

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 26.12 บาท (3 ม.ค. 67)

(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 ไต้หวัน สหรัฐฯ **ไทย** (ลำดับที่ 9)

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

นโยบายการค้าเชิงรุกกระทรวงพาณิชย์

1. ศึกษาศักยภาพและการส่งออกสินค้าของไทย (Thailand export performance Analysis)

- ศึกษาแนวโน้มการผลิตสินค้าและนโยบายการค้าของประเทศต่างๆ
- วิเคราะห์ศักยภาพสินค้าส่งออกของไทย
- ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross Border E-Commerce)

เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออก สอดคล้องกับนโยบาย “เร่งขยับตัวเลขการส่งออก เปลี่ยนจากอัตราการขยายตัวติดลบ ให้เป็นบวก”

2. ข้อมูลการค้าเชิงลึก www.kitc.com

พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลแคชเชอร์บอร์ด เพื่อดึงดูดการเข้ามาใช้งาน เผยแพร่ข้อมูลอย่างมีเอกภาพ และสามารถชี้นำทิศทางเศรษฐกิจการค้าไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3. จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

ในประเด็นปัจจัยที่มีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้า เช่น แนวทางการขยายตลาดสินค้าอาหารไทย แนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการโลจิสติกส์ การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นต้น

4. สนับสนุนการทำงานของทุกกรมในกระทรวงพาณิชย์

- ศึกษาและจัดทำเสนอแนะแนวทางการส่งเสริม SMEs
- ส่งเสริมการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- ศึกษาแนวทางที่สนับสนุนการใช้ Soft Power ของ SMEs เพื่อขยายโอกาสทางการค้า

แนวทางการส่งเสริมการส่งออกในภูมิภาคอาเซียน

- จัดคณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนประเทศในภูมิภาคอาเซียน เพื่อการหาช่องทางส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ รวมถึงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกสินค้าไทย

- จัดกิจกรรม In-Store Promotion ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน เช่น Rimping Supermarket (สปป.ลาว)/ Makro (กัมพูชา)/ Tops Market (เวียดนาม)/ AEON (อินโดนีเซีย) เน้นการจัดงานในรูปแบบ Hybrid คือ ดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ ณ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มซูเปอร์มาร์เก็ต ในกลุ่มสินค้าศักยภาพใหม่ อาทิ ของใช้ในครัวเรือน อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และความงาม

- จัดงานแสดงสินค้า Thailand Week และ Mini Thailand Week เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ในการขยายตลาดในต่างประเทศ

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสิงคโปร์ (ปีงบประมาณ 2567)

- จัดกิจกรรม in-store promotion (รอยืนยัน)

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

ข่าวเศรษฐกิจสิงคโปร์

14 ธุรกิจค้าปลีกที่มาแรงในสิงคโปร์ มีดังนี้

1. ธุรกิจร้านกาแฟ (Café) สิงคโปร์มีวัฒนธรรมการนั่งร้านกาแฟ ความต้องการกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) และประสบการณ์จากกาแฟต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น
2. ร้านเบเกอรี่ (Bakery) ชาวสิงคโปร์ชื่นชอบขนมปัง Pastry และขนมปังคุณภาพสูง หรือแนว Artisan เพิ่มมากขึ้น โดยร้านเบเกอรี่สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการซื้อขนมปังที่มีรสชาติเฉพาะตัว มีรูปร่างหน้าตาสร้างสรรค์ และมีทางเลือกดีต่อสุขภาพ เป็นต้น
3. ร้านค้าอาหารออร์แกนิก (Organic Food Store) ตลาดสินค้าออร์แกนิกและธรรมชาติเติบโตเพิ่มขึ้นผ่านสินค้าอย่างขนมขบเคี้ยว อาหารหลัก หรือของสดออร์แกนิก เพื่อเจาะกลุ่มชาวสิงคโปร์ที่รักในสุขภาพ
4. ร้านเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง (Pet Store) กลุ่มสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงคุณภาพสูง เครื่องประดับหรือบริการอาบน้ำ/ตัดขนสัตว์เลี้ยง
5. ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ (Furniture Business) สินค้าที่ออกแบบดีสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าทั้งกลุ่มที่พักอาศัยและกลุ่มธุรกิจ
6. ร้านเสริมความงามและการดูแลตัวเอง (Beauty Salon) ร้านที่อยู่ในที่ตั้งที่ดีและสามารถให้บริการครอบคลุมตั้งแต่การทำผม ทำเล็บ สามารถดึงดูดลูกค้าได้ทั้งชาวสิงคโปร์ และชาวต่างชาติที่มาทำงานในสิงคโปร์
7. ร้านแฟชั่นบูติก (Fashion Boutique) เจาะกลุ่มลูกค้าที่รู้จักสไตล์/เทรนด์ ที่หลากหลาย
8. ร้านค้าสินค้าทำมือ (Handmade Seller) เจาะกลุ่มความต้องการลูกค้าที่ต้องการของที่มีเอกลักษณ์หรือได้รับการออกแบบเฉพาะบุคคล
9. ร้านค้าอุปกรณ์เทคโนโลยี (Tech Accessories Shop) ชาวสิงคโปร์ต่างชอบเทคโนโลยี ทำให้เกิดการแสวงหาอุปกรณ์แกดเจ็ตใหม่ๆ หรืออุปกรณ์ตกแต่งที่ใช้งานได้หลายแบบ
10. ร้านค้าสินค้าออกแบบเฉพาะบุคคล (Customized Gift Store) ร้านค้าที่สามารถให้บริการของขวัญที่ออกแบบเฉพาะรายบุคคลจะดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มองหาของขวัญที่มีความหมายในโอกาสพิเศษต่างๆ
11. ร้านค้าเสื้อผ้าออกกำลังกาย (Fitness Apparel Store) จากเทรนด์ให้ความสำคัญกับสุขภาพและการออกกำลังกาย ทำให้มีความต้องการซื้อเสื้อผ้าออกกำลังกายที่ทันสมัย และตอบสนองการใช้งานมากขึ้น
12. ร้านค้าอุปกรณ์สมาร์ทโฮม (Smart Home Devices Store) สิงคโปร์นำเทคโนโลยีสมาร์ทโฮมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเป็น Smart Nation เจาะกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบเทคโนโลยีเพื่ออนาคต
13. ร้านของเล่น (Toy Store) สิงคโปร์มีกลุ่มประชากรเด็ก/วัยรุ่น ที่พ่อแม่พร้อมที่จะลงทุนกับของเล่นเพื่อการเรียน/ความบันเทิงให้กับลูกๆ
14. ร้านค้าแบบ Pop-Up Store สำหรับสินค้าใช้ฝีมือ (Pop-Up Shop for Local Artisans) ชาวสิงคโปร์มีความชื่นชอบในสินค้าที่ใช้ทักษะฝีมือ เป็นการสนับสนุนคนที่มีความสามารถ ความสนใจในความยั่งยืนที่เพิ่มมากขึ้น และสินค้าที่ผลิตในประเทศ

สรุปการค้าระหว่างไทย-สิงคโปร์

ลำดับคู่ค้า ปี 2022 (ม.ค.-ธ.ค.)	ลำดับคู่ค้า ปี 2023 (ม.ค.-พ.ย.)	เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้า (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD/ล้านบาท)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD/ล้านบาท)		
ลำดับที่ 8 (ตลาดส่งออกสำคัญลำดับที่ 9)	ลำดับที่ 9 (ตลาดส่งออกสำคัญลำดับที่ 8)	ปี 2023 (%)	ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023		ปี 2022	ปี 2023	
				(ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%)		(ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%)		(ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%)
		1.5	18,477.08	17,054.53	-0.09	10,279.79	9,413.37	-2.37	8,197.29	7,641.16	2.88
	642,278.61	591,003.58	-0.11	354,774.67	324,611.42	-2.22	287,503.94	266,392.16	2.6		

รายการ	มูลค่า :				อัตราการขยายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2021	2022	2022 (ม.ค.-พ.ย.)	2023 (ม.ค.-พ.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-พ.ย.)	2023 (ม.ค.-พ.ย.)	2021	2022	2022 (ม.ค.-พ.ย.)	2023 (ม.ค.-พ.ย.)
ไทย - สิงคโปร์ (ล้าน USD)												
มูลค่าการค้า	16,399.11	18,477.08	17,069.32	17,054.53	-3.52	12.67	14.46	-0.09	3.04	3.14	3.14	3.22
การส่งออก	9,059.05	10,279.79	9,641.90	9,413.37	-4.76	13.48	16.18	-2.37	3.33	3.58	3.63	3.6
การนำเข้า	7,340.06	8,197.29	7,427.42	7,641.16	-1.93	11.68	12.3	2.88	2.75	2.72	2.67	2.85
ไทย - สิงคโปร์ (ล้านบาท)												
มูลค่าการค้า	520,220.78	642,278.61	591,627.26	591,003.58	-1.93	23.46	25.46	-0.11	3.04	3.13	3.12	3.22
การส่งออก	286,321.34	354,774.67	331,973.78	324,611.42	-3.1	23.91	26.9	-2.22	3.34	3.56	3.62	3.6
การนำเข้า	233,899.44	287,503.94	259,653.48	266,392.16	-0.47	22.92	23.67	2.6	2.74	2.72	2.66	2.85

สินค้าส่งออกหลักของไทย - สิงคโปร์

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า - สิงคโปร์

(ล้าน USD/ล้านบาท)

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 (ม.ค.-พ.ย.)	ปี 2023 (ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-พ.ย.)
1. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,880.24	1,865.12	1,811.28	-2.89
	63,464.71	62,924.23	62,117.80	-1.28
2. น้ำมันสำเร็จรูป	1,893.53	1,799.81	1,647.73	-8.45
	65,663.46	62,313.30	57,081.52	-8.4
3. แผงวงจรไฟฟ้า	1,280.55	1,171.75	1,074.28	-8.32
	44,557.17	40,667.98	36,919.69	-9.22
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	948.19	825.42	942.40	14.17
	32,999.41	28,611.11	32,492.47	13.57
5. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	139.98	128.98	464.90	260.44
	4,853.74	4,460.49	16,368.61	266.97
6. สินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ	656.95	646.00	341.71	-47.1
	22,736.15	22,344.77	11,828.17	-47.07
7. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	297.57	279.99	243.99	-12.86
	10,258.39	9,629.80	8,424.58	-12.52
8. แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	225.11	199.93	227.12	13.6
	7,895.27	6,995.14	7,820.70	11.8
9. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	256.94	242.30	226.71	-6.43
	8,892.89	8,369.75	7,797.95	-6.83
10. เคมีภัณฑ์	195.91	187.40	174.25	-7.02
	6,752.56	6,448.55	5,989.23	-7.12
รวมทั้งสิ้น	10,279.79	9,641.90	9,413.37	-2.37
	354,774.67	331,973.78	324,611.42	-2.22

สินค้า	ปี 2022	ปี 2022 (ม.ค.-พ.ย.)	ปี 2023 (ม.ค.-พ.ย.)	+/- (%) (ม.ค.-พ.ย.)
1. น้ำมันสำเร็จรูป	997.42	854.46	1,124.71	31.63
	35,139	29,967.35	39,157.95	30.67
2. เคมีภัณฑ์	1,180.85	1,092.38	981.18	-10.18
	41,388.52	38,188.08	34,168.49	-10.53
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,230.54	1,147.13	906.62	-20.97
	42,773.97	39,756.70	31,529.48	-20.69
4. แผงวงจรไฟฟ้า	766.68	719.02	718.95	-0.01
	27,059.62	25,335.39	25,033.09	-1.19
5. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	812.26	641.25	713.04	11.2
	29,001.66	22,815.15	25,083.82	9.94
6. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	538.04	501.52	489	-2.5
	18,815.08	17,493.88	17,035.16	-2.62
7. ผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ	303.93	278	283.46	1.96
	10,662.76	9,724.64	9,882.50	1.62
8. ก๊าซธรรมชาติ	0.06	0.06	250.87	418,016.67
	1.96	1.96	8,703.98	443,980.61
9. รถยนต์โดยสารและรถบรรทุก	155.39	143.18	238.62	66.66
	5,593.37	5,151.61	8,457.58	64.17
10. เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ	458.56	421.49	230.06	-45.42
	15,692.08	14,351.08	8,046.31	-43.93
รวมทั้งสิ้น	8,197.29	7,427.42	7,641.16	2.88
	287,503.94	259,653.48	266,392.16	2.6

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร