ประเทศสิงคโปร์



(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : สิงคโปร์

พื้นที่ : 710 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 5.8 ล้านคน (มิ.ย. 63)

ภาษาราชการ : จีนกลาง อังกฤษ มลายู

ระบอบการปกครอง : ระบอบสาธารณรัฐแบบรัฐสภา (Parliamentary Parliament) มีสภาเดียว (Unicameral parliament)

ประธานาธิบดี : Madame Halimah Yacob

นายกรัฐมนตรี : นายลี เซียน ลุง

อัตราแลกเปลี่ยน : 1 เหรียญสิงคโปร์ เท่ากับ 22.60 บาท (มิ.ย. 63)

เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ: 301,722.60 ล้านเหรียญสหรัฐฯ(มิ.ย.63)

ธนาคารโลกจัดให้สิงคโปร์เป็นอันดับ 2 ของโลกตามดัชนีความง่ายในการทำธุรกิจ ในปี 2019

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจสิงคโปร์

(Source : IMF)	ปี 2019	ปี 2020	ปี 2021
GDP (US$bn) Current Price	593.802	576.839	605.504
GDP Per Capita (US$)	63,987.07	64,829.22	66,949.98
GDP growth (%)	0.73	-3.47	2.96
Goods & services exports	-2.719	0.9	3.546
Inflation (%)	0.57	-0.17	0.51
Unemployment Rate (%)	2.25	2.45	2.4

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

สินค้านำเข้าที่สำคัญ : แผงวงจรไฟฟ้า น้ำมันปิโตรเลียม น้ำมันดิบ ทองคำ เครื่องโทรศัพท์ เครื่องกังหัน คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ส่วนประกอบอากาศยาน

ตลาดส่งออกหลักของสิงคโปร์ : จีน (14.48%) ฮ่องกง (12.33%) มาเลเซีย (10.60%) อินโดนีเซีย (7.49%) สหรัฐฯ (6.48%) **ไทย** (3.94% /ลำดับที่ 9)

แหล่งนำเข้าที่สำคัญของสิงคโปร์ : จีน (11.53%) มาเลเซีย (29.97%) สหรัฐฯ (10.4%) ญี่ปุ่น (6.25%) **ไทย** (2.19% /ลำดับที่ 14)

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)

1. Branding: รักษา Brand Momentum ส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย ให้เป็นที่ยอมรับและนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ และผ่านการจัดงานแสดงสินค้า Top Thai Brands, Mini Thailand Week และงานแสดงสินค้าอื่น ๆ
2. สนับสนุน MSMEs from Local to Global

2.1 ส่งเสริมให้ SMEs ไทยมีโอกาสเปิดตลาดสินค้าในอาเซียนมากขึ้น ผ่านการพัฒนาศักยภาพทั้งสินค้าและผู้ประกอบการ พร้อมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Top Thai Brands, Mini Thailand Week และผ่านช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในแต่ละประเทศ

2.2 Strategic Partnership for MSMEs

- สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับกลุ่มนักธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจการค้าการลงทุนในอนาคตในแต่ละประเทศ เช่น กลุ่ม Super Rich และกลุ่ม Young Executives ในกรอบความร่วมมือ ACMECS และกลุ่ม Startups ในสิงคโปร์
- สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับรัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานภาครัฐ สมาคมการค้ารายใหม่ ๆ กลุ่มธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีบทบาทมากขึ้นเพื่อขยายการค้าการลงทุนของไทย

3. ขยายความร่วมมือทางการค้าในโอกาสการเป็นประธานอาเซียน
4. ส่งเสริมการส่งออกสินค้าใหม่ ๆ

4.1 ส่งเสริมการส่งออกสินค้านวัตกรรมต่าง ๆ ที่ไทยได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ในยุค Digital Economy เช่น สินค้าซอฟต์แวร์และแอพพลิเคชั่น สำหรับการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม สปา สินค้าและสินค้าจำพวก Content เกมส์ Animation ต่าง ๆ

5. บุกเจาะตลาดเมืองรอง

กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ปีงบประมาณ 2563)

☐ จัดคณะผู้แทนการค้าสิงคโปร์เดินทางมาเจรจาการค้าในประเทศไทย (กลุ่มสินค้าของขวัญ) (รอยืนยัน)

☐ จัดงาน Thailand Week 2019 ณ ประเทศสิงคโปร์ (รอยืนยัน)

☐ โครงการ E-Marketplace Promotion ผลักดันสินค้าไทยเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ในสิงคโปร์ (รอยืนยัน)

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

สถานการณ์โควิด-19 และมาตรการเยียวยา

☐ กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมสิงคโปร์ปรับลดคาดการณ์การเศรษฐกิจสิงคโปร์ในปี 63 โดยคาดว่าอยู่ที่ระหว่าง -1 ถึง -4% และสิงคโปร์อาจต้องเผชิญภาวะเศรษฐกิจถดถอยโดยมีความรุนแรงใกล้เคียงกับวิกฤตการณ์ทางการเงินเมื่อปี 41

☐ รัฐบาลสิงคโปร์ประกาศ Circuit Breaker จนถึงวันที่ 1 มิ.ย.63

☐ รัฐบาลสิงคโปร์ให้ความสนใจต่อความมั่นคงทางอาหารมากขึ้น โดยวางนโยบายให้มีการผลิตอาหารภายในประเทศมากขึ้น และนำเข้าอาหารจากหลายประเทศเพื่อลดการพึ่งพิงจากประเทศใดประเทศหนึ่ง

☐ รัฐบาลได้ประกาศนโยบายเยียวยาไปแล้ว 4 ครั้ง รวมมูลค่าเกือบ 100 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ ได้แก่

1. แผนกระตุ้นเศรษฐกิจรอบที่ 1 ภายใต้เงิน Unity Budget มูลค่า 6.4 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ จัดสรรให้หน่วยงานที่ทำงานด้านโควิด และกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ
2. แผนกระตุ้นเศรษฐกิจรอบที่ 2 ภายใต้เงิน Resilience Budget มูลค่า 48 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการท้องถิ่น แรงงานรายได้น้อย ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และผู้ตกงานจากสถานการณ์โควิด-19
3. แผนกระตุ้นเศรษฐกิจรอบที่ 3 ภายใต้เงิน Solidarity Budget มูลค่า 5.1 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เพิ่มสัดส่วนเงินช่วยเหลือให้ครอบคลุมทุกธุรกิ
4. แผนกระตุ้นเศรษฐกิจรอบที่ 4 ภายใต้เงิน Fortitude Budget มูลค่า 33 พันล้านเหรียญสิงคโปร์

ภาพรวมเศรษฐกิจสิงคโปร์

☐ สิงคโปร์ตั้งเป้าหมายเป็นประเทศ Smart Nation โดยเพิ่มมาตรการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล อาทิ ตั้งหน่วยงาน Digital Industry Singapore (DISG) การออกใบอนุญาตธนาคารดิจิทัล รวมถึงมีการจัดทำความตกลงด้านเศรษฐกิจดิจิทัลกับชิลี ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ คาดการณ์ว่าภายในปี 64 เศรษฐกิจดิจิทัลของสิงคโปร์จะมีมูลค่าประมาณหนึ่งหมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยล่าสุดในสถานการณ์โควิดก็ยังมีมาตรการช่วยเหลือด้านการเงินและบุคลากรแก่ธุรกิจที่ต้องการก้าวสู่ E-Commerce รวมถึงเพิ่มเงินรายชั่วโมงให้กับแรงงานที่เข้าฝึกทักษะที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล

☐ สิงคโปร์และจีนได้ประกาศความตกลงการค้าเสรี (CSFTA) ฉบับปรับปรุงและลงนาม MOU อีก 9 ฉบับ เน้นความร่วมมือด้านการค้าสินค้าและการบริการ โดยเฉพาะงานด้านอิเล็กทรอนิกส์และ E-Commerce และการให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย

☐ สิงคโปร์และสหรัฐอเมริกาลงนามความตกลงกรอบเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการเงินและการตลาด เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและเทคนิคร่วมกัน และเพื่อสนับสนุนและเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนขยายความร่วมมือทวิภาคี

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับสิงคโปร์

เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
ปี 2020 (%)	ปี 2019	ปี 2020		ปี 2019	ปี 2020		ปี 2019	ปี 2020	
		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)		ม.ค.-เม.ย.	+/- (%)
-	16,481.78 (-2.97)	6,831.99	37.57	8,839.82 (-4.97)	3,960.50	55.36	7,641.96 (-0.55)	2,871.49	18.81

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดสิงคโปร์ ปี 2019 – ปี 2020 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2019	ปี 2019 ม.ค.-เม.ย.	ปี 2020 ม.ค.-เม.ย.	ปี 2020 +/-(%) ม.ค.-เม.ย.
1. อัญมณีและเครื่องประดับ	1,673.60	288.25	1,907.93	561.9
2. น้ำมันสำเร็จรูป	1,307.33	474.77	349.53	-26.38
3. แผงวงจรไฟฟ้า	760.96	241.05	247.53	2.69
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	477.32	99.1	138.01	39.26
5. เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ	344.93	145.03	103.04	-28.95
6. เคมีภัณฑ์	179.73	49.86	94.69	89.91
7. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	208.44	68.7	66.4	-3.35
8. เครื่องคำนวณอิเล็กทรอนิกส์	72.21	11.83	63.71	438.55
9. ข้าว	99.7	31.25	62.23	99.14
10. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	193.97	61.35	55.8	-9.05
การส่งออกรวม	**8,839.82**	**2,549.25**	**3,960.50**	**55.36**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดสิงคโปร์ ปี 2018 – ปี 2019 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2019	ปี 2019 ม.ค.-เม.ย.	ปี 2020 ม.ค.-เม.ย.	ปี 2020 +/-(%) ม.ค.-เม.ย.
1. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	784.98	194.05	596.27	207.28
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,211.17	329.32	431.34	30.98
3. น้ำมันสำเร็จรูป	1,272.47	257.54	387.93	50.63
4. เคมีภัณฑ์	885.35	321.18	306.75	-4.49
5. แผงวงจรไฟฟ้า	515.81	191.55	202.35	5.64
6. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	459.61	144.92	165.94	14.5
7. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	464.59	202.65	101.63	-49.85
8. ผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ	222.11	73.01	95.57	30.9
9. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	235.01	78.4	70.67	-9.86
10. กระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษ	180	55.83	69.22	23.98
การนำเข้ารวม	**7,641.96**	**2,416.95**	**2,871.49**	**18.81**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร