถยนต์โดยสารและ รถบรรทุก	155.39	143.18	238.62	66.66
	5,593.37	5,151.61	8,457.58	64.17
10. เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ	458.56	411.49	218.42	-46.92
	15,692.08	13,967.51	7,621.54	-45.43
รวมทั้งสิ้น	8,197.29	6,891.15	6,910.06	0.27
	287,503.94	239,084.19	239,652.05	0.24

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร