คู่มือการค้าและการลงทุน

สาธารณรัฐสิงคโปร์



REPUBLIC OF SINGAPORE

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

คู่มือ การค้าและการลงทุน
สาธารณรัฐสิงคโปร์



DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

จัดทำโดย
กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

หนังสือชื่อ : คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐสิงคโปร์
ชื่อผู้แต่ง : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์
ปีที่แต่ง : มกราคม 2555
จำนวนที่พิมพ์ : 2,000 เล่ม
จำนวนหน้า : 156 หน้า
ISBN : 978-616-265-027-7
พิมพ์ที่ : สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก
22/77 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจันทรเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. (662) 511 5066-77 ต่อ 382, 384
โทรสาร (662) 513 6413

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทร. (662) 507 7999 โทรสาร (662) 507 7722, (662) 547 5657 - 8
เว็บไซต์ : http://www.ditp.go.th

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

คำนำ

ข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจ กรมส่งเสริมการส่งออกจึงได้มอบหมายให้สำนักพัฒนาการตลาดระหว่างประเทศจัดทำหนังสือคู่มือการค้าและการลงทุนรายประเทศขึ้น เพื่อให้นักธุรกิจ ผู้ส่งออกและนักลงทุนไทยรวมถึงผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่มนี้อย่างเต็มที่

“คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐสิงคโปร์” ประกอบด้วยสาระน่ารู้เกี่ยวกับทิศทางการค้าและการลงทุนในสาธารณรัฐสิงคโปร์ ตลอดจนเกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับธรรมเนียมปฏิบัติในการติดต่อธุรกิจซึ่งรวบรวมจากสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพิ่มเติมด้วยข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงเพื่อให้ได้เนื้อหาที่ครบถ้วนสมบูรณ์ นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างรู้เท่าทัน ส่งเสริมให้นักธุรกิจไทยสามารถใช้ประโยชน์จากกฎระเบียบและข้อตกลงทางการค้าต่างๆ ได้อย่างคุ้มค่า ทั้งยังเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) ในปี 2558

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนให้การจัดทำหนังสือ “คู่มือ การค้าและการลงทุน สาธารณรัฐสิงคโปร์” สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สำนักพัฒนาการตลาดระหว่างประเทศ
กรมส่งเสริมการส่งออก

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1. ข้อมูลพื้นฐาน	**1**
1.1 สภาพภูมิประเทศ (พร้อมแผนที่)	1
1.2 สภาพภูมิอากาศ	2
1.3 เมืองหลวง/เมืองสำคัญ/เมืองท่า	2
1.4 การแบ่งเขตการปกครอง	2
1.5 ระบอบการปกครอง	3
1.6 ประชากร/สังคม/วัฒนธรรม	4
1.7 ภาษาราชการ	5
1.8 เวลา	5
1.9 สกุลเงิน	5
1.10 วันหยุดนักขัตฤกษ์	5
1.11 เส้นทางคมนาคม	6
1.12 ระบบการเงิน การธนาคาร	6
1.13 ตลาดการค้าของสิงคโปร์	9
1.14 ลักษณะเด่นของตลาด	10
2. เศรษฐกิจการค้า	**11**
2.1 ภาวะเศรษฐกิจ	11
2.2 ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจสำคัญ	12
2.3 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า	13
2.4 การค้าระหว่างประเทศ	13
2.5 การค้ากับประเทศไทย	18
2.6 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า	21
2.7 โอกาสทางการค้าและปัญหาอุปสรรค	21
2.8 ระบบโลจิสติกส์ การขนส่งสินค้า	22
- เส้นทางขนส่งจากไทย	
2.9 แนวโน้มเศรษฐกิจ	25
2.10 เกร็ดความรู้ที่ผู้ส่งออกควรทราบ	33
3. รายงานตลาด (รายสินค้า) ที่น่าสนใจในตลาดสิงคโปร์	**34**
3.1 สินค้าข้าวไทยในตลาดสิงคโปร์	34
3.2 สินค้าผักสดในตลาดสิงคโปร์	38
3.3 ธุรกิจสปาในสิงคโปร์	44
3.4 สินค้าอาหารในตลาดสิงคโปร์	59
3.5 สินค้าสิ่งทอในสิงคโปร์	75

เรื่อง	หน้า

4. การลงทุน **85**

4.1 การลงทุนจากต่างประเทศ 85
4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน 86
4.3 กฎระเบียบการลงทุน/นโยบาย/มาตรการทางการค้า/การส่งเสริมการลงทุน 90
4.4 การจัดตั้งธุรกิจในสิงคโปร์ 93
4.5 ต้นทุนการจัดตั้งธุรกิจ 97
4.6 อัตราภาษี สิทธิประโยชน์ในการลงทุนในสิงคโปร์ 99
4.7 สิทธิพิเศษทางการค้า 101
4.8 ความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศ 102
4.9 ข้อตกลง/ความร่วมมือทางการค้ากับประเทศไทย 103
4.10 ปัญหา/อุปสรรค/ประเด็นทางการค้าและการลงทุนกับไทย 105
4.11 ลู่ทางการค้าและการลงทุน 107
4.12 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า/การลงทุนของสิงคโปร์ 108

5. ข้อมูลอื่นๆ **110**

5.1 ภาคแรงงานของสิงคโปร์ 110
5.2 แนวโน้มความต้องการจ้างแรงงานไทย 114
5.3 ภาคการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ 117
5.4 การจัดตั้งสำนักงานตัวแทน 119
5.5 การจดสิทธิบัตร 121
5.6 การเปิดแฟรนไชน์ 125

6. คำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับการค้าการลงทุน (FQA) **134**

7. หน่วยงานติดต่อสำคัญ **137**

7.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า/การลงทุนของสิงคโปร์ 137
7.2 รายชื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง/ร้านอาหารไทยในสิงคโปร์ 142

บรรณานุกรม **145**

สาธารณรัฐสิงคโปร์
(Republic of Singapore)

1. ข้อมูลพื้นฐาน

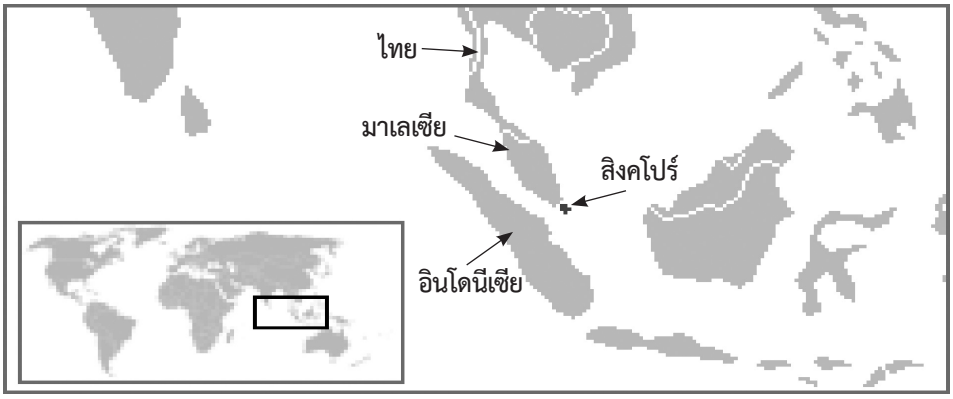
1.1 สภาพภูมิอากาศ



ธงชาติ

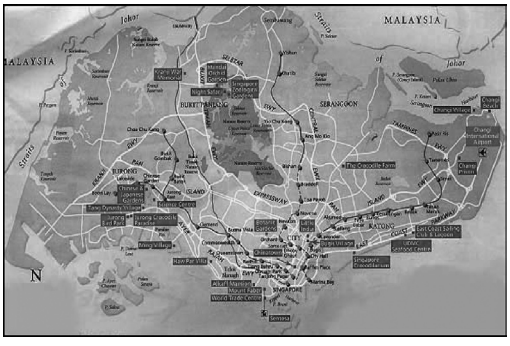


ตราประจำชาติ



ที่ตั้ง :

ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของสิงคโปร์ คือ 136.8 กม.เหนือเส้นศูนย์สูตร โดยตั้งอยู่ระหว่างเส้นแวงที่ 103 องศา 38 ลิปดาตะวันออก กับเส้นแวงที่ 104 องศา 06 ลิปดาตะวันออก ประเทศเพื่อนบ้าน ทิศเหนือคือ ประเทศมาเลเซีย ทิศใต้และตะวันออกคือ ประเทศอินโดนีเซีย สิงคโปร์ ประกอบด้วยเกาะใหญ่ เกาะน้อยบริเวณรายรอบรวม 63 เกาะ เกาะที่ใหญ่ที่สุดคือ เกาะ Singapore



คำขวัญประเทศ : Majulah Singapura

("เดินไปข้างหน้า สิงคโปร์")

1.2 สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศ สิงคโปร์อยู่ในเขตมรสุมทำให้มีอากาศอบอุ่นเกือบตลอดปี มีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 25 – 32 องศา เซลเซียส แบ่งเป็น 4 ฤดู คือ

1. ฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (North-East Monsoon Season) ระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ เป็นช่วงอากาศหนาว อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 23 - 26 องศา เซลเซียส โดยอากาศจะเย็นที่สุดในเดือนธันวาคม มีอุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 20 องศา เซลเซียส ช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ จะมีฝนหนักและลมแรงจากอิทธิพลของมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ฤดูก่อนมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (Pre South-West Monsoon) ระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม เป็นช่วงอากาศร้อน อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 31 - 34 องศา เซลเซียส อากาศจะร้อนที่สุดในเดือนพฤษภาคม มีอุณหภูมิสูงสุดราว 36 องศา เซลเซียส

3. ฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (South-West Monsoon Season) ระหว่างเดือนมิถุนายน-กันยายน มีฝนตกหนักและลมแรงจากอิทธิพลของมรสุมตะวันตกเฉียงใต้

4. ฤดูก่อนมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (Pre North-East Monsoon) ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม เป็นช่วงที่มีอากาศอบอุ่น และไม่มีฝนมากนัก



1.3 เมืองหลวง/เมืองสำคัญ/เมืองท่า

เมืองหลวง/เมืองท่า	สินค้า/บริการสำคัญ
สิงคโปร์	น้ำมันปิโตรเลียม, แก๊ซธรรมชาติ, เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, เภสัชภัณฑ์, เคมีภัณฑ์, Biomedical, IT, การให้บริการทางการเงิน, Logistics และอู่ซ่อมเรือ



1.4 การแบ่งเขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็น 5 ภาค คือ

1) ภาคกลาง (Central Region) มีพื้นที่ 130.5 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย Central Area ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการเงินของสิงคโปร์และ 11 เขตรอบนอก โดยภายใน Central Area ยังแบ่งออก เป็น 11 เขตย่อย เขตที่สำคัญ ได้แก่ Downtown Core เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจสำคัญ ได้แก่ Singapore River เป็นที่ตั้งสำนักงาน ห้างร้านขนาดใหญ่ และ Orchard เป็นแหล่งการค้าและศูนย์กลางของธุรกิจ โรงแรม

2) ภาคตะวันตก (West Region) มีพื้นที่ 201 ตารางกิโลเมตร เป็นภาคที่ใหญ่ที่สุดใน 5 ภาค แบ่งเป็น 12 เขต และเขตสำคัญ ได้แก่ Western Water Catchment ซึ่งเป็นพื้นที่กักเก็บน้ำขนาดใหญ่ครอบคลุมพื้นที่กว่า 1 ใน 3 ของภาค

3) ภาคเหนือ (North Region) พื้นที่ 97 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็น 8 เขต รวม Central Water Catchment (หรือ Central Catchment Nature Reserve : CCNR) ซึ่งเป็นพื้นที่กักเก็บน้ำสำหรับการอุปโภคบริโภคในตอนกลางของเกาะสิงคโปร์

4) ภาคตะวันออก (East Region) แบ่งเป็น 6 เขต รวมเขต Changi ซึ่งเป็นที่ตั้งของสนามบินนานาชาติ แห่งสิงคโปร์ (Changi International Airport)

5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (North-East Region) เป็นที่ตั้งทางทหารของสิงคโปร์และเกาะ Pulau-ubin เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ





1.5 ระบอบการปกครอง

สิงคโปร์ปกครองโดยระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา มีรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุด (The Constitution) แบ่งอำนาจการปกครองออกเป็น 3 ส่วน คือ

1) สภาบริหาร (The Executive) ประกอบด้วยประธานาธิบดีและคณะรัฐมนตรี ซึ่งมีหน้าที่บริหารประเทศผ่านกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงานในสังกัดราชการอื่นๆ ประธานาธิบดีสิงคโปร์มาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน มีวาระดำรงตำแหน่ง 6 ปี โดยประธานาธิบดีคนปัจจุบันคือ นายเซลลาปัน รามา นาทาน (Mr. Sellapan Rama Nathan) เป็นประธานาธิบดีคนที่ 6 ของสิงคโปร์ เข้าดำรงตำแหน่งเป็นสมัยที่ 2 เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2548 ส่วนคณะรัฐมนตรีสิงคโปร์มาจากการเลือกตั้งทั่วไปทุก 5 ปี พรรคการเมืองสำคัญ 4 พรรค ได้แก่ (1) People's Action Party (PAP) ของนายลี เซียน ลุง (Mr. Lee Hsien Loong) ก่อตั้งในปี 2497 จัดตั้งรัฐบาลปกครองประเทศด้วยความมั่นคงมาตลอด (2) Worker's Party (WP) ก่อตั้งขึ้นในปี 2500 ปัจจุบันมีนาย Low Thia Kiang เป็นหัวหน้าพรรค (3) พรรค Singapore Democratic Party (SDP) ก่อตั้งในปี 2523 ภายใต้การนำของนาย Chee Soo Juan และ (4) พรรค Singapore Democratic Alliance (SDA) ก่อตั้งเมื่อปี 2544 จากการรวม พรรคเล็กหลายพรรค ปัจจุบันมีนาย Chiam See Tong เป็นหัวหน้าพรรค สำหรับตำแหน่งสำคัญในคณะรัฐมนตรีปัจจุบัน ได้แก่

- นายลี เซียน ลุง (Lee Hsien Loong) นายกรัฐมนตรี
- นายเตียว ชี เฮียน (Teo Chee Hean) รองนายกรัฐมนตรี Co-ordination Minister for National Security และ Minister for Home Affairs
- นายธาร์มาน ชันมูการัทนัม (Tharman Shanmugaratnam) รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังและกระทรวงแรงงาน
- นายลิม ฮึง เคียง (Lim Hng Kiang) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม
- นาย กัน คิม ย็อง (Gan Kim Yong) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข





- นาย เฮ็ง สวี เคียด (Heng Swee Keat) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

- นาย เค ชันมูกัม (K Shanmugam) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศและ Ministry of Law

2) รัฐสภา (Parliament) มาจากการเลือกตั้งทั่วไป ครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2554 มีสมาชิกสภาผู้แทนรวม 87 คน แบ่งเป็นฝ่ายรัฐบาลรวม 81 คน มาจากพรรค People's Action Party(PAP) และฝ่ายค้านมี 6 คน มาจากพรรค Worker's Party (WP)

3) สภาตุลาการ (The Judiciary) แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ศาลชั้นต้น (Subordinate Courts) และศาลฎีกา (Supreme Court)

1.6 ประชากร/สังคม/วัฒนธรรม

จำนวนประชากร : 5.08 ล้านคน (2553)

เชื้อชาติ : ประกอบด้วยชาวจีน 74.7 % ชาวมุสลิม 13.6 % ชาวอินเดีย 8.9 % และอื่นๆ 2.8 %

ศาสนา : พุทธ (42.5 %) คริสต์ (14.5 %) อิสลาม (14.9 %) ฮินดู (4.0 %) และอื่นๆ (24.1 %)

วัฒนธรรม : ประชากรสิงคโปร์มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ อีกทั้งส่วนใหญ่ยังยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติดั้งเดิม ทำให้สิงคโปร์มีวัฒนธรรมหลากหลายทั้งทางด้านอาหาร การแต่งกาย ตลอดจนการเซ่นไหว้วิญญาณบรรพบุรุษ และความเชื่อในเรื่องเทพเจ้าที่แตกต่างกันไป ชาวจีนส่วนมากบูชา เจ้าแม่กวนอิม-ธิดาแห่งความสุข กวนอู-เทพเจ้าแห่งความยุติธรรม รวมถึงเทพเจ้าจีนองค์อื่นๆ ขณะที่ชาวฮินดูบูชาเทพเจ้าแห่งดวงอาทิตย์ เป็นต้น

เทศกาลสำคัญของสิงคโปร์ ส่วนมากมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนา เริ่มตั้งแต่เทศกาลตรุษจีน (Chinese New Year) ในเดือนกุมภาพันธ์ ชาวสิงคโปร์เชื้อสายจีนจะจัดงานเซ่นไหว้เทพเจ้าและงานรื่นเริงสนุกสนานอื่นๆ โดยรัฐบาล ห้างร้าน และบริษัทต่างๆ จะหยุดทำการเป็นเวลา 2 วัน แต่บางแห่งอาจหยุดนานถึง 15 วัน เทศกาล Good Friday ของชาวคริสต์ในเดือนเมษายน จัดขึ้นเพื่อระลึกถึงการสละชีวิตของพระเยซูบนไม้กางเขน เทศกาลวิสาขบูชา (Vesak Day) ของชาวพุทธจัดขึ้นในเดือนพฤษภาคม เพื่อระลึกถึงการประสูติ ตรัสรู้ และปรินิพพานของพระพุทธเจ้า เทศกาล Hari Raya Puasa ในเดือนตุลาคม เป็นการเฉลิมฉลองของชาวมุสลิมหลังการสิ้นสุดพิธีถือศีลอดหรือรอมฎอน (Ramadan) และเทศกาล Deepavali ในเดือนพฤศจิกายน เป็นเทศกาลแห่งแสงสว่างและเป็นงานขึ้นปีใหม่ของชาวฮินดูในสิงคโปร์

ชาวสิงคโปร์มีวัฒนธรรมหลากหลายแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติ แต่ผสมผสานกันอย่างกลมกลืน โดยส่วนมากมักเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา รวมถึงความเชื่อเรื่องเทพเจ้า





สภาพความเป็นอยู่ของคนเมือง สิงคโปร์เป็นประเทศที่ประกอบด้วยชุมชนหลายเชื้อชาติ คือ จีน อินเดีย มาเลย์มุสลิม และอื่นๆ อยู่ร่วมกันด้วยความสงบสุข ส่วนใหญ่พักอาศัยที่แฟลตสูง ตามย่านต่างๆ ได้แก่ 1) Arab Street/ Kampong Glam เป็นย่านมาเลย์มุสลิม 2) China Town เป็นแหล่งธุรกิจของชาวจีน ซึ่งมีวัดของอินเดีย (Sri Mariamman) ตั้งอยู่ใกล้ๆวัดจีน กลางไชน่าทาวน์ 3) Little India เป็นย่านคนอินเดีย ที่มีศาลเจ้าและมัสยิดรวมอยู่ด้วย

ชาวสิงคโปร์อยู่ในสภาวะเร่งรีบในการเดินทางและการทำงาน ชีวิตประจำวันส่วนใหญ่อยู่กับงาน เมื่อหลังเลิกงาน ใช้เวลานอกบ้านเพื่อรับประทานอาหาร หรือพักผ่อนโดยการเดินซื้อของหรือดูหนัง ฟังเพลง ส่วนการพักผ่อนช่วงสุดสัปดาห์นิยมไปสวนสาธารณะ ชายหาด หรือเกาะเซนโตซา

1.7 ภาษา : ภาษาประจำชาติคือ ภาษามาเลย์ ภาษาราชการมี 4 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษาทมิฬ และภาษามาเลย์ สำหรับภาษาธุรกิจและการบริหารคือ ภาษาอังกฤษ ชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่พูดได้สองภาษา คือ ภาษาแม่ของตนและภาษาอังกฤษ

1.8 เวลา : เร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง

1.9 สกุลเงิน : ดอลล่าร์สิงคโปร์ (SGD) อัตราแลกเปลี่ยน โดยประมาณ 25 บาท / 1 ดอลล่าร์สิงคโปร์

1.10 วันหยุดนักขัตฤกษ์

เวลาทำการ : หน่วยงานราชการและสำนักงานเอกชนเปิดทำการวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 9.00-17.00 น. และวันเสาร์ เวลา 9.00-13.00 น. ร้านค้าทั่วไปและห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการวันอาทิตย์ถึงพฤหัสบดี เวลา 10.30-21.00 น. และวันศุกร์ถึงเสาร์ เวลา 10.30-22.00 น. สำหรับธนาคารพาณิชย์ทั่วไปเปิดทำการวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลา 9.00-15.00 น. และวันเสาร์ เวลา 9.30-11.30 น. สิงคโปร์มีวันหยุดราชการ (ปี 2554) ดังนี้

1	มกราคม	New Year's Day
3-4	กุมภาพันธ์	Chinese New Year's Day
22	เมษายน	Good Friday
1	พฤษภาคม	Labour Day
17	พฤษภาคม	Vesak Day
9	สิงหาคม	National Day
30	สิงหาคม	Hari Raya Puasa
26	ตุลาคม	Deepavali
6	พฤศจิกายน	Hari Raya Haji
25	ธันวาคม	Christmas Day





1.11 เส้นทางคมนาคม : ระบบคมนาคมขนส่งภายในประเทศประกอบด้วย

1) ทางหลวงเป็นเส้นทางคมนาคมหลักของสิงคโปร์ ส่วนมากเป็นถนน 6 ช่องจราจร ยกเว้นเขตในเมือง การขับขี่ยานพาหนะใช้ระบบชิดซ้ายเช่นเดียวกับไทย อนึ่ง ทางหลวงในสิงคโปร์แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) ทางด่วน Expressway ได้แก่ East Coast Parkway : ECP, Pan Island Expressway : PIE เป็นต้น (2) ทางหลวงอื่นๆ ที่สำคัญได้รับการยกระดับเป็น Semi-expressway รวม 3 สาย คือ Outer Ring Road System : ORRS, West Coast Highway และ Nicoll Highway

2) ระบบราง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) รถไฟ มีความยาว 38.6 กิโลเมตร เชื่อมต่อกับมาเลเซียไปยังกัวลาลัมเปอร์ และกรุงเทพฯ (2) Mass Rapid Transit (MRT) เป็นระบบขนส่งหลักของสิงคโปร์ ให้บริการครอบคลุมเขตธุรกิจ สถานที่ราชการ รวมถึงสนามบิน มีสถานีรวม 67 แห่ง ระยะทาง 109 กิโลเมตร

3) ท่าเรือสำคัญ ได้แก่ ท่าเรือ Jurong, Tanah Merah

4) ท่าอากาศยาน มีจำนวน 4 แห่ง คือ Changi Airport Terminal 1, 2, 3 และ Budget Terminal

ทั้งนี้ การเดินทางภายในประเทศส่วนใหญ่โดยรถส่วนตัว รถประจำทาง รถไฟฟ้า-Mass Rapid Transit : MRT และรถแท็กซี่

สถาบันการเงินในสิงคโปร์อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ The Monetary Authority of Singapore (MAS) โดยมีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายการเงินของสิงคโปร์ปัจจุบันสิงคโปร์นับเป็นศูนย์กลางการค้าเงินตราต่างประเทศสำคัญเป็นอันดับ4 ของโลกรองจากลอนดอน นิวยอร์ก และโตเกียว นอกจากนั้น สิงคโปร์ยังเป็นศูนย์บริหารกองทุนที่สำคัญของเอเชียโดยเป็นฐานของสถาบันการเงินหลายแห่ง

1.12 ระบบการเงิน การธนาคาร

สถาบันการเงินในสิงคโปร์อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ The Monetary Authority of Singapore (MAS) โดยมีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายการเงินของสิงคโปร์ ปัจจุบันสิงคโปร์นับเป็นศูนย์กลางการค้าเงินตราต่างประเทศสำคัญเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากลอนดอน นิวยอร์ก และโตเกียว นอกจากนั้น สิงคโปร์ยังเป็นศูนย์บริหารกองทุนที่สำคัญของเอเชียโดยเป็นฐานของสถาบันการเงินหลายแห่ง

การธนาคารในสิงคโปร์มีการพัฒนามากและปัจจุบันกำลังเปลี่ยนทิศทาง โดยรัฐบาลจะเปิดทางให้มีการแข่งขันในธุรกิจธนาคารมากขึ้นในอนาคต ธนาคารของรัฐจึงต้องปรับตัว และเตรียมพร้อมที่จะแย่งชิงลูกค้าเพื่อรับมือกับธนาคารใหม่ๆที่จะเข้ามามีบทบาทในตลาด รวมถึงผู้เล่นในรูปแบบใหม่ เช่น ผู้บริหารกองทุนต่างๆ และธนาคารอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันธนาคารสิงคโปร์มีสินทรัพย์ ที่บริหารอยู่เป็นมูลค่าประมาณ 3.6 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ คาดว่า ตัวเลขจะเพิ่มเป็น 20 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ในอีกห้าปีข้างหน้า และในอนาคตอาจจะมีการช่วงชิงลูกค้าเงินฝากกันครั้งใหญ่ เมื่ออัตราดอกเบี้ยลดต่ำลง อีกทั้ง ธุรกิจเงินฝากจะเปลี่ยนไปเป็นการบริหารสินทรัพย์ที่อิงระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ธนาคารมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียม

ค่าบริการการกู้/การจำนอง การบริหารสินทรัพย์ และการปล่อยสินเชื่อลูกค้ารายย่อย

สิงคโปร์กำลังมุ่งหน้าสู่การบริการทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารสำคัญคือ (1) The Overseas Union Bank (OUB) ซึ่งอยู่ภายใต้ United Overseas Bank (UOB) ได้แยกธุรกิจด้านอินเทอร์เน็ตเป็นหน่วยอิสระ และอัดฉีดเงิน 300 ล้านเหรียญสิงคโปร์ (175 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) เพื่อพัฒนาระบบให้บริการใหม่ๆ เช่น การโอนเงินผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และการซื้อขายหุ้นออนไลน์ (2) Development Bank of Singapore (DBS) ทุ่มเงินก้อนโตเช่นกันในการพัฒนาศักยภาพของธนาคาร โดยเตรียมรับมือกับคู่แข่งอย่าง Citi Bank และ Standard Chartered Bank ดำเนินกิจการในสิงคโปร์



UOB
大華銀行

ด้านการธนาคาร ณ วันที่ 25 พฤษภาคม 2554 สิงคโปร์มีธนาคารพาณิชย์รวม 120 ราย แบ่งเป็นธนาคารท้องถิ่น (Local Banks) จำนวน 6 ราย คือ

- Bank of Singapore Ltd.
- DBS Bank Ltd.
- Far Eastern Bank Ltd.
- Overseas-Chinese Banking Corp. Ltd.
- Singapore Island Bank Ltd.
- United Overseas Bank Ltd.

และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ (Foreign Banks) จำนวนมากถึง 114 ราย โดยจำแนกเป็น (1) Foreign Full Banks จำนวน 26 ราย โดย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์เพียงรายเดียวของไทย ที่มีใบอนุญาตดำเนินธุรกิจประเภทนี้ (2) Wholesale Banks จำนวน 50 ราย และ (3) Offshore Banks จำนวน 38 ราย

สำหรับ Financial Holding Companies มีเพียง 1 ราย คือ DBS Group Holding Ltd. ส่วนบริษัทประกันภัย มีทั้งสิ้น 152 แห่ง แบ่งเป็น Direct Insurers จำนวน 63 แห่ง Professional Reinsurers จำนวน 28 แห่ง และ Captive Insurers จำนวน 61 แห่ง

ธนาคารของสิงคโปร์ได้ขยายสาขามาดำเนินธุรกรรมการเงินในไทย 4 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคาร Development Bank of Singapore (DBS), Overseas Chinese Banking Corporation (OCBC), United Overseas Bank (UOB) และ Overseas Union Bank (OUB) โดยดำเนินการภายใต้กรอบกิจการวิเทศธนกิจ (BIBF) โดย 2 ธนาคารหลังได้รับอนุญาตตามความตกลงพิเศษในการแลกเปลี่ยนสาขาธนาคารเพิ่มเติม ระหว่างกระทรวงการคลังของสองประเทศ นอกจากนี้ ในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ธนาคาร UOB ได้ซื้อหุ้นธนาคารรัตนสิน เป็นจำนวนร้อยละ 75 และเข้ามาบริหารงานอย่างเป็นทางการ รวมทั้งเปลี่ยนชื่อธนาคารเป็นธนาคาร UOB รัตนสิน จำกัด

ธนาคารของสิงคโปร์ได้ขยายสาขามาดำเนินธุรกรรมการเงินในไทย 4 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคาร Development Bank of Singapore (DBS), Overseas Chinese Banking Corporation (OCBC), United Overseas Bank (UOB) และ Overseas Union Bank (OUB) โดยดำเนินการภายใต้กรอบกิจการวิเทศธนกิจ (BIBF) โดย 2 ธนาคารหลังได้รับอนุญาตตามความตกลงพิเศษในการแลกเปลี่ยนสาขาธนาคารเพิ่มเติม ระหว่างกระทรวงการคลังของสองประเทศ

ธนาคารของไทย 3 แห่ง ได้ขยายสาขาและ เปิดบริการที่สิงคโปร์ คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ อย่างไรก็ดี มีเพียงธนาคารกรุงเทพเพียงธนาคารเดียวที่ได้รับอนุญาต ให้ดำเนินกิจการธนาคารอย่างเต็มรูปแบบ ส่วนธนาคารไทยอีก 2 แห่ง มีขอบเขตการประกอบกิจการเพียงการให้บริการ กู้ยืมระหว่างประเทศในลักษณะของ off-shore Banking

ด้านอัตราแลกเปลี่ยน เงินเหรียญสิงคโปร์ เมื่อเทียบกับเงินเหรียญยูโร เงินปอนด์ และเงินเหรียญสหรัฐฯ ปี 2010 (ม.ค.-ธ.ค.) และปี 2011 (ม.ค.-พ.ค) ตามตารางข้างล่างนี้

End of Period		S$ Per Unit of Euro	S$ Per Unit of Pound Sterling	S$ Per Unit of US Dollar
2011	Jan	1.7491	2.0401	1.2865
	Feb	1.7507	2.0493	1.2738
	Mar	1.7828	2.0296	1.2617
	Apr	1.8207	2.0444	1.2277

: http://www.mas.gov.sg

End of Period		S$ Per Unit of Euro	S$ Per Unit of Pound Sterling	S$ Per Unit of US Dollar
2010	Jan	1.9601	2.2677	1.4046
	Feb	1.9132	2.1516	1.4087
	Mar	1.8789	2.1143	1.4028
	Apr	1.8135	2.1003	1.3682
	May	1.7265	2.0284	1.4017
	Jun	1.7113	2.1108	1.4013
	Jul	1.7790	2.1263	1.3623
	Aug	1.7151	2.0955	1.3557
	Sep	1.7919	2.0872	1.3175
	Oct	1.8056	2.0708	1.2987
	Nov	1.7289	2.0511	1.3191
	Dec	1.7120	1.9887	1.2875

1.13 ตลาดการค้าของสิงคโปร์

1) สิงคโปร์เป็นตลาดการค้าเสรีที่มีการแข่งขันสูง สินค้าส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศต่างๆทั่วโลก โดยมีนโยบายการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตหลายๆแห่ง เพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายในตลาดตลอดเวลา รวมถึงราคาสินค้าที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ การทำธุรกิจส่วนใหญ่ในลักษณะ Trading Hub

2) การค้าและประกอบธุรกิจของสิงคโปร์ถือว่าได้ระดับมาตรฐานสากล นอกจากนี้ มีความเชี่ยวชาญในการจัดการทรัพยากรบุคคลและบริหารจัดการธุรกิจ มีฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมชั้นสูง ให้การสนับสนุนด้านการคิดค้น/วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีจุดเด่นเรื่องทำเลที่ตั้งทำให้เป็นเมืองท่าที่สำคัญของโลก มีเครือข่ายธุรกิจกับคนสัญชาติจีนในประเทศต่างๆ มีระบบ Logistics ในการจัดการด้าน Supply Chain ในระดับมาตรฐานโลก รวมทั้งการเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ ทำให้สิงคโปร์เป็นฐานในการทำการค้ากับทั่วโลกและเป็น Gateway อย่างมีศักยภาพ โดยได้รับประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจจากการเจริญเติบโตของประเทศจีนและอินเดีย รวมถึงตลาดในตะวันออกกลาง และภูมิภาคเอเชีย

3) การค้าเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่สิงคโปร์มีเป้าหมายขยายการลงทุนในสาขาต่างๆเพิ่มขึ้น เช่น การสื่อสารโทรคมนาคม IT การให้บริการด้านการเงิน/การธนาคาร การศึกษา การสาธารณสุข การค้นคว้าและวิจัยเภสัชภัณฑ์ และธุรกิจบริการ อีกทั้ง มีการผลักดันให้ประเทศเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ ได้แก่ การเงิน/การธนาคาร การพาณิชย์ การบิน/อวกาศ ด้านแฟชั่น การบัญชี การขนส่ง เป็นต้น รวมถึงมีการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาและมีกฎหมายอย่างชัดเจน

4) ตลาดสิงคโปร์ สามารถนำสู่ตลาดภูมิภาค โดยที่สิงคโปร์มีนโยบาย Regionalization ทำการค้าและการลงทุนกับประเทศในเอเชียมากขึ้น

5) สิงคโปร์เป็นตลาดคู่ค้าสำคัญของไทย แม้ว่าจะเป็นตลาดเล็ก (ประชากร 5.08 ล้านคน) ทั้งนี้ สินค้านำเข้าจากไทยเพื่อบริโภคในประเทศโดยตรงมีเพียงไม่กี่รายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอาหาร เช่น ข้าว ผัก ผลไม้ อาหารทะเล อาหารกระป๋อง เป็นต้น อนึ่ง ส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยต้องแข่งขันอย่างสูงกับประเทศคู่ค้าสำคัญๆ อื่นๆ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย และจีน อย่างไรก็ตาม สินค้าอาหาร เสื้อผ้าเครื่องประดับ ของใช้ในครัวเรือนจากไทยยังเป็นที่นิยมในตลาดสิงคโปร์ ทั้งนี้ สินค้าสำคัญๆที่สิงคโปร์นำเข้าจากไทยได้แก่ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนประกอบและเครื่องใช้ในสำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ ชิ้นส่วนประกอบยานยนต์ ข้าวและอาหารทะเลสด/แช่แข็ง ผัก-ผลไม้ นอกจากสินค้าดังกล่าวจะใช้บริโภค-อุปโภคในสิงคโปร์แล้ว ยังจะนำไปส่งออกอีกต่อหนึ่ง (re-export) ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจสิงคโปร์เป็นอย่างยิ่ง ในส่วนของการเป็นคู่แข่งกับไทย สิงคโปร์ต้องการพัฒนาให้ขึ้นมาเป็นผู้นำในด้านการศึกษา การสาธารณสุข อุตสาหกรรมสื่อ (mass media) การบิน การกลั่นน้ำมัน และการจัดการประชุมและนิทรรศการระหว่างประเทศ (meeting, incentive, convention and exhibition: MICE)



สิงคโปร์เป็นตลาดการค้าเสรีที่มีการแข่งขันสูง สินค้าส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยมีนโยบายการจัดหาสินค้าจากผู้ผลิตหลายๆแห่ง เพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายในตลาดตลอดเวลารวมถึงราคาสินค้าที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ การทำธุรกิจส่วนใหญ่ในลักษณะ Trading Hub

1.14 ลักษณะเด่นของตลาด

- ตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์
- การค้าส่วนใหญ่เป็น Trading การนำเข้าสินค้านอกจากใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังนำเข้าเพื่อการส่งออกต่อโดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า
- การบริหารจัดการและด้านธุรกิจบริการมีความสำคัญมากต่อการเติบโตของเศรษฐกิจสิงคโปร์
- มีเสถียรภาพในการเมือง
- การวางแผนระยะยาวที่ดี





โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับ Carrefour Singapore





โครงการส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับ Isetan Singapore

2. เศรษฐกิจการค้า

2.1 ภาวะเศรษฐกิจ

ข้อมูลพื้นฐาน

Year	Gross National Saving (US$ m)	Per Capita GNI (US$)	Gross Domestic Product (US$ m)[1]	GDP Growth %	Population Million	Unemployment %	Inflation Rate %	Prime	Exchange Rate
2007	94,882	40,343	196,005	8.2	4.59	2.1	2.1	5.33	22.93
2008	88,008	40,671	196,571	1.4	4.84	2.2	6.6	5.38	23.57
2009	88,784	38,034	195,569	-2.0	4.90	3.0	0.6	5.38	23.63
2010	102,533	42,246	222,700	14.5	5.08	2.3	2.8	5.33	22.94
2011	na	na	na	4-6	na	na	3-4	na	23.40

1 GDP at 2000 Market Prices ที่มา : กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมสิงคโปร์

เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ (foreign exchange reserve) : 222,694.2 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ปี 2553)

อัตราการเติบโตแบ่งตามภาคอุตสาหกรรม (Sectoral Growth Rates) ปี 2552-2553

Sector	4Q52	2552	1Q53	2Q53	3Q53	4Q53	2553
	Year-o-Year %						
TOTAL	**4.6**	**-0.8**	**16.4**	**19.4**	**10.5**	**12.0**	**14.5**
Goods Producing Industries	4.2	-1.4	31.3	38.5	12.4	20.2	25.0
Manufacturing	2.4	-4.2	37.2	45.2	13.7	25.5	29.7
Construction	14.9	17.1	9.7	11.4	6.7	-2.0	6.1
Services Producing Industries	4.6	-0.7	11.1	12.1	10.2	8.8	10.5
Wholesale & Retail Trade	3.5	-0.6	16.9	18.9	14.4	10.8	15.1
Transport & Storage	-1.6	-0.9	6.6	8.5	5.2	3.8	6.0
Hotels & Restaurants	2.1	-1.6	7.2	12.5	8.2	7.5	8.8
Information & Communication	0.7	1.0	2.2	2.9	3.4	2.9	2.9
Financial Services	12.2	4.3	18.9	9.9	9.7	10.9	12.2
Business Services	4.4	4.3	6.1	7.1	6.0	4.5	5.9
Other Services Industries	6.0	5.2	7.0	17.2	17.0	15.7	14.3

ที่มา : Ministry of Trade and Industry, Singapore

2.2 ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจสำคัญ ปี 2552-2553

	4Q52	2552	1Q53	2Q53	3Q53	4Q53	2553
Visitor Arrivals (y-o-y %)	5.8	-4.3	19.6	25.7	20.3	15.9	20.2
Retail Sales Index at Constant Prices (y-o-y %)	-4.1	-9.3	1.0	-5.8	-1.9	-3.5	-2.5
Labour Productivity (y-o-y %)	3.5	-3.4	13.9	15.3	6.2	7.8	10.7
Unemployment Rate, SA (%)	2.3	3.0	2.2	2.2	2.1	2.2	2.3
Change in Employment ('000)	37.5	37.6	36.5	24.9	20.5	30.6	112.5
Overall Unit Labour Cost (y-o-y %)	-4.9	0.6	-7.8	-6.7	2.8	1.8	-2.7
Unit Business Cost of Manufacturing (y-o-y %)	-10.4	-5.9	-11.1	-6.9	2.8	-2.9	-4.9
Consumer Price Index (y-o-y %)	-0.8	0.6	0.9	3.1	3.4	4.0	2.8
	4Q52	**2552**	**1Q53**	**2Q53**	**3Q53**	**4Q53**	**2553**
Fixed Asset Investment ($bil)	1.9	11.8	3.0	4.6	2.6	2.7	12.9
Total Trade (y-o-y %)	1.2	-19.4	26.9	27.8	17.9	12.2	20.7
Exports	4.9	-18.0	28.2	29.1	20.0	14.5	22.4
Domestic Exports	7.8	-19.2	31.9	33.4	19.2	15.8	24.3
Oil	6.9	-34.5	56.9	48.0	9.2	11.8	27.9
Non-Oil	8.2	-10.6	23.1	27.6	23.7	17.6	22.8
Re-exports	1.9	-16.6	24.5	24.6	20.9	13.0	20.5
Imports	-2.7	-21.0	25.5	26.4	15.6	9.7	18.8

ที่มา : Ministry of Trade and Industry, Singapore

โครงสร้างรายได้ภายในประเทศ

หน่วย : พันล้านเหรียญสิงคโปร์

รายได้ของรัฐบาล	ปี 2552	ปี 2553
TOTAL	**39.55**	**45.46**
Corporate Income Tax	9.55	10.50
Personal Income Tax	6.11	6.50
Withholding Tax	1.14	0.90
Statutory Boards' contributions	0.14	0.57
Asset Taxes	1.99	2.99
Customs & Excise Duties	2.13	2.06
Goods & Services Tax	6.91	7.90
Motor Vehicles Related Tax	1.86	1.73
Betting Taxes	1.73	2.29
Stamp Duty	2.39	2.84
Other Taxes	2.41	2.94
Other Fees & Charges	2.14	2.39
Others	0.16	0.13

ที่มา : กระทรวงการคลังสิงคโปร์

2.3 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า



สิงคโปร์มีนโยบายการค้าเสรี การนำเข้า/ส่งออกสินค้าเป็นไปอย่างเสรี โดยผู้นำเข้า/ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทไว้กับหน่วยงาน Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) และได้รับใบอนุญาตการนำเข้า/การส่งออกจาก International Enterprise Singapore (IE Singapore)

กระทรวงการคลังสิงคโปร์ประกาศเป้าหมายสำคัญ 6 ประการเพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจเติบโตก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต สรุปสาระสำคัญ ดังนี้



1. Economic growth that sustainable : โดยบ่งชี้ภาคอุตสาหกรรมสำคัญที่ทำให้เกิดการเติบโต การสร้างโอกาสการจ้างงาน และพัฒนาบุคลากรให้สามารถแข่งขันได้กับนานาชาติ

2. Having a strong social security framework : ให้ความมั่นใจเสถียรภาพด้านการเงิน ส่งเสริมและพัฒนาการรักษาสุขอนามัยและที่พักอาศัยซึ่งประชากรสามารถจ่ายได้โดยไม่มีความลำบาก

3. A world-class environment and infrastructure : ให้เป็นเมืองที่มีชีวิตชีวาของโลก การคมนาคมขนส่งสะดวกและสภาวะแวดล้อมรักธรรมชาติ

4. A Singapore that is secure and influential : การเตรียมพร้อมสำหรับช่วงวิกฤตต่างๆ และสร้างให้มีความเป็นอยู่ที่ดี

5. Having strong families, cohesive society : ให้มีการศึกษาที่ได้ระดับนานาชาติ ให้ความสำคัญต่อประชากร

6. Effective government : สร้างบุคลากรให้เป็นผู้นำ ควบคุมมวลชนให้ตั้งอยู่ในความสงบและปราศจากอาวุธ ปราบการคอร์รัปชั่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจและสุจริต และการใช้เครือข่ายข้อมูลให้เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

2.4 การค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศของสิงคโปร์ ปี 2553 มีมูลค่ารวม 661,578.72 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 28.67 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งสิงคโปร์นำเข้าจากทั่วโลกรวมมูลค่า 310,393.72 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.64 และสิงคโปร์ส่งออกไปยังทั่วโลกรวมมูลค่า 351,185.0 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.53 โดยไทยเป็นประเทศคู่ค้านำเข้าอันดับที่ 9 และประเทศคู่ค้าส่งออกอันดับที่ 10

มูลค่าการค้ารวม สิงคโปร์กับโลก

การค้า	ล้านเหรียญสหรัฐฯ			การขยายตัว (%)	
	2551	**2552**	**2553**	**2552**	**2553**
การค้ารวม	669,883.56	514,148.31	661,578.72	-23.25	28.67
การส่งออก	344,282.33	269,050.13	351,185.0	-21.85	30.53
การนำเข้า	325,601.23	245,098.18	310,393.72	-24.72	26.64
ดุลการค้า	18,681.10	23,951.94	40,791.28	28.21	41.28

ที่มา : International Enterprise, Singapore

ประเทศคู่ค้านำเข้าและส่งออก 10 อันดับแรกของสิงคโปร์ พร้อมมูลค่า อัตราการเพิ่มขึ้น/ลดลง และส่วนแบ่งตลาด ดังนี้

สิงคโปร์นำเข้าจากประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก ปี 2553			สิงคโปร์ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก ปี 2553			
ประเทศ	มูลค่า US$Mil	เพิ่มขึ้น %	ประเทศ	มูลค่า US$Mil	เพิ่มขึ้น %	ส่วนแบ่งตลาด %
1.มาเลเซีย	36,296.01	27.64	**1.มาเลเซีย**	41,887.93	35.90	11.93
2.สหรัฐฯ	34,848.00	22.26	**2.ฮ่องกง**	41,130.17	32.07	11.71
3.จีน	33,622.55	30.04	**3.จีน**	36,280.06	38.33	10.33
4.ญี่ปุ่น	24,394.18	30.63	**4.อินโดนีเซีย**	32,991.42	26.68	9.39
5.ไต้หวัน	18,510.48	44.85	**5.สหรัฐฯ**	22,641.27	29.15	6.45
6.เกาหลีใต้	17,979.09	28.50	**6.ญี่ปุ่น**	16,378.53	33.73	4.66
7.อินโดนีเซีย	16,822.21	18.37	**7.เกาหลีใต้**	14,336.38	14.39	4.08
8.ซาอุดิอาระเบีย	11,218.97	38.78	**8.อินเดีย**	13,275.66	43.71	3.78
9.ไทย	10,268.03	25.36	**9.ไต้หวัน**	12,791.73	47.58	3.64
10.อินเดีย	9,216.09	64.26	**10.ไทย**	12,676.03	26.10	3.61

ที่มา : International Enterprise Singapore

สินค้าสำคัญกลุ่ม Electronic Non-oil Domestic Export ของสิงคโปร์ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ

คู่ค้าสำคัญ	สินค้า 3 อันดับแรก สนับสนุนกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ปี 2553					
	สินค้าอันดับ 1	เติบโต %	สินค้าอันดับ 2	เติบโต %	สินค้าอันดับ 3	เติบโต %
EU 27	ICs	61.6	Part of PCs	54.1	Diodes &Transistors	331.5
จีน	ICs	74.6	Part of ICs	70.1	Part of PCs	41.0
สหรัฐฯ	ICs	27.9	Telecom Equipment	34.4	Part of ICs	23.7
ฮ่องกง	ICs	41.3	Part of ICs	65.7	Part of PCs	26.5
มาเลเซีย	ICs	22.1	Part of ICs	49.1	Office Machines	250.9
อินโดนีเซีย	PCs	52.1	Telecom Equipment	136.7	ICs	32.9
ญี่ปุ่น	ICs	12.7	Part of ICs	59.6	Telecom Equipment	161.0
ไต้หวัน	ICs	79.3	Part of ICs	11.1	Capacitors	57.0
เกาหลีใต้	ICs	28.1	Part of ICs	61.8	Part of PCs	21.4
ไทย	ICs	53.3	Part of PCs	20.8	Part of ICs	41.9

ที่มา : International Enterprise, Singapore

สินค้าสำคัญกลุ่มทั่วไป Non-oil Domestic Export ของสิงคโปร์ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ

คู่ค้าสำคัญ	สินค้า 3 อันดับแรก สนับสนุนกลุ่มสินค้าทั่วไป ปี 2553					
	สินค้าอันดับ1	เติบโต %	สินค้าอันดับ 2	เติบโต %	สินค้าอันดับ 3	เติบโต %
EU 27	Petrochemicals	540.3	Ships & Boats	5ม748.4	Pharmaceuticals	4.1
จีน	Primary Chemicals	92.0	Petrochemicals	30.7	Specialised Machinery	139.7
สหรัฐฯ	Pharmaceuticals	68.3	Ships & Boats	112.6	Measuring Instruments	111.2
ฮ่องกง	Electrical Machinery	66.7	Specialised Machinery	117.3	Printed Matter	250.0
มาเลเซีย	Petrochemicals	32.3	Watches & Clocks	155.2	Specialised Machinery	120.6
อินโดนีเซีย	Petrochemicals	42.3	Miscellaneous Mfr Articles	133.7	Electrical Circuit Apparatus	42.9
ญี่ปุ่น	Pharmaceuticals	139.8	Disk Media Products	13.2	Measuring Instruments	58.5
ไต้หวัน	Specialised Machinery	263.5	Primary Chemicals	98.2	Electrical Circuit Apparatus	153.1
เกาหลีใต้	Specialised Machinery	330.7	Aromatic Chemicals	213.8	Petrochemicals	63.1
ไทย	Petrochemicals	54.4	Specialised Machinery	89.8	Electrical Circuit Apparatus	43.1

ที่มา : International Enterprise, Singapore

สินค้านำเข้า/ส่งออกหลัก

สินค้านำเข้าหลัก ของสิงคโปร์ ได้แก่ Mineral Fuels, Crude Petroleum, อาหาร/เครื่องดื่ม เคมีภัณฑ์ เหล็ก/เหล็กกล้า เครื่องจักรและอุปกรณ์ เครื่องบินและอุปกรณ์ ส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องวิทยุ/โทรทัศน์ และเครื่องสร้างกระแสไฟฟ้า โดยนำเข้าจากประเทศสำคัญๆ ได้แก่ สหภาพยุโรป มาเลเซีย สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย ซาอุดิอาระเบีย ไทย และอินเดีย

เนื่องจากประเทศสิงคโปร์ไม่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้สินค้าส่งออกหลักของสิงคโปร์ คือ การส่งออกต่อ (Re-export) ของสินค้าต่างๆ อาทิ สินค้าปิโตรเลียม อาหาร/เครื่องดื่ม เภสัชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ สินค้าที่เกี่ยวกับการสื่อสารโทรคมนาคม เครื่องจักรยนต์ ซึ่งมีประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย สหภาพยุโรป ฮ่องกง จีน อินโดนีเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ไต้หวัน และไทย



มูลค่าการนำเข้า/ส่งออก แยกตามประเภทสินค้า ปี 2552-2553 ดังนี้

การนำเข้า	ปี 2552 (S$ m)	ปี 2553 (S$ m)
Total	**356,299.3**	**423,221.8**
Food	**8,083.4**	**9,290.7**
Coffee etc & spices	1,035.3	1,173.3
Fish & Fish preparations	1,169.8	1,295.6
Vegetables & fruits	1,369.9	1,524.0
Beverages & Tobacco	**2,714.1**	**3,067.8**
Beverages	2,029.2	2,333.4
Tobacco & manufactures	684.9	734.5
Crude Materials	**3,593.1**	**3,003.8**
Metallic ores & scrap	347.5	440.6
Crude rubber (incl synthetic)	367.9	688.1
Crude fertilizers & minerals	2,082.9	1,031.0
Crude Materials nes	315.8	327.2
Mineral Fuels	**89,000.6**	**115,591.6**
Petroleum & products [1]	85,462.7	110,815.7
Animal & Vegetable Oils	**705.4**	**842.9**
Vegetable oils unprocessed	591.1	759.8
Other anima./vegetable oils	103.2	68.8
Chemicals & Chemical Products	**21,443.5**	**28,630.0**
Organic chemicals	5,660.6	7,603.8
Plastics in primary forms	2,993.7	5,275.8
Medicinal products	2,989.9	3,253.8
Perfume, toilet preparations	2,667.7	3,155.1
Manufactured Goods	**26,079.1**	**26,492.2**
Non-ferrous metals	5,882.6	4,990.5
Iron & steel	6,624.0	6,786.8
Metal manufactures	5,893.9	6,373.3
Non-metal mineral manufactures	3,243.9	3,223.5
Textile manufactures	1,316.7	1,423.7
Paper manufactures	1,574.3	1,773.8
Rubber manufactures nes	1,045.9	1,297.4
Machinery & Equipment	**170,766.6**	**196,902.1**
Electronics	100,151.9	123,251.1
Integrated circuits	51,602.6	67,429.2
Parts of personal computers	12,674.0	13,678.0
Disk drives	2,300.5	2,604.8
Telecommunications equipment[2]	10,013.3	11,443.0
Consumer electronics [3]	5,469.7	5,789.0
Personal computers	3,357.8	4,408.9
Parts of Integrated Circuits	3,563.6	4,199.3
Diodes and Transistors	5,511.0	6,787.9
Non-electronics	70,614.7	73,651.1
Electrical circuit apparatus	4,150.4	5,193.8
Electrical machinery nes	3,833.9	4,878.1
Miscellaneous Manufactures	**24,810.3**	**29,634.4**
Scientific instruments	7,011.9	8,609.7
Photographic apparatus	3,906.3	4,450.9
Clothing	2,463.8	2,673.3
Miscellaneous manufactured articles nes	8,672.9	10,675.0
Miscellaneous	**9,103.1**	**9,766.3**

[1] Includes oil bunkers

[2] Includes pagers, cellular/hand phones, TV cameras, video cameras and recorders, radar and navigational equipment, radio remote controls, satellite discs and parts for these products

[3] Includes television receivers, radio broadcast receivers, video and sound recorders, microphones, loudspeakers, headphones, earphones, television cameras, still image video cameras and other video camera recorders, and parts for these products.

การส่งออก	ปี 2552 (S$ m)	ปี 2553 (S$ m)
Total	**391,118.1**	**478,840.7**
Food	**4,718.2**	**5,455.4**
Coffee etc & spices	1,183.6	1,322.5
Fish & Fish preparations	446.2	502.7
Vegetables & fruits	270.7	307.9
Beverages & Tobacco	**2,824.6**	**3,256.5**
Beverages	2,095.0	2,466.2
Tobacco & manufactures	729.6	790.3
Crude Materials	**2,265.6**	**2,820.0**
Metallic ores & scrap	846.3	1,119.9
Crude rubber (incl synthetic)	293.5	658.7
Crude fertilizers & minerals	474.0	303.5
Crude Materials nes	212.6	210.6
Mineral Fuels	**78,398.0**	**103,511.0**
Petroleum & products [1]	78,004.1	103,220.1
Animal & Vegetable Oils	**593.0**	**610.6**
Vegetable oils unprocessed	410.2	394.7
Other anima./vegetable oils	167.1	197.4
Chemicals & Chemical Products	**46,597.9**	**56,644.3**
Organic chemicals	18,413.2	21,889.9
Plastics in primary forms	8,612.1	12,911.7
Medicinal products	8,377.3	8,332.1
Perfume, toilet preparations	3,618.1	4,884.1
Manufactured Goods	**16,835.5**	**18,904.7**
Non-ferrous metals	3,409.1	4,249.6
Iron & steel	4,197.9	4,200.2
Metal manufactures	4,186.0	5,022.3
Non-metal mineral manufactures	1,398.1	1,421.7
Textile manufactures	1,022.2	1,101.9
Paper manufactures	1,341.2	1,480.5
Rubber manufactures nes	1,060.0	1,157.7
Machinery & Equipment	**203,294.9**	**244,933.1**
Electronics	142,755.0	176,025.3
Integrated circuits	73,520.7	94,293.6
Parts of personal computers	21,898.2	24,983.9
Disk drives	7,071.3	7,613.4

Telecommunications equipment[2]	7,524.8	8,085.2
Consumer electronics [3]	6,180.9	6,255.8
Personal computers	2,797.0	3,651.7
Parts of Integrated Circuits	6,439.0	10,894.5
Diodes and Transistors	9,591.4	12,298.2
Non-electronics	60,539.9	68,907.8
Electrical circuit apparatus	5,141.8	6,245.5
Electrical machinery nes	4,752.7	6,717.0
Miscellaneous Manufactures	**27,501.7**	**33,410.1**
Scientific instruments	8,175.9	10,204.1
Photographic apparatus	3,511.2	4,063.7
Clothing	1,516.1	1,455.7
Miscellaneous manufactured articles nes	13,052.3	16,326.0
Miscellaneous	**8,088.9**	**9,295.2**

[1] Includes oil bunkers

[2] Includes pagers, cellular/hand phones, TV cameras, video cameras and recorders, radar and navigational equipment, radio remote controls, satellite discs and parts for these products

[3] Includes television receivers, radio broadcast receivers, video and sound recorders, microphones, loudspeakers, headphones, earphones, television cameras, still image video cameras and other video camera recorders, and parts for these products.

ที่มา : International Enterprise Singapore

2.5 การค้ากับประเทศไทย

ภาพรวมสถานการณ์ทางการค้ากับไทย

- สถานการณ์

สิงคโปร์และไทยเป็นประเทศคู่ค้าดั้งเดิม มีความสัมพันธ์ด้านการทูต การค้าและการลงทุน สิงคโปร์เป็นตลาดเล็ก สินค้าส่วนใหญ่ที่นำเข้าจากไทยนอกจากใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังมีการส่งออกต่อไปยังประเทศที่สาม (Re-export) สำหรับสินค้าที่นำเข้าจากไทยเพื่อบริโภคในประเทศโดยตรงส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหาร ได้แก่ ข้าว ผัก/ผลไม้ อาหารกระป๋อง อาหารทะเล ซ๊อสและเครื่องปรุงรสอาหาร เป็นต้น

การค้า	ล้านเหรียญสหรัฐฯ				การขยายตัว (%)			
	2552	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)	2552	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)
การค้ารวม	13,297.79	15,302.58	8,614.57	11,536.67	-22.78	15.08	17.64	33.92
การส่งออก	7,573.80	9,009.49	4,903.94	6,536.47	-25.12	18.96	20.08	33.29
การนำเข้า	5,723.98	6,293.09	3,710.63	5,000.20	-19.45	9.94	14.56	34.75
ดุลการค้า	1,849.82	2,716.40	1,193.31	1,536.26	-38.51	46.85	41.27	28.74

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์



- **มูลค่าการค้ารวม** ในปี 2553 การค้ารวมระหว่างไทยกับสิงคโปร์มีมูลค่า 15,302.58 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งไทยได้เปรียบดุลการค้าสิงคโปร์มูลค่า 2,716.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.85 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สำหรับปี 2554 การค้าระหว่างไทยกับสิงคโปร์ 7 เดือนแรก (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่า 11,536.67 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยได้เปรียบดุลการค้าสิงคโปร์ 1,536.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

การส่งออก ในปี 2553 ไทยส่งออกไปสิงคโปร์มูลค่า 9,009.49 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.96 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับปี 2554 ไทยส่งออกไปยังสิงคโปร์ 7 เดือนแรก (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่า 6,536.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยได้เปรียบดุลการค้าสิงคโปร์ 1,536.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

สินค้าที่ไทยส่งออกไปยังสิงคโปร์ 10 รายการแรก มูลค่า อัตราเพิ่มขึ้น/ลดลง และส่วนแบ่งตลาด ดังนี้

สินค้า	มูลค่า ล้านเหรียญสหรัฐฯ			เพิ่มขึ้น/ลดลง %		
	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)
1. น้ำมันสำเร็จรูป	1826.9	843.0	1634.1	48.40	55.0	93.85
2. แผงวงจรไฟฟ้า	1017.4	573.7	585.6	20.51	33.08	2.07
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	989.5	586.0	422.6	2.37	14.11	-27.89
4. ส่วนประกอบอากาศยานและอุปกรณ์การบิน	385.9	246.2	386.2	-25.31	-18.74	56.86
5. เคมีภัณฑ์	324.6	162.6	298.4	57.87	69.32	83.46
6. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	404.2	255.2	260.3	25.88	32.74	2.01
7. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	226.0	132.1	165.5	4.85	-1.70	25.24
8. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	194.3	120.3	141.0	37.72	44.63	17.22
9. เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่นๆ	182.4	109.9	125.1	57.08	103.05	13.84
10. น้ำมันดิบ	176.2	115.8	115.7	45.52	21.43	-0.03
รวม 10 รายการ	5,727.4	3,144.8	4,134.5	22.40	28.53	31.47
อื่นๆ	3,282.1	1,759.1	2,401.9	13.38	7.47	36.54
รวมทั้งสิ้น	9,009.5	4,903.9	6,536.5	18.96	20.08	33.29

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

การนำเข้า ในปี 2553 ไทยนำเข้าจากสิงคโปร์มูลค่า 6,293.09 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.94 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สำหรับปี 2554 ไทยนำเข้าสินค้าจากสิงคโปร์ 7 เดือนแรก (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่า 5,000.20 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยได้เปรียบดุลการค้าสิงคโปร์ 1,536.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

สินค้าที่ไทยนำเข้าจากสิงคโปร์ 10 รายการแรก มูลค่า อัตราเพิ่มขึ้น/ลดลง และส่วนแบ่งตลาด ดังนี้

สินค้า	มูลค่า ล้านเหรียญสหรัฐฯ			เพิ่มขึ้น/ลดลง %		
	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)	2553	2553 (ม.ค.-ก.ค.)	2554 (ม.ค.-ก.ค.)
1. เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ	212.4	189.9	1,012.8	-55.23	-52.98	433.25
2. เคมีภัณฑ์	1,158.9	677.8	782.2	44.47	74.37	15.41
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,034.9	604.2	599.8	82.98	159.08	-0.72
4. แผงวงจรไฟฟ้า	834.3	482.6	545.2	22.44	24.58	12.97
5. น้ำมันสำเร็จรูป	225.8	105.3	339.2	-33.86	-58.12	222.03
6. เครื่องจักรไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้า	526.9	307.1	294.2	12.20	21.88	-4.19
7. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	399.1	252.0	221.2	18.82	45.44	-12.23
8. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	207.0	115.2	141.9	33.09	31.01	23.22
9. กระดาษ และผลิตภัณฑ์กระดาษ	176.6	99.0	124.8	32.61	39.35	26.05
10. เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การแพทย์	159.7	100.0	95.9	57.28	62.86	-4.10
รวม 10 รายการ	4,935.7	2,933.1	4,157.2	21.59	26.96	41.47
อื่นๆ	1,357.4	777.5	843.0	-18.45	-16.29	8.41
รวมทั้งสิ้น	6,293.1	3,710.6	5,000.2	9.94	14.56	34.75

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

สินค้าและบริการที่มีศักยภาพของไทยในประเทศสิงคโปร์

สินค้า / บริการ	ประเทศคู่แข่ง
1. อาหาร	มาเลเซีย จีน อินโดนีเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น
2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ แอฟริกาใต้ สหราชอาณาจักร
3. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น
4. เคมีภัณฑ์	มาเลเซีย อินโดนีเซีย อิหร่าน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้
5. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน ไต้หวัน มาเลเซีย



2.6 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า

- มาตรการนำเข้าและส่งออก การนำเข้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศของสิงคโปร์เป็นไปอย่างเสรี แต่ผู้นำเข้าและส่งออก ต้องจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทกับหน่วยงาน Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) และได้รับใบอนุญาตการนำเข้าหรือส่งออก จาก International Enterprise Singapore (IE Singapore)





- อัตราภาษีนำเข้า

1) สินค้าทุกชนิดที่นำเข้าต้องเสียภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 ของมูลค่าสินค้าที่นำเข้า

2) สินค้านำเข้าที่ต้องเสียภาษีนำเข้า ได้แก่ เครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ เช่น สุรา เบียร์ ไวน์ บุหรี่และยาสูบ น้ำมัน ปิโตรเลียม รถยนต์ และรถจักรยานยนต์

ย่านการค้าชายแดน

สิงคโปร์มีชายแดนติดกับรัฐยะโฮร์ของประเทศมาเลเซีย ซึ่งสินค้าจากมาเลเซียสู่ตลาดสิงคโปร์โดยทางรถ มีสะพานเชื่อมต่อกับมาเลเซีย 2 แห่ง ได้แก่ Johor-Singapore Causeway ระยะทาง 1.1 กิโลเมตร เชื่อมระหว่างเขต Woodlands ในสิงคโปร์ กับ Johor Bahru ในรัฐ Johor ของมาเลเซีย และ Malaysia-Singapore Second Link (Tuas Second Link) ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร เชื่อมระหว่างเขต Tuas ของสิงคโปร์ กับ Tanjung Kupang รัฐ Johor ของมาเลเซีย ทำให้การเดินทางระหว่างทั้ง 2 ประเทศ มีความสะดวกรวดเร็ว

สิงคโปร์เป็นตลาดคู่ค้าสำคัญของไทย การนำเข้าจากไทยในปี 2553 (ไทยเป็นประเทศคู่ค้าอันดับ 9) มีมูลค่า 10,268.03 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.36 ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยในอาเซียน คือ มาเลเซีย อินโดนีเซียและเวียดนาม ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญอื่นๆ คือ จีน ญี่ปุ่น ฮ่องกง ไต้หวัน และอินเดีย

2.7 โอกาสทางการค้าและการลงทุน และปัญหาอุปสรรค

โอกาสทางการค้าและการลงทุน

1. สิงคโปร์เป็นตลาดคู่ค้าสำคัญของไทย การนำเข้าจากไทยในปี 2553 (ไทยเป็นประเทศคู่ค้าอันดับ 9) มีมูลค่า 10,268.03 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.36 ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยในอาเซียน คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญอื่นๆ คือ จีน ญี่ปุ่น ฮ่องกง ไต้หวัน และอินเดีย

2. ธุรกิจสำคัญในปัจจุบันและอนาคต ได้แก่ Biomedical Sciences, R&D, สินค้าคาร์บอน และ Clean Energy (Biofuel, Electric Vehicle)

3. สิงคโปร์สามารถเป็นฐานกระจายสินค้าไทยไปในภูมิภาคและทั่วโลก และเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในการทดสอบตลาดก่อนที่จะขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ (สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป) อีกทั้งมีการลงทุนในการก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความต้องการสินค้าอุปกรณ์

การก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และของใช้ตกแต่งสถานที่ นอกจากนี้ ธุรกิจบริการเป็นหัวใจสำคัญ สินค้าที่มีความต้องการได้แก่ สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม

4. เป็นศูนย์รวมจากนักลงทุนทั่วโลก สามารถสร้างเครือข่ายกับต่างชาติได้

5. มีการจัดตั้ง Regional Head Office จากประเทศต่างๆ ทั่วโลกที่สิงคโปร์ อาทิ USA, EU, Japan, AUS-NZ, Korea

6. ทั้งนี้ การเจริญเติบโตเศรษฐกิจของสิงคโปร์ในปี 2553 ขยายตัวร้อยละ 14.5 และคาดการณ์ว่า ในปี 2554 จะมีอัตราขยายตัวร้อยละ 4-6 แม้ว่า การเติบโตเศรษฐกิจจะอยู่ในอัตราที่ลดลง แต่นับว่าเป็นตลาดที่มีการขยายตัว สามารถสร้างโอกาสการค้าให้กับผู้ส่งออกไทยได้อย่างต่อเนื่อง

ปัญหาอุปสรรค

1. ตลาดผู้บริโภคมีเพียง 5.08 ล้านคน (2553) ทำให้ส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยต้องแข่งขันอย่างสูงกับประเทศคู่ค้าสำคัญๆ อื่นๆ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย และจีน อย่างไรก็ตาม สินค้าอาหาร เสื้อผ้า เครื่องประดับ ของใช้ในครัวเรือนจากไทยยังเป็นที่นิยมในตลาดสิงคโปร์

2. การนำเข้าสินค้าบางรายการ ได้แก่ เนื้อสุกรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป ซึ่งหน่วยงานสิงคโปร์ Agri-Food and Veterinary Authority (AVA) ทำการตรวจสอบการนำเข้าทุกครั้ง ถึงแม้ว่าผู้ผลิตไทยจะมีหนังสือรับรองจากกรมปศุสัตว์แนบมาด้วยก็ตาม ทำให้เกิดความไม่คล่องตัว



3.การจ้างแรงงานเกี่ยวกับธุรกิจบริการ โดยเมื่อทำการยื่นขอใบอนุญาตต่อ Ministry of Manpower (MOM) บางกรณีจะประสบปัญหาไม่ได้รับอนุญาต โดยไม่มีการชี้แจงเหตุผล นอกจากนี้ หน่วยงาน Workforce Development Agency ได้ออกระเบียบใหม่ กำหนด Skill Standard ภายใต้ National Skills Recognition System (NSRS) ซึ่งพนักงานหมอนวดแผนไทยจะต้องผ่านหลักสูตรการทำเล็บและการนวดหน้าด้วย ค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจในสิงคโปร์สูงมาก

2.8 ระบบโลจิสติกส์ การขนส่งสินค้า : เส้นทางขนส่งสินค้าจากไทยไปยังสิงคโปร์

1. ทางรถ

การขนส่งสินค้าจากไทยทางรถไปยังสิงคโปร์ ใช้เวลาในการขนส่งประมาณ 1-2 วัน ต้องผ่านมาเลเซียและต่อเข้าสิงคโปร์ โดยผ่านสะพานเชื่อมต่อกับมาเลเซีย 2 แห่ง ได้แก่ Johor-Singapore Causeway ระยะทาง 1.1 กิโลเมตร เชื่อมระหว่างเขต Woodlands ในสิงคโปร์ กับ Johor Bahru ในรัฐ Johor ของมาเลเซีย และ

Malaysia-Singapore Second Link (หรือ Tuas Second Link) ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร เชื่อมระหว่างเขต Tuas ของสิงคโปร์ กับ Tanjung Kupang รัฐ Johor ของมาเลเซีย

ทั้งนี้ ไทยและมาเลเซียได้ลงนามความตกลงขนส่งสินค้าเน่าเสียง่ายผ่านแดนโดยทางถนนจากไทยผ่านมาเลเซียไปสิงคโปร์ ขณะนี้มีผู้ที่ได้รับอนุญาตจากทั้งสองฝ่ายให้เป็นผู้ประกอบการขนส่งฯ จำนวน 3 ราย คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.) และ Consortium โดยมาเลเซียจะอนุญาตให้ขนส่งสินค้าเน่าเสียทุกประเภทผ่านมาเลเซียไปสิงคโปร์ได้ 30,000 ตันต่อปี หากเกินโควต้าที่กำหนดฝ่ายมาเลเซียจะเรียกเก็บภาษี

2. ทางเรือ

การขนส่งทางเรือจากท่าเรือในไทย ตรงไปยังท่าเรือสิงคโปร์ โดยใช้เวลาการขนส่งประมาณ 1-2 วัน





ท่าเรือ / ท่าขนถ่าย

สิงคโปร์ตั้งอยู่บนเส้นทางระหว่างมหาสมุทรอินเดียกับมหาสมุทรแปซิฟิกอยู่บนปลายสุดของคาบสมุทรมลายู ระหว่างช่องแคบมะละกาและช่องแคบสิงคโปร์ ทำให้เป็นเมืองท่าสำคัญที่มีบทบาทในการพักและขนถ่ายสินค้า โดยมีท่าเรือพาณิชย์ขนาดใหญ่อยู่ทางตอนใต้ของเกาะสิงคโปร์ ซึ่งตั้งอยู่ในเส้นทางหลักของทางเดินเรือหรือเส้นทางการค้าที่สำคัญของโลก (Crossroads of International Trade) ภายใต้การควบคุมดูแลของ Maritime and Port Authority ท่าเรือสิงคโปร์มีบทบาทในการรองรับการขนถ่ายสินค้าประมาณปีละ 500 ล้านตัน ถือว่าเป็นท่าเรือตู้สินค้าที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเป็นท่าเรือที่ตู้สินค้าเปลี่ยนถ่ายเรือ (Transhipment Hub) ที่ใหญ่ที่สุดของโลก ท่าเรือสิงคโปร์มีสายเรือที่แวะจอดเพื่อขนส่งตู้สินค้าไปยังประเทศต่างๆทั่วโลกถึง 160 เที่ยวต่อวัน สามารถเชื่อมต่อกับท่าเรือต่างๆ ประมาณ 600 ท่า ใน123 ประเทศทั่วโลก

ท่าเรือสิงคโปร์เป็นท่าเรือชายฝั่งธรรมชาติมีขนาดใหญ่สามารถรับเรือที่มีความยาวมากกว่า 500 ฟุต และมีร่องน้ำกว้างกว่า 26-30 ฟุต (3.4-4.6 เมตร) โดยมีท่าเทียบตู้สินค้า 4 ท่า ได้แก่ ท่าเทียบเรือ Brani, Keppel, Tanjong Pagar และ Pasir Panjang ซึ่งรวมแล้วมี 54 Container Berths โดยใช้อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกัน และมีขีดความสามารถในการรับตู้สินค้ารวมกันในคราวเดียว 35,000 TEUs

นอกจากนี้ ยังประกอบด้วยท่าเรือเทียบเรือเอนกประสงค์ 2 ท่า ได้แก่

- Pasir Panjang Automobile Terminal (PPAT) เป็นท่าเรือเฉพาะกิจที่ขนส่งยานยนต์ ประกอบด้วยท่าเทียบเรือย่อย 3 ท่า ลานจอดยานยนต์กลางแจ้งและลานในร่ม ซึ่งสามารถจอดรถได้ประมาณ 20,000 คัน

- ท่าเทียบเรือ Sembawang Wharves ซึ่งอยู่ตอนเหนือของประเทศ สินค้าที่ขนส่งผ่านท่าเทียบเรือส่วนใหญ่เป็นสินค้าทั่วไป เช่น ผลิตภัณฑ์เหล็ก เครื่องจักร อุปกรณ์ที่มีขนาดใหญ่และน้ำหนักมาก บริเวณ ท่าเทียบเรือมีคลังสินค้า





Harbour Bay









ท่าเรือขนส่งสินค้า

3. ทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศจากท่าอากาศยานในไทย ตรงไปยังท่าอากาศยานสิงคโปร์ โดยใช้เวลาการขนส่งประมาณ 2 ชั่วโมงกว่า



2.9 แนวโน้มเศรษฐกิจ

1. ภาวะเศรษฐกิจ

- **สิงคโปร์ยังเป็นตลาดคู่ค้าสำคัญของไทย** การนำเข้าจากไทยในปี 2553 (ประเทศคู่ค้าอันดับ 9) มีมูลค่า 10,268.03 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.36 ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยในอาเซียน คือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญอื่นๆ คือ จีน ญี่ปุ่น ฮ่องกง ไต้หวัน และอินเดีย



- **การค้ารวม**ของสิงคโปร์ในปี 2553 มีมูลค่า 661,578.72 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.67 ประเทศคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย ซาอุดิอาระเบีย ไทย และอินเดีย

- **การเจริญเติบโตเศรษฐกิจ**ของสิงคโปร์ในปี 2553 ขยายตัวร้อยละ 14.5 และคาดการณ์ว่า ในปี จะมีอัตราขยายตัวร้อยละ 4-6

2. ปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตเศรษฐกิจของสิงคโปร์ให้ดีขึ้น ได้แก่

1. การส่งเสริมให้ไปลงทุนในต่างประเทศ โดยเฉพาะ :

- **การเข้าไปลงทุนในจีน** ซึ่ง Mr. Goh Chok Tong, อดีต Senior Minister สิงคโปร์ ให้คำแนะนำแก่บริษัทขนาดเล็กของสิงคโปร์เพื่อการเข้าไปลงทุนในจีน ได้แก่ (1) ใช้สิทธิประโยชน์จาก China-Singapore Free Trade Agreement เพื่อลดค่าใช้จ่ายต้นทุน (2) ใช้ประโยชน์จาก Business Councils ที่มีสัมพันธไมตรีกับภาครัฐซึ่งดูแลมณฑลในจีน เพื่อลดความเสี่ยงการเริ่มต้นในการลงทุน และ (3) ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายธุรกิจที่แข็งแกร่งของ Singapore-Chinese Business Association (SCBA) เพื่อช่วยเหลือและเพิ่มโอกาสในการลงทุนและดำเนินธุรกิจการค้าในจีนที่กำลังเติบโตอย่างมาก ทั้งนี้ ด้วยวัฒนธรรมและภาษาพูดที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงสัมพันธไมตรีอันแน่นแฟ้นระหว่างสิงคโปร์กับจีน ซึ่งจีนเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญอันดับ 3 ของสิงคโปร์ อีกทั้ง บริษัทจีนตั้งอยู่ในสิงคโปร์มากกว่า 3,000 ราย โดย 160 บริษัท ขึ้นทะเบียนหุ้นกับ Singapore Exchange รวมถึงสิงคโปร์มีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาต่างๆ ในจีน เช่น Suzhou Industrial Park และ Tianjin Eco-City ทำให้คาดหวังว่า การเข้าไปลงทุนในจีนจะเป็นไปด้วยความสะดวกและมีความเสี่ยงน้อย

- **การขยายธุรกิจในอินโดนีเซียของธนาคารสำคัญ** คือ ธนาคาร DBS, UOB และ OCBC ซึ่งมุ่งเน้นในด้านการให้ยืมเงินเป็นสำคัญ โดยธนาคาร DBS Indonesia และ OCBC NISP ได้รับความนิยมจากลูกค้าที่เป็นบริษัท และธนาคาร UOB Buana ได้รับความนิยมด้าน Consumer Banking และการบริการเครดิตการ์ด ทั้งนี้ ในปัจจุบัน แนวโน้มของเศรษฐีอินโดนีเซียจะเปลี่ยนจากการนำเงินสดเพื่อหาผลกำไรในต่างประเทศ เป็นการใช้บริการธนาคารในการจัดการอสังหาริมทรัพย์ในประเทศให้เกิดรายได้แทน อนึ่ง กิจการและมูลค่าทรัพย์สินของธนาคารทั้ง 3 แห่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2553 มีดังนี้ 1) DBS Indonesia มีสาขา 40 แห่งใน 11 เมือง มูลค่าทรัพย์สิน 4.03 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เงินที่ให้กู้รวม 2.94 พันล้านเหรียญฯ 2) OCBC NISP มีสาขา 411 แห่ง ใน 62 เมือง มูลค่าทรัพย์สิน 6.03 พันล้านเหรียญฯ เงินที่ให้กู้รวม 3.78 พันล้านเหรียญฯ 3) UOB Buana มีสาขา 213 แห่ง ใน 29 เมือง มูลค่าทรัพย์สิน 5.6 พันล้านเหรียญฯ เงินที่ให้กู้รวม 3.92 พันล้านเหรียญฯ

- **การร่วมลงทุนกับบริษัทเวียดนาม** ประมาณมูลค่า 300 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 390 ล้านเหรียญสิงคโปร์) เพื่อทำการพัฒนาโครงการที่พักอาศัยในเมืองโฮจิมินห์ โดยโครงการใหญ่ที่สุดคือ Gated Villa มูลค่า 115 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็นความร่วมมือระหว่าง Keppel Land สิงคโปร์ กับ Tien Phuoc เวียดนาม สำหรับในโครงการอื่นๆ รวมถึงโครงการ 40 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ระหว่าง Capita-Land -สิงคโปร์ และ No Va Land Investment Group Corporation –เวียดนาม เป็นโครงการสำหรับผู้บริโภคระดับกลาง ทั้งนี้

ในปัจจุบัน สิงคโปร์เป็นประเทศอันดับ 5 ที่เข้าไปลงทุนในเวียดนาม มีเงินลงทุนประมาณ 17.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ใน 851 โครงการ ที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างศูนย์อุตสาหกรรม การพัฒนาท่าเรือ และการสร้างที่พักอาศัย สำหรับการค้ารวมระหว่างกัน มีมูลค่า 13.4 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ และเวียดนามเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ 14 ของสิงคโปร์

ในปัจจุบัน สิงคโปร์เป็นประเทศอันดับ 5 ที่เข้าไปลงทุนในเวียดนาม มีเงินลงทุนประมาณ 17.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ใน 851 โครงการ ที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างศูนย์อุตสาหกรรม การพัฒนาท่าเรือ และการสร้างที่พักอาศัย สำหรับการค้ารวมระหว่างกัน มีมูลค่า 13.4 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ และเวียดนามเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ 14 ของสิงคโปร์

- **การส่งเสริมการขยายธุรกิจไปยังอินเดียและรัสเซีย** โดย International Enterprise (IE) Singapore จัดให้มีการอบรมภายใต้ Business Fellowship (IBF) Programme ซึ่ง IE ให้การสนับสนุนบริษัทที่สนใจเข้าร่วมการอบรม สำหรับค่าเข้าร่วมอบรมร้อยละ 70 และค่าตั๋วเครื่องบินร้อยละ 50 หัวข้อในการอบรมได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและแนวโน้มสังคม ระบบการเงิน กฎ/ระเบียบต่างๆ ลักษณะการทำงานของบุคลากร การบริหารจัดการธุรกิจ ตลาดการค้าปลีก ประสบการณ์ของบริษัทที่ได้เข้าไปลงทุนแล้ว รวมถึงการเดินทางไปอบรมในอินเดีย (ระหว่างวันที่13-19 ตุลาคม 2553) และรัสเซีย (ระหว่างวันที่ 8-11 พฤศจิกายน 2553) ได้รับความร่วมมือจาก Tata Management Training Center (อินเดีย) และ Skolkovo Moscow School of Management : MSM (กรุงมอสโค, รัสเซีย)

- **การสร้างโรงงานผลิตน้ำใน UAE** ของบริษัท Sembcorp ซึ่งได้สัญญามูลค่า 200 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดย Sembcorp Utilities ได้ลงนาม Memorandum of Understanding (MOU) กับ Abu Dhabi Water and Electricity Authority สร้างโรงงานผลิตน้ำที่จะเริ่มดำเนินการได้ในปลายปี 2558 โดยใช้ระบบการกรอง



“reverse osmosis” ในการแยกเกลือและสารปนเปื้อนอื่นๆ ออกจากโมเลกุลน้ำ สามารถผลิตน้ำดื่มได้ 136.5 ลิตรต่อวัน และจำหน่ายให้ Abu Dhabi Water and Electricity Authority ภายใต้ข้อตกลง 20 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯได้ลงทุนมูลค่า 1.7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ตั้งแต่ปี 2549 สร้าง Fujairah 1 (โรงงานผลิตน้ำที่ใหญ่ที่สุดในโลก) และโรงงานผลิตน้ำ Salalah, Oman

- การขยายธุรกิจไปยังจีนและเวียดนาม ของบริษัท CapitaLand ในธุรกิจการก่อสร้างที่พักอาศัยในเขตชุมชนเมือง เงินลงทุนประมาณ 300-500 ล้านเหรียญสิงคโปร์ ในการสร้างบ้านราคาพอสมควรจำนวน 50,000 หลัง บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า จะได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดจีนและเวียดนาม และคาดว่าจะมีรายได้ประมาณ 2 พันล้านเหรียญสิงคโปร์จากเวียดนามภายใน 3-5 ปีข้างหน้า สำหรับในตลาดจีน ทำรายได้คิดเป็นร้อยละ 35-45 ของธุรกิจบริษัทฯ ซึ่งมีโครงการสร้างบ้านจำนวน 16,000 หลัง โดยมีเป้าหมายการจำหน่ายปีละ 3,000 หลัง ทั้งนี้ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2553 สามารถจำหน่ายบ้านในเมืองคุนซาน ปักกิ่ง และเฉิงตู ได้ 1,200 หลัง

2) การสร้างสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ ที่สำคัญ ได้แก่

- สิงคโปร์กับดูไบ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2553 ได้มีการลงนาม Memorandum of Understanding (MOU) ระหว่าง Maritime and Port Authority of Singapore และ Dubai Maritime City Authority (DMCA) ซึ่งทำให้ MPA and DMCA มีความร่วมมือในการวางนโยบายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับท่าจอดเรือและการเดินเรือ นอกจากนี้ ครอบคลุมขอบเขตความร่วมมืออื่นๆ ได้แก่ การส่งเสริมการป้องกันสภาวะการเดินเรือ การจัดการฝึกอบรมและค้นคว้าเกี่ยวกับการเดินเรือ ทั้งนี้ MPA ได้ทำงานร่วมกับ United Arab Emirates ส่งเสริมความปลอดภัยการเดินทางทะเล และปกป้องสภาวะการเดินทะเลใน Straits of Malacca และ Singapore (SOMS) ด้วย

- สิงคโปร์กับ Mauritius ได้ลงนาม Air Services Agreement (ASA) โดยผู้ลงนามคือ Mr. Lee, Yuen Hee, Deputy Secretary (International) for Ministry of Transport ของสิงคโปร์ และ Mr. Suresh Chundre Seeballuck, Secretary to the Cabinet and Head of Civil Service ของ Mauritius ข้อตกลงนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นด้าน Civil Aviation ระหว่างสิงคโปร์กับ Mauritius ให้สามารถดำเนินการเที่ยวบินบริการขนส่งสินค้าอย่างยืดหยุ่น และการบริการผู้โดยสารจำนวน 14 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ระหว่าง 2 ประเทศและปลายทางอื่นๆที่ทั้ง 2 ประเทศมีข้อตกลง นอกจากความร่วมมือระหว่างกันด้านการบิน/พัฒนาเครือข่ายการบินแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมทั้งด้านการค้าและการท่องเที่ยวด้วย

- สิงคโปร์กับ United Kingdom (UK) มีสัมพันธไมตรีต่อกันมาช้านาน UK



เป็นอันดับ 2 ที่ลงทุนและมีบริษัทมากกว่า 2,900 แห่งในสิงคโปร์ ที่สำคัญๆ ได้แก่ Glaxo SmithKline (GSK), Rolls-royce, Shell Group, Barclays, Diageo, Standart Chartered Bank, HSBC, BP และ Royal Bank of Scothland สำหรับสิงคโปร์เข้าไปลงทุนใน UK มูลค่า 25.1 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ (2551) บริษัทสำคัญได้แก่ SembCorp, ComfortDelgro และ Singapore Techno logies ทั้งนี้ UK เป็นประเทศคู่ค้าของสิงคโปร์อันดับที่ 15 การค้ารวมระหว่างกันมีมูลค่า 13.7 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ (คิดเป็นเกือบร้อยละ 16 ของการค้ารวมของสิงคโปร์กับ EU) และสิงคโปร์กับ UK ตั้งเป้าหมายในความร่วมมือทวิภาคีในด้านต่างๆ ในอนาคต ได้แก่ การผลิตสินค้ากลุ่ม Transport Engineering ได้แก่ Aerospace, Energy and Chemical, Pharmaceuticals & Biomedical Sciences และความร่วมมือ FTA (EU-Singapore FTA : EUSFTA)

ภาครัฐสนับสนุน R&D ช่วงปี 2554-2558 ได้กำหนดวงเงินไว้ 16.1 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากมูลค่า 13.6 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ที่ให้การสนับสนุนในช่วงปี 2549-2553 โดยเชื่อว่า R&D จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้เศรษฐกิจขยายตัว มีความสำเร็จมั่นคงในระยะยาว และยกระดับให้สิงคโปร์เป็นประเทศเศรษฐกิจที่เต็มไปด้วยความรู้และการสร้างสรรค์ รวมถึงมีผลต่อไปยังด้านทรัพย์สินทางปัญญา ให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่สามารถแข่งขันทางการค้า มีระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมสูง เพื่อโอกาสการเปิดตัวสินค้าใหม่ในตลาดนานาชาติ

3) การส่งเสริม R&D และธุรกิจเกี่ยวกับ Clean Energy ได้แก่

- ภาครัฐสนับสนุน R&D ช่วงปี 2554-2558 ได้กำหนดวงเงินไว้ 16.1 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากมูลค่า 13.6 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ที่ให้การสนับสนุนในช่วงปี 2549-2553 โดยเชื่อว่า R&D จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้เศรษฐกิจขยายตัว มีความสำเร็จมั่นคงในระยะยาว และยกระดับให้สิงคโปร์เป็นประเทศเศรษฐกิจที่เต็มไปด้วยความรู้และการสร้างสรรค์ รวมถึงมีผลต่อไปยังด้านทรัพย์สินทางปัญญา ให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่สามารถแข่งขันทางการค้า มีระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมสูงเพื่อโอกาสการเปิดตัวสินค้าใหม่ในตลาดนานาชาติ ปัจจุบันความต้องการของโลกหันมาสู่เอเชีย ดังนั้น การมีศักยภาพและประสิทธิภาพด้าน R&D จะส่งให้สิงคโปร์สามารถเชิญชวนนักลงทุนต่างชาติที่หันเหสู่ตลาดเอเชียให้เข้ามาลงทุน R&D ในสิงคโปร์มากขึ้นต่อไป

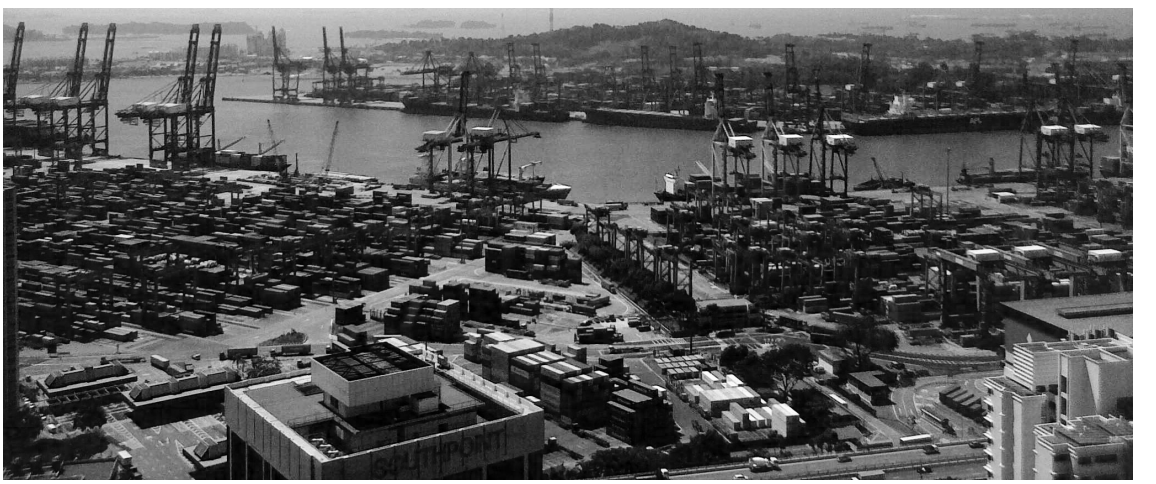
- การสนับสนุน Biomedical Sciences R&D ซึ่ง Biomedical Sciences (BMS) Executive Committee ได้จัดสรรเงิน 3.7 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เพื่อการค้นคว้าวิจัยในช่วงปี 2554-2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากช่วงปี 2549-2553 ผลผลิต BMS ในปี 2552 มูลค่า 21 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ เพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่า ของมูลค่า 6.3 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ในปี 2553 และในส่วนของการจ้างงานเพิ่มขึ้นเป็น 13,000 อัตรา จากเดิมจำนวน 6,000 อัตรา ในปัจจุบัน บริษัท Biomedical Sciences จากทั่วโลกมากกว่า 100 รายจัดตั้งสำนักงานในสิงคโปร์ ที่สำคัญได้แก่ Abbott, GlaxoSmithKline, Merck Sharp & Dohme, Pfizer, Roche, Becton Dickinson, Medtronic, Siemens และ Hill-Rom

- การส่งเสริมตลาดการค้าสินค้าคาร์บอนในสิงคโปร์ให้มีการเติบโตขึ้น โดยมีบริษัทใหม่ๆ จัดตั้งสำนักงานขึ้นในสิงคโปร์ เพื่อการค้าคาร์บอนในเอเชีย เนื่องจากสิงคโปร์เป็นศูนย์การเงินนานาชาติสำคัญ จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ค้า ได้แก่

Tricorona และ Gazprom เป็นผู้ค้าคาร์บอนชั้นนำของโลกตั้งสำนักงานในสิงคโปร์ ถึงปัจจุบัน มีผู้ค้าคาร์บอน 30 บริษัทในสิงคโปร์ เพิ่มขึ้นจาก 2-3 บริษัทเมื่อ 2-3 ปีก่อน ตลาดการค้าคาร์บอนทั่วโลกได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว การเติบโตในปี 2551 มีมูลค่า 90 พันล้านปอนด์ (ประมาณ 163 พันล้านเหรียญสิงคโปร์) คาดว่า ในปี 2563 จะเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 1.2 ล้านล้านปอนด์ สำหรับสิงคโปร์ภาครัฐส่งเสริมอุตสาหกรรมดังกล่าวโดยให้การสนับสนุนบริษัทด้านค่าใช้จ่ายการพัฒนาข้อมูลสำหรับ Carbon Credit Projects ที่ได้รับประทับตราจาก United Nations ภายใต้ Clean Development Mechanism (CDM) Scheme รวมถึงให้ผู้ค้าคาร์บอนในสิงคโปร์ได้รับการลดหย่อนภาษีอีกด้วย

- การจัดตั้งหน่วยงานใหม่เพื่อ Clean Energy ของสิงคโปร์ ใช้ชื่อว่า ERI@N (Energy Research Institute @ Nanyang Technological University (NTU) เพื่อทำการศึกษาวิจัยในภาคที่ส่งเสริมให้เศรษฐกิจเติบโตและรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การลงทุนด้านพลังงานของบริษัทสำคัญๆ ดังนี้

- Temasek ลงทุนด้านพลังงาน โดยการจัดซื้อหุ้นบริษัทพลังงานในประเทศต่างๆ ได้แก่ (1) บราซิล : บริษัท Odebrecht Oil and Gas (OOG) มูลค่า 400 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (2) สหรัฐฯ : บริษัท Chesapeake Energy Corp มูลค่า 600 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และ (3) อินเดีย : บริษัท GMR Energy มูลค่า 200 ล้านเหรียญสหรัฐฯ Solar power, electric vehicles และ smart power grids รวมถึง Energy materials, wind energy และ sustainable buildings ซึ่งจะได้รับเงินทุนสนับสนุน 200 ล้านเหรียญสิงคโปร์จากหลายหน่วยงาน ได้แก่ Economic Development Board (EDB), National Research Foundation (NRF) และ Agency for Science, Technology and Research (A*Star) ทั้งนี้ ERI@N จะทำการศึกษาวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง 6 แห่ง คือ Austrian Institute of Technology, Ecole Poly-technique Federale de Lausanne (Switzerland), Imperial College London, University of Science and



Technology (Norway), University of Cambridge และ Technical University of Munich เพื่อแก้ไขปัญหาพลังงานทั้งของสิงคโปร์และทั่วโลก

- การส่งเสริม Biofuel ทำจากน้ำมันพืช ไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็น renewable resource และราคาถูกกว่า (ราคา 1.07 เหรียญสิงคโปร์/ลิตร) commercial diesel (ราคา 1.30 เหรียญสิงคโปร์/ลิตร) ในปัจจุบัน มี 2 บริษัท ลงทุนในการผลิต Biofuel คือ บริษัท Alpha Biofuels สามารถผลิตได้ 2.4 ล้านลิตรต่อปี มีลูกค้า ได้แก่ Smart Taxis, SingTel และ Starbucks และบริษัท Fuelogical สามารถผลิตได้ประมาณ 17 ล้านลิตรต่อปี

- การส่งเสริม Electric Vehicle (EV) หน่วยงาน Energy Market Authority (EMA) และ Land Transport Authority (LTA) ได้แต่งตั้งบริษัท Robert Bosch (SEA) Pte. Ltd. ("Bosch") เพื่อออกแบบ พัฒนา เตรียมพร้อมในการดำเนินการและซ่อมบำรุงสถานีเติมพลังงานแก่ EV นับเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการพัฒนา EV ซึ่งสิงคโปร์เป็นแห่งแรกนอกเหนือจากเยอรมันในการทดสอบระบบสถานีเติมพลังงานที่ผลิตและสร้างโดย Bosch โดยในครั้งแรกจะใช้กับรถยนต์ Mitsubishi i-MiEVs ที่จะพร้อมใช้ในปี 2554 เพื่อส่งเสริมให้มีการคมนาคมทางถนนมีความสะอาดกว่า และลดสารคาร์บอน ทั้งนี้ Bosch จะสร้างสถานีธรรมดาเติมพลังงานจำนวน 25 แห่ง (เติมเต็มใช้เวลา 8 ชั่วโมง) และสถานีด่วนจำนวน 1 แห่ง (เติมเต็มใช้เวลา 45 นาที) ส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็นประเทศเศรษฐกิจที่ใช้พลังงานอย่างชาญฉลาด ทั้งนี้ บริษัทที่เข้าร่วมโปรแกรมการพัฒนา EV สามารถยื่นขอการลดหย่อนภาษี Additional Registration Fees (ARF), Certificate of Entitlement (COE), Road tax และ Excise duty ได้เป็นระยะเวลา 6 ปี



ภาพ Clean & Green Singapore 2011 Launch & Carnival

สิงคโปร์มุ่งเน้นให้เป็นเมืองที่ดีขึ้นและมีรายได้สูงขึ้นภายในปี 2560 โดยตั้งเป้าหมายให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ที่สุดของโลก และให้เป็นหนึ่งใน 10 อันดับแรกของโลก เช่นเดียวกับ Zurich, Vienna, Vancouver และ Munich ในปัจจุบันสิงคโปร์ได้รับอันดับที่ 28 จากการสำรวจของ Mercer (Human Resource Consulting Firm) สำหรับรายได้เฉลี่ย ตั้งเป้าหมายให้มีอัตราเพิ่มขึ้นอีก 1/3 ภายใน 10 ปีข้างหน้า ปัจจุบันรายได้เฉลี่ยประมาณ 2,400 เหรียญสิงคโปร์ต่อเดือน หากสิงคโปร์ทำให้ประเทศมีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง จะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นเป็น 3,100 เหรียญสิงคโปร์ต่อเดือนในระยะ 10 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ สาขาต่างๆที่สามารถส่งเสริมให้มีการเติบโต ได้แก่ การสร้างเมืองทันสมัย การบริหารจัดการน้ำ การให้บริการแก่กลุ่มชนรายได้ปานกลางในภูมิภาคในด้านการรักษาสุขภาพ-การท่องเที่ยว-การศึกษา-การพักผ่อนหย่อนใจและการเงิน ทั้งนี้ ภาครัฐได้จัดตั้ง Economic Strategies Committee (ESC) ทำการศึกษาและเสนอข้อคิดเห็นในการสร้างให้ประเทศมีเศรษฐกิจแข็งแกร่ง ซึ่งได้เสนอให้ส่งเสริมความ สามารถในการผลิตให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2-3 ต่อปี (จากเดิมร้อยละ 1)

3. การคาดการณ์เศรษฐกิจสิงคโปร์ ปี 2554

กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมสิงคโปร์คาดหวังว่า การเติบโตเศรษฐกิจสิงคโปร์ ปี 2554 ยังคงอยู่ในระดับที่ดี คือขยายตัวร้อยละ 4-6 เนื่องจาก (1) การสนับสนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและระดับการเติบโตที่มั่นคงของเศรษฐกิจในประเทศที่พัฒนา ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมการผลิตของสิงคโปร์ (2) ในภูมิภาคเอเชีย ความต้องการสินค้าภายในภูมิภาคจะส่งผลดีต่อการค้า Intra-regional ให้มีความคล่องตัวและส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อกลุ่มการค้าส่งของสิงคโปร์ (3) นักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศเศรษฐกิจสำคัญในภูมิภาค ซึ่งจะเป็นตัวสนับสนุนให้สิงคโปร์มีการเติบโตของกลุ่มธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (4) ปัจจัยจากการค้าภายในประเทศ ได้แก่ การขยายกำลังการผลิตของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และ Biomedical ที่จะเป็นตัวสำคัญส่งเสริมให้มีการเติบโตในภาคอุตสาหกรรมการผลิตในปี 2554 อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงสำคัญยังคงมีอยู่ 3 ประการ คือ (1) การที่เศรษฐกิจ EU ยังมีความกังวลเกี่ยวกับหนี้สินที่ยังคงคาราคาซังอยู่ (2) ปัญหาอัตราเงินเฟ้อในเอเชีย อาจจะทำให้เกิดนโยบายการคลังที่เคร่งครัดขึ้นอีก และ (3) ปัญหาแรงงานขาดแคลน

4. คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อของสิงคโปร์ ปี 2554

หน่วยงาน Monetary Authority of Singapore (MAS) ได้คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ ปี 2554 โดยจัดเป็น 2 ประเภท คือ

1) การคาดการณ์โดยใช้ระบบการคิดที่ไม่รวมถึงราคาที่พักอาศัยและรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งทำให้อัตราเงินเฟ้อ ปี 2554 จะยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากคาดการณ์เดิม ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.0-3.0

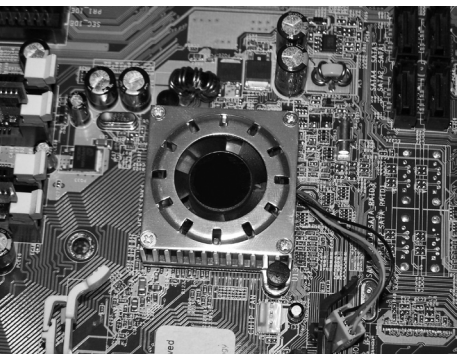
2) การคาดการณ์โดยรวมถึงราคาที่พักอาศัยและรถยนต์ส่วนตัว จะทำให้อัตราเงินเฟ้อ ปี 2554 ปรับเปลี่ยนจากร้อยละ 2.0-3.0 เป็น ร้อยละ 3.0-4.0 ทั้งนี้ คาดว่า ในช่วง 2-3 เดือนแรกของปี 2554 อัตราเงินเฟ้อจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 5.0-6.0 และหลังจากนั้น อัตราเงินเฟ้อจะอยู่ในระดับปานกลางจนถึงในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2554 ทำให้คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ ปี 2554 เป็นร้อยละ 3.0-4.0

(ทั้งนี้ สิงคโปร์ใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเพื่อต่อสู้กับอัตราเงินเฟ้อแทนการใช้อัตราดอกเบี้ย)

5. SWOT Analysis

ตลาด เป็นตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสูง พึ่งการนำเข้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น Trading Firm นำเข้าสินค้าจากทั่วโลก สามารถเป็นฐานกระจายสินค้าไทยไปในภูมิภาคและทั่วโลก ตลาดมีการเจริญเติบโตขยายตัวได้ เนื่องจากมีการลงทุนในการก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสินค้าอุปกรณ์การก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และของใช้ตกแต่งสถานที่ นอกจากนี้ ธุรกิจบริการเป็นหัวใจสำคัญ จึงทำให้สินค้าอาหาร/เครื่องดื่ม มีโอกาสที่จะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้น





Strength

1. นโยบายการค้าตลาดเสรี ไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า (ยกเว้นสินค้า 4 รายการ คือ 1. เครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ 2. บุหรี่และยาสูบ 3. น้ำมันปิโตรเลียม และ 4. รถยนต์/รถจักรยานยนต์) มีแต่การเก็บภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax : GST) ร้อยละ 7
2. เป็นแหล่งกระจายสินค้าไทยไปสู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก
3. มีระบบ Logistics ที่มีประสิทธิภาพ และมีความพร้อมในด้าน IT

Weakness

ตลาดผู้บริโภคมีเพียง 5.08 ล้านคน ทำให้ส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยต้องแข่งขันกับประเทศคู่ค้าสำคัญๆ อื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย และจีน

Opportunity

โอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในการทดสอบตลาดก่อนที่จะขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ได้แก่ สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป เป็นต้น

Threat

การแข่งขันสูงมาก โดยเฉพาะสินค้าจากจีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

6. แนวโน้มของสินค้าที่อยู่ในความสนใจของสิงคโปร์

สินค้าสำคัญๆ ที่สิงคโปร์นำเข้าจากไทยได้แก่ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนประกอบและเครื่องใช้ในสำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ ชิ้นส่วนประกอบยานยนต์ ข้าวและอาหารทะเลสด/แช่แข็ง ผัก-ผลไม้ นอกจากสินค้าดังกล่าวจะใช้บริโภค-อุปโภคในสิงคโปร์แล้ว ยังจะนำไปส่งออกอีกต่อหนึ่ง (re-export) ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจสิงคโปร์เป็นอย่างยิ่ง ในส่วนของการเป็นคู่แข่งกับไทย สิงคโปร์ต้องการพัฒนาให้ขึ้นมาเป็นผู้นำในด้านการศึกษา การสาธารณสุข อุตสาหกรรมสื่อ (mass media) การบิน การกลั่นน้ำมัน และการจัดการประชุมและนิทรรศการระหว่างประเทศ (meeting, incentive, convention and exhibition: MICE) ลู่ทางความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนาคตระหว่างสองฝ่ายยังมีอีกมาก อาทิ การที่ผู้ส่งออกสินค้าของไทยติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้าสิงคโปร์ เพื่อส่งออกสินค้าสำหรับการบริโภคภายในประเทศ หรือใช้สิงคโปร์เป็น Gateway ในการส่งออกต่อสินค้าไทยไปยังประเทศที่ 3 ซึ่งพ่อค้าสิงคโปร์มีความเชี่ยวชาญอย่างมาก

การขยายตลาดธุรกิจบริการ ซึ่งด้านที่เด่นของไทย ได้แก่ อาหารไทย และนวดแผนไทย เพื่อให้ชาวสิงคโปร์นิยมบริโภคอาหารไทย ทั้งนี้ นอกจากจะส่งผลให้พ่อครัว/แม่ครัวไทยได้รับชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยที่ดี และยังทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นในสินค้าประเภทวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารไทย น้ำมันนวด/ลูกประคบและผลิตภัณฑ์สปาของไทย ทั้งนี้ จากการที่กรมส่งเสริมการส่งออกได้มีโครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารไทยที่ได้รับ Thai Select ในสิงคโปร์ ทำให้สามารถสร้างความมีมาตรฐานอาหารไทยและการยกระดับผู้บริโภคของไทย และสร้างงานให้กับคนไทยในสิงคโปร์

ในด้านสินค้า OTOP ประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมในตลาดสิงคโปร์ ได้แก่ ของใช้ในครัวเรือนที่ทำด้วยไม้ ของประดับตกแต่งบ้าน ดอกไม้ประดิษฐ์เหมือนจริง และผลิตภัณฑ์สปาที่ทำจากสมุนไพร เป็นต้น นอกจากจะเป็นการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยในการติดต่อค้าขายกับสิงคโปร์แล้ว ยังสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกได้มากขึ้นด้วย





สินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดสิงคโปร์ ได้แก่ 1) อาหาร (สด/แช่เย็น/แช่แข็ง ผักและผลไม้ ข้าวหอมมะลิ 2) รถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบ 3) เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ 4) เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ 5) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ 6) แก้วและกระจกอื่นๆ เพื่อการก่อสร้าง 7) เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ 8) เคมีภัณฑ์ 9) ผลิตภัณฑ์สปา 10) อัญมณีและเครื่องประดับแฟชั่น

ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของสิงคโปร์ ได้แก่ 1) อิเล็กทรอนิกส์ 2) เคมีภัณฑ์ 3) Biomedical 4) เภสัชภัณฑ์ 5) ธุรกิจบริการ โดยเฉพาะการโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารเติบโตมาก

2.10 เกร็ดอื่นๆ ที่ผู้ส่งออกไทยควรทราบ

สินค้าไทยมีโอกาสในตลาดสิงคโปร์ จากเหตุผลที่ว่าสินค้าไทยมีคุณภาพได้ระดับมาตรฐานนานาชาติ เป็นที่นิยมของโลกและของชาวสิงคโปร์ แม้จะมีราคาสูงกว่าจากแหล่งประเทศผู้ผลิตอื่น แต่เนื่องจากการเดินทางระหว่างสิงคโปร์กับไทยเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว นอกจากนั้น เนื่องจากความต้องการของตลาดภายในสิงคโปร์มีจำนวนน้อย นอกเหนือจากการสั่งซื้อโดยตรงแล้ว ผู้นำเข้า/ค้าส่ง/ค้าปลีกของสิงคโปร์บางรายใช้วิธีเดินทางไปประเทศไทย เพื่อซื้อสินค้าตามที่ได้รับคำสั่งซื้อล่วงหน้าและนำกลับสิงคโปร์เอง ซึ่งนับเป็นการส่งออกที่ไม่มีการจดบันทึกสถิติ

สิงคโปร์และไทยมีระดับความชำนาญในสาขาที่แตกต่างกัน สิงคโปร์มีความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล บริหารจัดการธุรกิจ รวมถึง

เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ขณะที่ไทย มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงการเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารที่สำคัญของโลก ดังนั้น การร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจจะเอื้อประโยชน์ต่อกันทั้งสองฝ่าย

3) สิงคโปร์เป็นตลาดเล็ก ทำให้ความต้องการบริโภคในประเทศไม่มากนัก ดังนั้น นอกจากการส่งออกเพื่อการบริโภคในประเทศของสิงคโปร์แล้ว ประเทศไทยควรใช้สิงคโปร์เป็นแหล่งส่งออกต่อ (Re-export) สินค้าไปสู่ประเทศที่สาม โดยอาศัยจุดแข็งของสิงคโปร์ในด้านการจัดการทางการเงิน ธนาคาร การสื่อสาร และโลจิสติกส์

3. รายงานตลาด (รายสินค้า) ที่น่าสนใจในตลาดสิงคโปร์



3.1 สินค้าข้าวไทยในตลาดสิงคโปร์

สถานการณ์ของตลาดสิงคโปร์ สิงคโปร์มีพื้นที่เพียง 710.2 ตารางกิโลเมตร โดยมีพื้นที่ทำการเกษตรเพียงร้อยละ 3 ของพื้นที่ทั้งหมด ชาวสิงคโปร์นิยมบริโภคข้าว โดยเฉพาะข้าวคุณภาพดี จึงคุ้นเคยกับการบริโภค ข้าวไทย เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ เป็นคนจีน (74.7%) นิยมบริโภคข้าวหอมมะลิ มุสลิมมาเลย์ (13.6%) นิยมบริโภคข้าวขาวไทย นอกจากนั้นมีข้าวชนิดอื่นๆได้แก่ ข้าวนึ่ง และข้าวบาสมาติ ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวอินเดีย (8.9%) และอื่นๆ (2.8%)

นโยบายการนำเข้า

- นโยบายการนำเข้า : ผู้นำเข้าต้องจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทไว้กับหน่วยงานสิงคโปร์

Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) และได้รับใบอนุญาตการนำเข้า (Import License) จากหน่วยงาน International Enterprise Singapore (IE Singapore) โดยผู้นำเข้าข้าวสารต้องทำการสำรองข้าวสารไว้ในปริมาณ 2 เท่าของปริมาณที่นำเข้าแต่ละเดือน และข้าวที่สำรองต้องเก็บไว้ในโกดังสินค้าของรัฐบาล Singapore Storage & Warehouse Pte. Ltd. (SSW) ข้าวที่ต้องสำรอง คือ Fragrant Rice, White Rice และ Broken Rice ข้าวที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องสำรองคือ ข้าวกล้อง ข้าวนึ่ง ข้าวเหนียว และข้าวบาสมาติ International Enterprise Singapore เป็นผู้อนุมัติปริมาณการนำเข้า เช่นกรณีผู้นำเข้าประสงค์จะนำเข้าข้าว 500 ตันในเดือนมีนาคม จะต้องนำเข้าเพื่อเป็น Stock อีก 1000 ตัน และต่อมาในเดือนเมษายน หากต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 550 ตัน จะต้องทำหนังสือขออนุมัติจาก IE Singapore ก่อน รวมถึงจะต้องมีการนำเข้าเพื่อ Stock อีก 1,100 ตัน และกรณีที่ต้องการนำเข้าลดลง เช่น จาก 500 ตันเป็น 450 ตัน จะต้องขออนุมัติจาก IE Singapore ล่วงหน้า 3 เดือนก่อน

การนำเข้า สิงคโปร์นำเข้า ข้าวจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ปีละประมาณ 288,000-327,000 ตัน ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศ โดยบริโภคข้าวหอมและข้าวหอมมะลิประมาณ 15,000 ตัน/เดือน ข้าวบาสมาติ และข้าวนึ่ง 5,000ตัน/เดือน และอื่นๆ ในปี 2553 สิงคโปร์นำเข้าข้าว มีมูลค่านำเข้า 249.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 เมื่อเทียบปี 2552 โดยนำเข้าจากไทยเป็นอันดับหนึ่ง มีมูลค่า 149.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.05 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2552 โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 60 ลดลงร้อยละ 4 จากปี 2552 เนื่องจากเวียดนามเป็นคู่แข่งสำคัญ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 99.26) ที่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของข้าวไทยลดลง

สถิติมูลค่าการนำเข้าข้าวของสิงคโปร์ (HS 1006) ปี 2551-2553

มูลค่า : US$'000

ประเทศ	ปี			ส่วนแบ่งตลาด : ร้อยละ			ขยายตัว : ร้อยละ	
	2551	**2552**	**2553**	**2551**	**2552**	**2553**	**51/52**	**52/53**
นำเข้ารวม	**233,066**	**221,764**	**249,287**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**-4.85**	**12.41**
ไทย	170,784	143,528	149,337	73.28	64.72	59.91	-15.96	4.05
อินเดีย	21,489	40,033	41,332	9.22	18.05	16.58	86.30	3.24
เวียดนาม	18,502	20,299	40,447	7.94	9.15	16.23	9.71	99.26
สหรัฐฯ	6,944	4,636	5,589	2.98	2.09	2.24	-33.24	20.55
ปากีสถาน	5,909	4,057	3,958	2.54	1.83	1.59	-31.34	-2.44
ออสเตรเลีย	3,159	2,947	2,195	1.36	1.33	0.88	-6.72	-25.51
จีน	1,208	2,386	1,869	0.52	1.08	0.75	97.47	-21.64
ญี่ปุ่น	806	520	1,418	0.35	0.37	0.57	1.75	72.89
พม่า	1,818	1,745	1,145	0.78	0.79	0.46	-4.02	-34.37
อินโดนีเซีย	225	219	443	0.10	0.10	0.18	-2.91	102.50
กัมพูชา	360	71	320	0.15	0.03	0.13	-80.34	352.34
ศรีลังกา	46	24	191	0.02	0.01	0.08	-47.90	692.0
บังคลาเทศ	1,574	477	54	0.68	0.22	0.02	-69.66	-88.63

ที่มา : International Enterprise Singapore

การนำเข้าข้าวจากไทย : ข้าวที่นิยมนำเข้าจากไทยมากที่สุดคือ ข้าวหอมมะลิ และข้าวหอม ซึ่งในปี 2553 สิงคโปร์นำเข้าข้าวหอมมะลิ (Thai Hom Mali Rice : HS 10063015) มูลค่า 80.6 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ปริมาณ 75,030 ตัน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 11.64 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 54.31) และข้าวหอม (Fragrant Rice : HS 10063019) มูลค่า 43.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ปริมาณ 47,633 ตัน (ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 13.49 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 29.20)

สถิติการนำเข้าข้าวจากไทย ปี 2550-2553 แบ่งตามระหัส HS/ประเภท ดังนี้

ระหัส HS/ประเภท	มูลค่านำเข้า (US$'000)			ปริมาณนำเข้า (ตัน)			ส่วนแบ่งตลาด : ร้อยละ			ขยายตัว : ร้อยละ	
	2551	2552	2553	2551	2552	2553	2551	2552	2553	51/52	52/53
รวมนำเข้าจากไทย	**170,784**	**143,528**	**148,335**	**206,379**	**173,050**	**164,219**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**-15.96**	**3.35**
HS 10062010 Thai Hom Mali Rice Husked	507	709	1,793	456	577	1,341	0.30	0.49	1.21	39.77	153.06
HS 10062090 Other Husked (Brown) Rice	2,099	2,084	2,184	2,240	2,136	1,825	1.23	1.45	1.47	-0.71	4.78
HS 10063015 Thai Hom Mali Rice Semi Milled or Wholly Milled	65,836	72,170	80,567	71,751	76,190	75,030	38.57	50.28	54.31	9.58	11.64
HS10063019 Other Fragrant Rice Semi Milled Or Wholly Milled	62,766	50,068	43,313	76,130	61,123	47,633	36.75	34.88	29.20	-20.23	-13.49
HS10063020 Parboiled Rice Semi Milled or Wholly Milled	886	249	287	1,061	402	512	0.52	0.17	0.19	-71.90	15.25
HS10063030 Rice Glutinous Semi Milled or Wholly Milled	4,292	3,616	5,218	7,041	7,261	6,427	2.51	2.52	3.52	-15.77	44.32
HS10063090 Other Semi-Milled or Wholly Milled Rice	31,551	12,322	12,917	41,767	19,303	24,172	18.47	8.58	8.71	-60.95	4.83
HS10064000 Broken Rice	2,819	2,311	2,056	5,933	6,058	7,279	1.65	1.61	1.39	-18.04	-11.02

ที่มา : International Enterprise Singapore

การส่งออก

สิงคโปร์ส่งออกข้าวมูลค่าประมาณปีละ 28 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เนื่องจากต้องนำเข้าเพื่อการส่งออกต่อ (Re-export) โดยส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บรูไน อัฟริกาใต้ เป็นต้น

การบริโภคภายในประเทศ

- ประเภทข้าว ข้าวที่เป็นที่นิยมบริโภคได้แก่ ข้าวขาว 100% และข้าวหอมมะลิ จากจำนวนประชากรกว่า 5 ล้านคน ร้อยละ 84 บริโภคข้าวชนิด 100% Fragrant Rice หรือ Jasmine Long Grain Rice หรือ ข้าวหอมมะลิ ยกเว้นชาวอินเดียซึ่งนิยมบริโภคข้าวบาสมาติ ข้าวนึ่ง หรือข้าวหัก

- ปริมาณการบริโภค สิงคโปร์บริโภคข้าวหอม และข้าวหอมมะลิ ประมาณ 15,000 ตันต่อเดือน ถ้ารวมข้าวเกรดอื่นๆ เช่นข้าวหัก ข้าวเหนียว และปลายข้าว รวมกันแล้วบริโภคประมาณ 20,000 ตันต่อเดือน

- รสนิยมในการบริโภค สิงคโปร์มีประชากร 5.08 ล้านคน (สำรวจเมื่อเดือนมิถุนายน 2553) เป็นชาวจีนร้อยละ 74.7 ชาวมุสลิมมาเลย์ร้อยละ 13.6 ชาวอินเดียร้อยละ 8.9 และอื่นๆ ร้อยละ 2.8 ส่วนใหญ่ชาวจีนนิยมบริโภคข้าวหอม/ข้าวหอมมะลิไทย เพราะคุ้นเคยในรสชาติ เนื่องจากชอบคุณภาพที่ดีและมีการบริโภคกันมาแต่ดั้งเดิม สำหรับข้าวชนิดอื่นๆได้แก่ ข้าวนึ่งและข้าวบาสมาติ นำเข้าเพื่อบริโภคสำหรับชาวอินเดีย ปากีสถาน และชาวมุสลิมในสิงคโปร์





กฎระเบียบบรรจุภัณฑ์ข้าว

หน่วยงานที่ควบคุมคือ Agri-food Veterinary Authority (AVA) ภายใต้ Ministry of National Development ซึ่งมีข้อกำหนดสำคัญตามระเบียบ The Food Regulations ที่ต้องพึงถือปฏิบัติ คือ Labeling Requirement บนบรรจุภัณฑ์สินค้า ซึ่งต้องเป็นภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษรสูงไม่น้อยกว่า 3 mm. พร้อมมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง คือ

1) Common Name of Product
2) Nett Weight or Volume of Product
3) Name and Address of Manufacturer/Importer/Packer/Distributor
4) Country of Origin of Product
5) List of Ingredients in Descending Order of Proportions
6) Date of Marking for 19 Category of Products. Letters shall not be less than 3 mm in height and shall be show in one of the following ways:
   Use By : dd/mm/yy
   Sell By : dd/mm/yy
   Expiry Date : dd/mm/yy
   Best Before : dd/mm/yy
7) Bar Code/EAN
8) Nutrition Facts Panel (NIP)
9) No "Health Claims" Allowed on the Label





ปัจจุบัน เวียดนามหันมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพข้าวและบรรจุภัณฑ์และใช้ชื่อ Fragrant Rice ซึ่งในบรรจุภัณฑ์ 5 Kg ขายต่ำกว่าข้าวไทยประมาณ 4-5 เหรียญสิงคโปร์ทำให้ส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยลดลง

โอกาสทางการค้าของไทย

1. ถึงแม้ว่าสิงคโปร์จะนำเข้าข้าวจากประเทศต่างๆทั่วโลก แต่ไทยก็ยังคงเป็นแหล่งนำเข้าสำคัญอันดับ 1 จากสถิติการนำเข้าปี 2010 มีมูลค่าการนำเข้า 149.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยนำเข้าข้าวหอมมะลิ มีสัดส่วนสูงถึง 83.51% ที่เหลือเป็นปลายข้าว ข้าวเหนียว 3.52% ข้าวขาว 8.71% ข้าวกล้อง 1.47% และอื่นๆ 2.6%

2. ชาวจีนซึ่งเป็นพลเมืองส่วนใหญ่ของสิงคโปร์ ยังคงนิยมรับประทานข้าวหอมมะลิจากประเทศไทยเนื่องจากมีคุณภาพและคุ้นเคยกับรสชาติที่หอมนุ่ม นอกจากนั้น ภัตตาคารและร้านอาหารที่มีเมนูข้าวเป็นหลัก เช่น Boon Tong Kee (ข้าวมันไก่) ก็นิยมใช้ข้าวหอมมะลิของไทย เป็นต้น

3. ปัจจุบัน เวียดนาม หันมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพข้าว และบรรจุภัณฑ์ และใช้ชื่อ Fragrant Rice ซึ่งในบรรจุภัณฑ์ 5 Kg ขายต่ำกว่าข้าวไทยประมาณ 4-5 เหรียญสิงคโปร์ ทำให้ส่วนแบ่งตลาดข้าวไทยลดลง อย่างไรก็ตามข้าวไทยยังได้ชื่อว่าเป็นข้าวคุณภาพชั้นดี ที่มีกลิ่นหอม และความนุ่มเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้นไทยควรทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบถึงความแตกต่างของข้าวหอมมะลิไทยกับข้าวจากแหล่งผลิตอื่นๆ โดยผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ โดยเน้นการใช้ ภาษาจีน ซึ่งเป็นภาษาท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อให้ข้อมูลถึงตรงต่อผู้บริโภคเช่น แม่บ้าน อาม่า อากง เป็นต้น

4. การจัดกิจกรรม Instore Promotion ร่วมกับซุปเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ๆ หรือห้างสรรพสินค้า อาทิ NTUC FairPrices, Giant Hypermarket, Isetan, Cold Storage, Shop N Save, Sheng Siong เป็นต้น จัดทำ In-store Promotion เพื่อส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักผ่านการสาธิตการทำอาหารเมนูข้าวชนิดต่างๆ

5. การพัฒนา คิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าว เช่น การผลิตข้าวพร้อมรับประทาน หรือพัฒนาเมนูข้าว และผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ เป็นต้น

3.2 สินค้าผักสดในตลาดสิงคโปร์

สถานการณ์ทั่วไป

สิงคโปร์ในอดีตไม่มีพื้นที่สำหรับการเกษตร ปัจจุบันจัดสรรพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกผักไว้เล็กน้อย ดังนั้น สินค้าผักสำหรับการบริโภคในสิงคโปร์ จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากแหล่งผลิตต่างๆ ทั่วโลก โดยผักประเภทต่างๆส่วนใหญ่นำเข้าจาก จีน มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐฯ ไทย อินโดนีเซีย เวียดนาม อินเดีย พม่า และญี่ปุ่น เป็นต้น สำหรับผักที่สิงคโปร์นำเข้าจากไทย ได้แก่ มะเขือเทศ แครอท หน่อไม้ หน่อไม้ฝรั่ง แตงกวา มะเขือยาว พริก ผักชี ถั่วฝักยาว ข้าวโพดฝักข้าวโพดอ่อน มะระ กะหล่ำปลี ตะไคร้ มะนาว ลูกมะกรูด ใบมะกรูด ใบกะเพรา และใบโหระพา เป็นต้น

การนำเข้า



ในปี 2553 สิงคโปร์ นำเข้าผักภายใต้พิกัดศุลกากร HS 07 (Edible Vegetable) รวมมูลค่า 409.91 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งนำเข้าจากจีนเป็นอันดับ 1 มูลค่า 130.56 ล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐฯ และไทย (เป็นอันดับที่ 5 มูลค่า 21.82 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 16.61 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.32)

สถิติการนำเข้าผัก ภายใต้พิกัดศุลกากร HS 07 (Edible Vegetable) ระหว่างปี 2551-2553 จากประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก ดังนี้

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			อัตราเพิ่มขึ้น/ลดลง (%)		ส่วนแบ่งตลาด (%)		
	2551	2552	2553	2551/2552	2552/2553	2551	2552	2553
จากทั่วโลก	**333.06**	**331.42**	**409.91**	**-0.49**	**23.68**	**100.00**	**100.00**	**100.00**
1.จีน	104.02	103.44	130.56	-0.56	26.21	31.23	31.21	31.85
2.มาเลเซีย	97.21	97.34	116.47	0.14	19.65	29.19	29.37	28.41
3.ออสเตรเลีย	22.09	22.61	27.94	2.35	23.61	6.63	6.82	6.82
4.สหรัฐฯ	23.56	20.78	25.25	-11.80	21.53	7.07	6.27	6.16
5.ไทย	**19.08**	**18.71**	**21.82**	**-1.96**	**16.61**	**5.73**	**5.65**	**5.32**
6.อินโดนีเซีย	17.77	17.71	18.35	-0.36	3.61	5.34	5.34	4.48
7.อินเดีย	9.41	10.50	12.76	11.59	21.56	2.83	3.17	3.11
8.เวียดนาม	11.32	10.66	12.01	-5.79	12.68	3.40	3.22	2.93
9.พม่า	7.07	5.02	8.24	-28.90	64.07	2.12	1.52	2.01
10.ญี่ปุ่น	4.10	4.98	7.69	21.28	54.60	1.23	1.50	1.88

ที่มา : International Enterprise Singapor

มาตรการนำเข้า

การนำเข้าทำได้อย่างเสรี โดยผู้นำเข้าจะต้องเป็นบริษัทที่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง และได้รับใบอนุญาตนำเข้าจากหน่วยงานสิงคโปร์ คือ International Enterprise Singapore (IE Singapore) ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามกฎ/ระเบียบการนำเข้าสินค้าของสิงคโปร์ภายใต้ The Food Regulations ซึ่งมีข้อกำหนดเรื่องสารยาปราบศัตรูพืชตกค้างในผักอย่างเข้มงวด หน่วยงานสิงคโปร์ซึ่งมีหน้าที่และรับผิดชอบในการตรวจสอบสินค้านำเข้า คือ Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) ภายใต้ความดูแลของ Food Control Department (FCD) ให้ความสำคัญและตรวจสอบสินค้าที่นำเข้าอย่างเคร่งครัด โดยจะส่งเจ้าหน้าที่ไปสุ่มตรวจสินค้าขณะที่นำเข้า หากพบสารตกค้าง FCD จะพิจารณาให้ส่งสินค้านั้นกลับประเทศผู้ส่งออก หรือให้ทำลายสินค้าทิ้งทันที อีกทั้งดำเนินการทางกฎหมายกับผู้นำเข้า โดยส่งเรื่องฟ้องศาลอีกด้วย ทั้งนี้ ปัจจุบันผักชีและพริกที่





ซุปเปอร์มาร์เก็ต FairPrice มี Contract Farming กับฟาร์ม Horti Jaya ในอินโดนีเซีย เริ่มจำหน่ายผลผลิต ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ และเนื้อสัตว์จากอินโดนีเซีย ตั้งแต่ปี 2520 ภายใต้แบรนด์ "Pasar" สำหรับผักมี 5 ประเภท ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ได้แก่ ผักกาดใบเขียว (Xiao Bai Cai) คะน้า (Kai Lan) ผักกาดขาว (Bai Cai) ผักสลัด (Endive) และผักกวางตุ้ง (Cai Sim) และภายใน 2-3 ปี ข้างหน้า FairPrice วางแผนจะนำเข้าสินค้าผักเพิ่มขึ้นอีก 10 ชนิด

นำเข้าจากไทยซึ่ง AVA ไม่อนุญาตให้นำเข้าเมื่อตรวจพบสารตกค้างเกินกว่าที่กำหนด ได้แก่ Methamidofos, Parathion-methyl, EPN, Triazofos, Metalaxyl, Chlorpyrifos, Dithiocarbamates, Chlorothalonil, Dicrotofos, Dimethoate, Ethion, Profenofos เป็นต้น

ภาษี

สิงคโปร์ไม่มีการเก็บภาษีนำเข้า ภาษีที่เรียกเก็บคือ ภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) อัตราร้อยละ 7

คู่แข่งทางการค้า

คู่แข่งสำคัญของไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และพม่า นอกจากนี้ แม้สิงคโปร์เป็นผู้นำเข้าสำคัญจากไทย แต่ยังเป็นคู่แข่งของไทยด้วย ซึ่งสิงคโปร์มีนโยบายสำคัญ 2 ประการ คือ การจัดสรรพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกผักในสิงคโปร์ และการมีสัญญา Contract Farming ในอินโดนีเซีย

การจัดสรรพื้นที่สำหรับการเพาะปลูกผักในสิงคโปร์ ซึ่งมีฟาร์มปลูกผักจำนวน 67 แห่ง (ก.ค. 2553) รวมพื้นที่ประมาณ 700 ไร่ ผลผลิตประมาณปีละ 20,000 ตัน ปลูกผักใบเขียว (เช่น ผักกวางตุ้ง ผักคะน้า ผักบุ้ง ผักกาดหอม ผักชี และ Aromatic Herbs : Basil, Chives, Oregano, Thyme) และถั่วงอก ซึ่งร้อยละ 80 จะปลูกโดยใช้ดินและที่เหลือปลูกโดยใช้ระบบ Hydroponic มีตาข่ายปกคลุมเพื่อให้ได้ผลผลิตปริมาณมากและมีคุณภาพดี ผลผลิตของผักและถั่วงอกมีมูลค่าประมาณปีละ 145 ล้านเหรียญสิงคโปร์ ซึ่งใช้บริโภคภายในประเทศเท่านั้น ฟาร์มผักสำคัญๆได้แก่ Kok Fah Technology, Quan FA Vegetarian Farm, Oh Chin Huat Hydroponic Farm, Tropical Aeroponics Pte. Ltd., Yili Vegeterian & Trading Pte. Ltd., Wong Joon Tay's Farm, Wong Koh Fah & Kwee Tay's Farm ทั้งนี้ ผู้บริโภคนิยมซื้อผักที่ผลิตในประเทศ เนื่องจากมีความสดและถูกสุขอนามัย อีกทั้งไม่ต้องกังวลเรื่องสารพิษตกค้าง/เจือปนในผัก อนึ่ง สินค้าผักจากฟาร์มในสิงคโปร์ ส่วนใหญ่ส่งไปจำหน่ายยังซุปเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ Cold Storage, FairPrice, Sheng Siong

การมีสัญญา Contract Farming ในอินโดนีเซีย ซึ่งซุปเปอร์มาร์เก็ต FairPrice มี Contract Farming กับฟาร์ม Horti Jaya ในอินโดนีเซีย เริ่มจำหน่ายผลผลิต ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ และเนื้อสัตว์จากอินโดนีเซียตั้งแต่ปี 2520 ภายใต้แบรนด์ "Pasar" สำหรับผักมี 5 ประเภทที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ได้แก่ ผักกาดใบเขียว (Xiao Bai Cai) คะน้า (Kai Lan) ผักกาดขาว (Bai Cai) ผักสลัด (Endive) และผักกวางตุ้ง (Cai Sim) และภายใน 2-3 ปีข้างหน้า FairPrice วางแผนจะนำเข้าสินค้าผักเพิ่มขึ้นอีก 10 ชนิดจาก Horti Jaya ทั้งนี้ ผักจากอินโดนีเซียที่จำหน่ายในซุปเปอร์มาร์เก็ตของ FairPrice มีส่วนแบ่งร้อยละ 20 ของการจำหน่ายผักรวมทั้งหมด สำหรับซุปเปอร์มาร์เก็ต Cold Storage นำเข้าผักจาก Contract Farming ได้แก่ มะเขือเทศ และ ผักกาดหวาน (Lettuce)

ราคาจำหน่ายปลีก (สำรวจระหว่างวันที่ 14-18 มกราคม 2554)

รายการ	น้ำหนัก/บรรจุ	ราคา (เหรียญสิงคโปร์)	รายการ	น้ำหนัก/บรรจุ	ราคา (เหรียญสิงคโปร์)
กะหล่ำปลี (เขียว)	500 กรัม	1.30	French Bean	250 กรัม	1.85
กะหล่ำปลี (ม่วง)	500 กรัม	2.70	ถั่วฝักยาว	500 กรัม	1.50
กะหล่ำปลี (จีน)	500 กรัม	2.50	มะระ	500 กรัม	2.50
ใบมะกรูด	50 กรัม	1.60	มะเขือยาว(ม่วง)	500 กรัม	2.10
ใบมินท์	50 กรัม	1.00	พริกเขียว	100 กรัม	1.40
พาร์สเลย์ (จีน)	50 กรัม	1.30	พริกแดง	100 กรัม	1.85
พาร์สเลย์ (ฝรั่ง)	50 กรัม	1.40	พริกขี้หนู	100 กรัม	1.55
ใบโหระพา	50 กรัม	2.50	แตงล้าน(เขียว)	500 กรัม	1.10
ต้นหอม	100 กรัม	1.50	แตงล้าน(เหลือง)	500 กรัม	1.70
ผักชี	10 กรัม	1.90	แตงกวาไทย	500 กรัม	1.20
ผักกวางตุ้ง	300 กรัม	1.90	ขิงแก่	200 กรัม	1.50
โต้วเหมี่ยว	200 กรัม	1.90	ขิงอ่อน	150 กรัม	1.50
คะน้า	300 กรัม	1.90	กระเจี๊ยบ	200 กรัม	1.60
ผักบุ้ง	250 กรัม	1.50	ข่า	200 กรัม	1.20
ผักกาดหอม	250 กรัม	1.60	ตะไคร้	100 กรัม	1.00
ใบเตย	50 กรัม	0.55	มะนาว	150 กรัม	1.80
ผักกาดใบเขียว	100 กรัม	0.85	ส้มจี๊ด	150 กรัม	1.20
ผักขม	100 กรัม	0.95	หัวไชเท้า	500 กรัม	1.90
บร๊อคโคลี่	500 กรัม.	6.80	Snow Pea	150 กรัม	1.65
กะหล่ำดาว (Brossels Sprouts)	500 กรัม	13.50	ฟักทอง	500 กรัม	4.80
ดอกกะหล่ำ	500 กรัม	3.20	มันแกว	500 กรัม	4.00
หน่อไม้ฝรั่ง (ไทย)	500 กรัม	2.10	Zuchinni Green	500 กรัม	3.50
ข้าวโพดอ่อน	100 กรัม	1.75	ผักคื่นช่ายฝรั่ง	200 กรัม	3.65
ข้าวโพดฝัก	2 ฝัก	1.70	มะเขือเทศ	500 กรัม	1.40
Baby Butterhead	150 กรัม	3.95	Carrot (baby peeled)	250 กรัม	2.20

บรรจุภัณฑ์

1. ตลาดสด ส่วนใหญ่จะจัดวางแยกตามประเภทผัก และชั่งน้ำหนักตามความต้องการของผู้ซื้อ สำหรับผักที่บอบบางเสียง่ายจะบรรจุถาดโฟมหุ้มด้วยพลาสติกใส หรือบรรจุถุงพลาสติกใส

2. ซุปเปอร์มาร์เก็ต บรรจุในถุงพลาสติกใส กล่องพลาสติกใสหรือถาดโฟมหุ้มด้วยพลาสติกใส ขนาดน้ำหนักประมาณ 10-500 กรัม





พฤติกรรมการบริโภค

1. ปัจจุบันชาวสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น โดยจะเน้นการรับประทานผักผลไม้เป็นประจำ ซึ่งผักสีเขียวจะเป็นที่นิยมกันมาก การบริโภคผักภายในประเทศมีปริมาณประมาณ 500,000 ตันต่อปี

2. ผู้บริโภคซื้อผักจากตลาดสด และนิยมซื้อผักจากซุปเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ๆ ได้แก่ NTUC Fairprice, Giant Hypermarket, Carrefour Hypermarket, Cold Storage และ Shop N Save ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายผักประเภทต่างๆ จากทั่วโลก รวมถึงมีบรรจุภัณฑ์ดี มีการลดราคาอยู่เป็นประจำ การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบและบรรยากาศการเลือกสินค้าเป็นไปตามความประสงค์ของผู้ซื้อ

ผลกระทบจากวิกฤตทางธรรมชาติเมื่อกลางปี 2553

สืบเนื่องจากการเกิดน้ำท่วมฉับพลันเมื่อกลางปี 2553 ทั้งในประเทศไทย (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้) และมาเลเซีย (ภาคเหนือ) ส่งผลให้พื้นที่เกษตรกรรมเพาะปลูกผักได้รับความเสียหายอย่างมาก ผลผลิตสูญเสียไปกับน้ำ ปริมาณสินค้าส่งออกน้อยลง ส่งผลให้ราคาจำหน่ายในตลาดสิงคโปร์เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วกว่าที่ได้เคยประสบในทุกๆ ปีที่ราคาจะสูงขึ้นในช่วงเทศกาลเดือนธันวาคม-มกราคม ทั้งนี้ ผักที่ได้รับผลเสียหายมาก ได้แก่ ถั่วฝักยาว มะเขือยาว และมะเขือเทศ

ตลาด Pasir Panjang ซึ่งเป็นตลาดขายส่งผัก (รวมผลไม้ และอาหารแห้ง) การจำหน่ายผักบางชนิดมีราคาสูงขึ้นถึง 2 เท่า ของราคาเดิม(เดือนตุลาคม 2553) โดยราคาของผักหลายชนิด ทั้งจากประเทศไทยและมาเลเซีย เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือเทศ ได้มีราคาสูงขึ้น และผู้นำเข้าเตือนว่า ราคาคงจะอยู่ในระดับสูงต่อไปอีกจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2554 เนื่องจากสินค้านำเข้ามีปริมาณน้อย และผู้บริโภคมีความต้องการผักมากใน ช่วงเทศกาลคริสมาสต์ ปีใหม่ และตรุษจีน

แม้ว่า ในเดือนพฤศจิกายน 2553 ราคาขายส่งได้เพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 50 แต่ราคาขายปลีกที่ตลาดสดเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เพราะพ่อค้าที่ตลาดสดรับภาระราคาที่สูงขึ้นไว้เองส่วนหนึ่ง เนื่องจากเกรงว่า จะแข่งขันราคากับซุปเปอร์มาร์เก็ตไม่ได้ ส่วนราคาที่ซุปเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ได้แก่ FairPrice, Sheng Siong, Cold Storage และ Jasons Market Place เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 ทั้งนี้ ซุปเปอร์มาร์เก็ตไม่ได้นำเข้าจากไทยและมาเลเซียเท่านั้น ส่วนใหญ่พึ่งพาการนำเข้าสินค้าจากแหล่งผลิตอื่นๆ ทั่วโลก

ผักจำหน่ายในซุปเปอร์มาร์เก็ต FairPrice ที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ มะเขือเทศ มะเขือยาวจากมาเลเซีย และหน่อไม้ฝรั่งพริกขี้หนูจากประเทศไทย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเพียงเล็กน้อยของการนำเข้าผักรวม 250 ชนิดที่จำหน่าย ณ ซุปเปอร์ฯ ส่วนที่ Cold Storage และ Jasons (มีสัญญาความร่วมมือกับฟาร์มผักในต่าง

ประเทศ) ผักที่จำหน่ายประมาณ 500 ชนิด ซึ่งมีเพียงร้อยละ 5 ที่มีราคาสูงขึ้น ได้แก่ ผักชี มะเขือเทศ และหน่อไม้ฝรั่ง ผู้บริหารฯ คาดว่า ราคาจะคงที่อยู่ในระดับสูงต่อไปอีกจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2554 เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นในช่วงเทศกาล

รองประธาน Singapore Fruits and Vegetables Importers & Exporters Association (Mr. Tan Chin Hian) กล่าวว่า ราคาผักจะคงอยู่ในระดับที่เพิ่มสูงขึ้นจนถึงหลังตรุษจีนในเดือนกุมภาพันธ์ 2554 ทั้งๆ ที่ทุกปี ราคาผักจะสูงขึ้นระหว่างเดือนธันวาคม-มกราคม ครั้งนี้การขึ้นราคามาเร็วกว่าที่เคยประสบ ซึ่งสืบเนื่องมาจากภัยธรรมชาติและภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงโดยฉับพลัน

ในส่วนของผู้บริโภค ราคาผักที่เพิ่มสูงขึ้นมากได้ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีการบริโภค โดยหันไปซื้อผักใบเขียวที่มีราคาถูกกว่า เช่น ผักขม ผักกวางตุ้งและผักบุ้ง ถึงแม้ว่าจะมีราคาสูงขึ้นกว่าเดิมแต่ไม่มากนัก และผู้บริโภคบางรายจะลดปริมาณการบริโภคผักให้น้อยลงในช่วงระยะเวลาที่ผักมีราคาสูง

โอกาสทางการค้าของไทย

แม้ว่าสิงคโปร์จะมีการผลิตผักในประเทศ และผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศก่อน เนื่องจากมีความกังวลเรื่องสารพิษเจือปนในสินค้านำเข้า แต่ปริมาณการผลิตฯไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภครวมภายในประเทศ ดังนั้น สิงคโปร์ยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าผักเกือบทุกชนิดจากต่างประเทศต่อไป โดยมีนโยบายจัดหาจากแหล่งผลิตต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งสินค้าจากประเทศไทย

สินค้าที่ผู้ผลิตไทยมีโอกาสและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ ผัก Organic ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคในสิงคโปร์ให้ความระมัดระวังในเรื่องสุขอนามัยมากขึ้นและจะเลือกซื้อผักที่ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย แม้ราคาจะสูงกว่าผักธรรมดาก็ตาม ในขณะนี้ซุปเปอร์มาร์เก็ต FairPrice มี Contract Farming ในประเทศไทยที่จังหวัดลพบุรีและเพชรบูรณ์ปลูกผัก Organic เป็นไปตามระเบียบข้อกำหนดของ AVA ซึ่งทำให้การนำเข้า สินค้าดังกล่าวสู่ตลาดสิงคโปร์เป็นไปอย่างราบรื่น และตั้งแต่ปี 2551 สินค้าจำหน่าย ณ ซุปเปอร์มาร์เก็ต FairPrice finest (เป็นซุปเปอร์มาร์เก็ต High-end ของ FairPrice มีสินค้าคุณภาพที่คำนึงถึงสุขอนามัยจากทั่วโลก อีกทั้งให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ รวมทั้งจัดส่งสินค้าให้ผู้ซื้อถึงที่พักอาศัยด้วย) ทั้งนี้ รายการสินค้าผัก Organic ได้แก่ ผักกาดหอม ผักสลัดต่างๆ ข้าวโพดหวาน ข้าวโพดอ่อน มะเขือเทศ แตงกวา พริกใหญ่ คะน้า ผักกวางตุ้ง ผักชี ฟักทอง และหน่อไม้ฝรั่ง ดังนั้น หากผู้ผลิตไทยสามารถเข้าร่วมโครงการ Contract Farming กับซุปเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ในสิงคโปร์เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้สินค้าผักนำเข้าสิงคโปร์ได้มากขึ้นในอนาคต





สินค้าที่ผู้ผลิตไทยมีโอกาสและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ ผัก Organic ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคในสิงคโปร์ให้ความระมัดระวังในเรื่องสุขอนามัยมากขึ้นและจะเลือกซื้อผักที่ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย แม้ราคาจะสูงกว่าผักธรรมดาก็ตาม ในขณะนี้ซุปเปอร์มาร์เก็ต FairPrice มี Contract Farming ในประเทศไทยที่ จังหวัดลพบุรีและเพชรบูรณ์ปลูกผัก Organic เป็นไปตามระเบียบข้อกำหนดของ AVA ซึ่งทำให้การนำเข้าสินค้าดังกล่าวสู่ตลาดสิงคโปร์เป็นไปอย่างราบรื่น





นักลงทุนส่วนใหญ่เห็นว่าธุรกิจสปาเป็นภาคธุรกิจที่สามารถทำรายได้และมีผลกำไรอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลา 1-2 ปี ดังนั้นจึงมีกิจการสปาลักษณะ Day Spa เปิดขึ้นมากทั่วเกาะสิงคโปร์ รวมถึงร้านเล็กๆในชุมชนต่างๆ ส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจในระดับสูง

3.3 ธุรกิจสปาในสิงคโปร์

1. ภาพรวมของธุรกิจสปา

ในอดีต ธุรกิจสปาในสิงคโปร์ถือว่าเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย เนื่องจากมีค่าบริการสูง การเข้ารับบริการจะอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้หญิงที่มีรายได้สูงเท่านั้น แต่เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจสปาเป็นที่แพร่หลายอย่างมาก กลุ่มผู้บริโภคเดิมยังคงอยู่ และกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่เพิ่มขึ้นมากคือ กลุ่มผู้หญิงและผู้ชายที่มีรายได้ระดับกลาง เริ่มมีความกระตือรือร้นในการดูแลสุขภาพของตนเองเพิ่มมากขึ้น ชอบเข้าสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียด ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตที่จะต้องจัดสรรเงินรายได้ส่วนหนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อใช้บริการสปา รวมทั้งการทำเล็บ การนวดหน้า การบำรุงรักษาผิวพรรณ

ในปี 2552 จากเหตุการณ์เศรษฐกิจถดถอยและชะลอตัว ส่งผลให้การเติบโตของธุรกิจสปาถดถอยลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม การเติบโตยังมีการขยายตัวแต่ในอัตราที่ลดลง เนื่องจากผู้ใช้บริการยังมีความห่วงใยและใส่ใจเรื่องสุขภาพ รวมถึงการเสริมสร้างบุคคลิกภาพและสภาพจิตใจที่จะต้องต่อสู้กับความท้าทายต่างๆ ในช่วงเศรษฐกิจถดถอย

ธุรกิจสปา ณ โรงแรมและ Resort ในปี 2552 มีการเติบโตลดลงร้อยละ 7 เนื่องจากนักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์ลดลง (ถึงแม้จะมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นในช่วงการแข่งขัน Formula One : F1 ทำให้สถาน สปาของโรงแรมและ Resort ที่ตั้งอยู่ในเขตที่มีการแข่งขันมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ตาม) ส่วนสปาประเภท Day Spa ขนาดเล็กยังคงมีการเติบโตร้อยละ 10 เนื่องจาก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่ากิจการสปาที่โรงแรมและ Resort ชาวสิงคโปร์เข้าใช้บริการเพิ่มขึ้นเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีและพัฒนาบุคคลิกภาพ นอกจากนี้ การจัดโปรแกรมที่แตกต่างและราคาพอสมควรสำหรับสมาชิก จะส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ส่วนใหญ่สถานสปาขนาดเล็กตั้งอยู่ ณ ศูนย์การค้าในเขตชุมชนต่างๆ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกในการเดินทาง และได้รับทราบข้อมูลประชาสัมพันธ์โปรแกรมให้บริการสปาอย่างต่อเนื่อง

ในขณะนี้มีธุรกิจสปาและสถานบริการนวดในสิงคโปร์มากกว่า 500 แห่ง (ในจำนวนนี้ 48 แห่งเป็นสถานสปาที่โรงแรมและ Resort และ 2 ใน 3 เป็นกิจการที่เพิ่งเริ่มเปิดใหม่ได้ไม่เกิน 1 ปีครึ่ง) คาดว่า จะทำรายได้ประมาณ 1.2 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ต่อปี นักลงทุนส่วนใหญ่เห็นว่า ธุรกิจสปาเป็นภาคธุรกิจที่สามารถทำรายได้และมีผลกำไรอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลา 1-2 ปี ดังนั้นจึงมีกิจการสปาลักษณะ Day Spa เปิดขึ้นมากทั่วเกาะสิงคโปร์ รวมถึงร้านเล็กๆในชุมชนต่างๆ ส่งผลให้มีการแข่งขันทางธุรกิจในระดับสูง และตลาดกลายเป็นของผู้บริโภคที่สามารถเลือกใช้บริการได้ตามความประสงค์ทั้งการบริการและค่าบริการ

2. กฎระเบียบ/ข้อกำหนดและขั้นตอนในการจัดตั้งธุรกิจ

สิงคโปร์ไม่จำกัดการลงทุนขั้นเริ่มแรก ผู้ลงทุนสามารถตัดสินใจว่าจะลงทุนเองทั้งหมดหรือลงทุนร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่น การจดทะเบียนบริษัทเป็นผู้ประกอบการ ต้องยื่นต่อ Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) ซึ่ง ACRA จะใช้เวลาในการพิจารณาอนุมัติจัดตั้งบริษัทประมาณ 14-60 วัน เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว จึงสามารถจัดตั้งบริษัทพร้อมจัดหาแรงงาน หากเป็นแรงงานต่างชาติต้องขอใบอนุญาตทำงานจากกระทรวงแรงงาน (Ministry of Manpower) หากมีการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าต้องขอใบอนุญาต จาก International Enterprise Singapore (IE Singapore) สำหรับนักธุรกิจที่จะจัดตั้งธุรกิจสปาในสิงคโปร์ เมื่อจดทะเบียนบริษัทเรียบร้อยแล้ว ต้องสมัครเป็นสมาชิกของ The Spa Association Singapore อีกทั้งพนักงานผู้ให้การบริการร้อยละ 50 จะต้องมีประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพจากสมาคมฯด้วย





ข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจในสิงคโปร์

การจัดตั้งบริษัทในสิงคโปร์ สามารถมีผู้ถือหุ้นต่างชาติได้ทั้งหมด โดยยื่นขอจดทะเบียนบริษัทต่อกรมทะเบียนการค้าและธุรกิจ (Accounting & Corporate Regulatory Authority : ACRA) เพื่อจดทะเบียนการจัดตั้งบริษัท/ธุรกิจภายใต้ Business Registration Act Cap 32 ซึ่งบุคคลที่จะจัดตั้งบริษัทต้องจดทะเบียนกับ ACRA ในธุรกิจทุกสาขา รวมถึง trade, commerce, craftsmanship, profession or any activity carried on for the purpose of gain รายละเอียดจากเว็บไซต์ www.acra.gov.sg

ข้อมูลสรุปสำหรับการจัดตั้งบริษัทในประเทศสิงคโปร์

1. สามารถมีผู้ถือหุ้นต่างชาติได้ทั้งหมด
2. ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 1 เหรียญสิงคโปร์
3. สามารถจดทะเบียนได้ภายใน 1 วัน หากไม่ต้องยื่นขอใบอนุญาตจากหน่วยงานอื่น
4. มีผู้ถือหุ้นอย่างน้อย 1 คน และกรรมการ 1 คน
5. ได้รับการยกเว้นภาษีรายได้ 100,000 เหรียญสิงคโปร์แรกต่อปี เป็นเวลา 3 ปีนับแต่วันจัดตั้งบริษัท
6. ภาษีร้อยละ 9 คิดจากเงินได้ 300,000 เหรียญสิงคโปร์ ต่อปี เริ่มตั้งแต่ ปี 2551
7. ภาษีบริษัทร้อยละ 18 สำหรับเงินได้ที่นอกเหนือจาก 300,000 เหรียญสิงคโปร์แรก
8. โดยทั่วไปไม่มีภาษีบนกำไรที่ได้รับจากการขายคืนสินทรัพย์ (Capital Gain Tax) และเงินปันผล





9. สิงค์โปร์จะออกวีซ่าสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneur Pass) ให้แก่เจ้าของกิจการที่ประสงค์จะย้ายกิจการมาที่ประเทศสิงคโปร์

10. ไม่มีข้อจำกัดในการแลกเปลี่ยนและการส่งเงินกำไรจากการประกอบการกลับประเทศ

ขั้นตอนการจดทะเบียนของบริษัทต่างชาติ

1. การจดทะเบียนบริษัท/ธุรกิจ – Type of Business Organization ภายใต้ Foreign Companies เอกสารที่ต้องยื่น คือ

- application for approval of name
- application to register a business

ผู้ประสงค์จะจัดตั้งบริษัทสามารถมอบอำนาจให้สำนักงานทนายความในสิงคโปร์เป็นตัวแทนในการขอจดทะเบียนบริษัททาง Internet ได้ที่ www.bizfile.gov.sg

การขออนุญาต [license] เปิดสถานสปา ร้านอาหาร/ภัตตาคาร นอกจากยื่นขอจดทะเบียนกับ ACRA แล้ว ยังต้องขออนุญาตจากกระทรวงสิ่งแวดล้อม และ Singapore Police Force ด้วย การนำพนักงานต่างชาติเข้ามาทำงานในสิงคโปร์ ผู้ประกอบการจะต้องยื่นขอ S Pass หรือ Employment Pass จาก Employment Pass Department, Ministry of Manpower

ขั้นตอนพื้นฐาน

- ได้รับการอนุมัติชื่อของบริษัทเพื่อจดทะเบียน
- เตรียมเอกสารในการจดทะเบียนและลงนามโดยผู้จัดตั้งบริษัท
- จดทะเบียน กับ ACRA (Registrar of Companies)
- เปิดบัญชีธนาคารในนามของบริษัท

ข้อมูลและเอกสารที่จำเป็นประกอบการจดทะเบียนบริษัท

- Memorandum and Articles of Association (หนังสือบริคณห์สนธิและหนังสือรับรองของบริษัท)

- Statutory Declaration of Compliance รายละเอียดของผู้ถือหุ้น กรรมการ เลขานุการ และอื่นๆ บริษัทจะต้องมีกรรมการอย่างน้อย 1 คน ที่พำนักอยู่ในสิงคโปร์ ซึ่งอาจจะเป็นคนสัญชาติสิงคโปร์/ผู้พำนักถาวรหรือเป็นผู้ที่ถือวีซ่าทำงาน (Citizens, Permanent Residents, or Employment Pass Holders) และเลขานุการ 1 คน ที่เป็นผู้พำนักถาวรอยู่ในประเทศสิงคโปร์

- Certificate of Identity (บัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทาง)

- สถานที่และที่อยู่ที่จดทะเบียนของบริษัท (ที่อยู่ในสิงคโปร์) วันและเวลาทำการตามที่จดทะเบียน

- หลักฐานการได้รับอนุมัติให้เป็นกรรมการของบริษัท และคำให้การว่าด้วยคุณสมบัติการเป็นกรรมการ
- หลักฐานการได้รับอนุมัติให้เป็นเลขานุการของบริษัท





EntrePass สำหรับผู้ประกอบการต่างชาติ

EntrePass Scheme มีไว้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการที่ระดับการศึกษาไม่สูง ประสงค์เข้ามาทำกิจการในสิงคโปร์ (ต่างกับ Employment Pass ที่ออกให้กับผู้ที่มีคุณสมบัติทางการศึกษาในขั้นปริญญา) หากได้รับการอนุมัติให้มี EntrePass แล้ว จะต้องจัดตั้งบริษัทภายใน 30 วันหลังจากนั้น ทั้งนี้ EntrePass จะมีอายุ 1-2 ปี และอนุญาตให้บุคคลนั้นๆนำครอบครัวเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศได้ด้วย โดยจะต้องขอ Dependent Pass ให้ กับสมาชิกของครอบครัวในเวลาเดียวกัน หากธุรกิจยังดำเนินอยู่ สามารถขอต่ออายุ EntrePass ได้ อนึ่ง EntrePass มีไว้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่ดูแลกิจการในสิงคโปร์

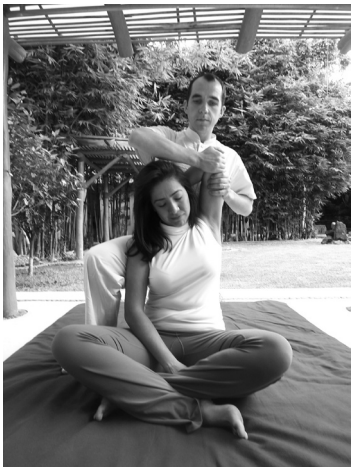
สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในการขอ EntrePass คือ

เอกสารที่จำเป็นต้องใช้ในการขอ ดังนี้

- แผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan) โดยประมาณ ควรจะมีเนื้อหาประมาณ 10 หน้า
- เงินลงทุนเพื่อจัดตั้งกิจการในระยะเริ่มต้น
- หลักฐานทางการศึกษา
- หลักฐานการทำงานในอดีต
- สำเนาหนังสือเดินทาง
- รูปถ่ายขนาดทำหนังสือเดินทาง
- สำเนาข้อมูลส่วนตัวและประวัติการทำงาน (CV/ Resume)
- แบบฟอร์มคำร้องขอ (www.mom.gov.sg)

ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนบริษัท

ค่าธรรมเนียมการยื่นขอจดทะเบียนชื่อบริษัท 15 เหรียญสิงคโปร์ และค่าธรรมเนียมการก่อตั้งบริษัท 300 เหรียญสิงคโปร์ (company with share capital) หรือ 1,200 เหรียญสิงคโปร์ (company without share capital) โดยที่ ACRA จะใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงในการตรวจสอบเพื่ออนุญาตการจดทะเบียนชื่อบริษัท ซึ่งจะมีอายุใช้ได้ 2 เดือน ผู้ยื่นขอจะต้องขอจดทะเบียนบริษัทให้เรียบร้อยภายในเวลา 2 เดือน หากผู้ยื่นขอต้องการเวลาเพิ่มมากกว่า 2 เดือน จะต้องทำหนังสือขอต่อเวลา พร้อมค่าใช้จ่าย 10 เหรียญสิงคโปร์ต่อชื่อบริษัท ทั้งนี้ ระยะเวลาในการจดทะเบียนบริษัทให้แล้วเสร็จใช้ประมาณ 14 วัน – 2 เดือน



คุณสมบัติของผู้ที่สามารถจดทะเบียนการค้า มีดังนี้

1) ต้องมีอายุอย่างน้อย 18 ปีบริบูรณ์ (เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2552)

2) ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกฟ้องล้มละลาย หรือมิฉะนั้น ต้องได้รับการอนุญาตอย่างเป็นทางการ หากต้องการจดทะเบียนการค้าในประเทศสิงคโปร์

การยื่นขอใบอนุญาตสถานสปา

โดยยื่นขอต่อ Police Licensing Division (391 New Bridge Road, #02-701 Police Cantonment Complex, Singapore 088762 Fax: 6538 6647) โดยมีระเบียบสรุป ดังนี้

ผู้ยื่นขอ อายุอย่างน้อย 20 ปี มีร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ ไม่มีคดีอาชญากรรม หากเป็นชาวต่างชาติ จะต้องมี Employment Pass

บริษัท เป็นสมาชิกของ The Spa Association Singapore พนักงานอย่างน้อยร้อยละ 50 ของจำนวนพนักงานรวม จะต้องมีประกาศนียบัตรที่ได้รับการรับรอง เช่น CIBTAC (The Confederation of International Beauty Therapy and Cosmetology), CIDESCO (The Comite International D'estheique Et De Cosmetologie), ITEC (International Therapy Examination Council), NSRS (National Skills Redognition System) และ NITEC (National Institute of Technical Certificate) รวมถึงมีเครื่องแบบที่เหมาะสมสำหรับพนักงาน

สถานที่ ได้แก่ Shophouses (non-HDB type), HDB neighbourhood Centres, Private shopping Centres, Commercial Complexes and Hotels และจะต้องได้รับการอนุญาตจากหน่วยงานที่ดูแล ได้แก่ URA, HDB และ FSSB

ค่าธรรมเนียม สำหรับ Massage Establishment (MEs) ดังนี้

ประเภท	ค่าธรรมเนียม (เหรียญสิงคโปร์)
ใบอนุญาต	525 ต่อปี
สำเนาทดแทนใบอนุญาต	11
การเปลี่ยนแปลงแก้ไขต่างๆ ได้แก่ ชื่อสถานสปา ขอบเขตการให้บริการ และกิจการของบริษัท	22 ต่อครั้ง
ใบอนุญาตสำหรับพนักงาน	17 ต่อราย

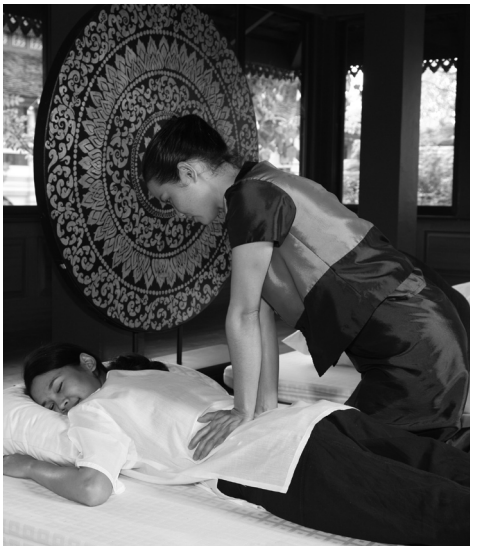
ค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจ สรุป ดังนี้

1) ค่าเช่าสำนักงานในเขต Central Business District ประมาณ 18.00-42.00 เหรียญสิงคโปร์/ตารางฟุต/เดือน หรือนอกเขตฯ ประมาณ 9.00-18.00 เหรียญสิงคโปร์/ตารางฟุต/เดือน ไม่รวมค่าใช้จ่ายครั้งแรกสำหรับ fitting-out cost ระหว่าง 120-250 เหรียญสิงคโปร์/ตารางฟุต

2) ค่าจ้างพนักงาน ในปัจจุบันค่าจ้างพนักงานโดยเฉลี่ยเดือนละ 1,800-2,700 เหรียญสิงคโปร์ และการขึ้นเงินเดือนอยู่ที่ระดับประมาณร้อยละ 3.5 ต่อปี

เงินสะสมพนักงาน (CPF) บริษัทจะต้องจ่ายเงินสะสมให้แก่พนักงานร้อยละ 6 ถึง 15.5 ของเงินเดือน ขึ้นอยู่กับอายุของพนักงาน โดยหน่วยงานสิงคโปร์ Central Provident Fund Board (CPF Board) เป็นหน่วยงานที่เก็บเงินสะสมให้พนักงาน ทั้งนี้ในส่วนของพนักงานเอง ต้องส่งเงินสะสมเข้าบัญชีตนเองที่ CPF Board ร้อยละ 5 ถึง 20 ของเงินเดือนด้วย

ค่าข่าวสารทาง Internet ขึ้นอยู่กับระบบที่ใช้ ประมาณ 90 - 2,400 เหรียญสิงคโปร์/เดือน



การให้บริการสปาในสิงคโปร์ เป็นการผสมผสานกันระหว่างศิลปะการนวด (Massage) และการทำ Treatment ทั้งใบหน้าและลำตัว ด้วยการใช้ Essence Oil โดยใช้เครื่องหอมเข้าช่วยในการผ่อนคลาย

3. รูปแบบลักษณะและอัตราค่าบริการของสปาในสิงคโปร์

รูปแบบลักษณะ สปาจำแนกได้ 5 ประเภท คือ

1) Destination Spa เป็นสปาที่เน้นการรักษาความงามและสุขภาพ ลดความตึงเครียด ซึ่งจะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกด้านฟิตเนส มีกิจกรรมต่างๆ และโปรแกรมลดความอ้วนเข้ามาเสริม

2) Hotel/Resort Spa เป็นสปาที่อยู่ในโรงแรม หรือ Resort เน้นการให้บริการสปาและนวดรักษาความงามและสุขภาพ

3) Day Spa เป็นสปาให้บริการระยะสั้น ไม่มีที่พัก ให้บริการสปาและนวดเพื่อผ่อนคลายความเครียด และการเสริมความงาม

4) Club Spa เป็นสปาให้บริการด้านฟิตเนสเป็นหลักสำคัญ

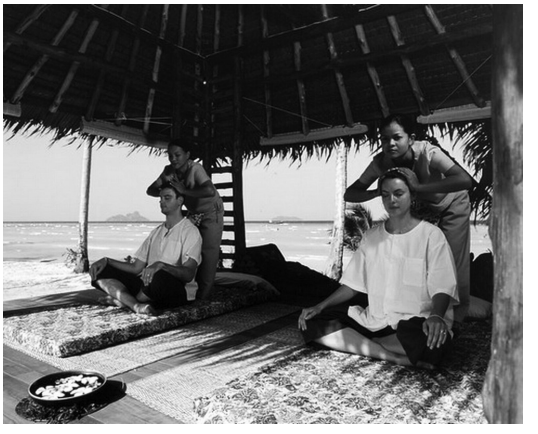
5) Medical Spa เป็นสปาให้บริการก่อนและหลังการทำศัลยกรรม มีเครื่องอำนวยความสะดวกในการรักษาความงามและสุขภาพ มีแพทย์ให้คำแนะนำและตรวจร่างกาย นอกจากพนักงานสปา

การให้บริการสปาในสิงคโปร์ เป็นการผสมผสานกันระหว่างศิลปะการนวด (Massage) และการทำ Treatment ทั้งใบหน้าและลำตัวด้วยการใช้ Essence Oil โดยใช้เครื่องหอมเข้าช่วยในการผ่อนคลาย หรือเรียกว่า Aromatheraphy ลักษณะการให้บริการมีทั้งแบบไทย บาหลี อินเดีย จีน สวีเดน และยุโรป

อัตราค่าบริการ

ค่าบริการจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและวิธีการที่ให้บริการ สรุป ดังนี้

วิธีการ	ระยะเวลา	ค่าบริการ(เหรียญสิงคโปร์)
-Royal Thai Massage	1 ชม.	128
-Thai Aroma Oil Body Massage	1.30 ชม.	168
	2 ชม.	218
Foot Massage	30 นาที	58
	45 นาที	78
วิธีการ	**ระยะเวลา**	**ค่าบริการ(เหรียญสิงคโปร์)**
Palms & Sole	1 ชม.	98
Anti Stress Head Neck & Shoulder	30 นาที	68
Turkish Body Scrub	90 นาที	150
Abhyanga Massage	120 นาที	220
Shirodhava (Oil on forehead)	120 นาที	220
Aromatherapy Body Massage	120 นาที	260
Bamboo Massage	100 นาที	160
Body Massage	100 นาที	160
Scalp Massage	100 นาที	160
Back Massage	30 นาที	65
Leg Massage	30 นาที	50



ทั้งนี้ ลูกค้าที่เข้ารับบริการสปาในสิงคโปร์ จำนวน 2 ใน 3 เป็นสตรี ซึ่งมีความพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการที่มีมูลค่ามากกว่า 3,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อปี นอกจากนี้ยังมีสตรีโสดที่พร้อมจะจ่ายค่าบริการสูงถึง 6,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อ package หรือคุณแม่ลูกสองพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการสูงถึง 10,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อ package ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีการไหลเวียนของเงินตราสูง

4. หน่วยงานส่งเสริมธุรกิจสปาในสิงคโปร์

(1) Workforce Development Agency (WDA)

หน่วยงานภายใต้ Ministry of Manpower ให้การส่งเสริมและสนับสนุนแก่ชาวสิงคโปร์เข้ารับการฝึกอบรมด้านวิชาชีพต่างๆ ภายใต้โปรแกรม Continuing Education Training (CET) ซึ่งมีโปรแกรมหนึ่งที่ให้สนับสนุนการฝึกอบรมด้านสปา คือ Tourism Workforce Skills Certification (WSQ)



(2) Singapore Tourism Board (STB)

หน่วยงานของภาครัฐสิงคโปร์ให้การส่งเสริมและสนับสนุนเป็นพิเศษเพื่อจัดให้สิงคโปร์กลายเป็นศูนย์กลางแห่งการบริการสปาและให้นักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยด้านธุรกิจบริการในสิงคโปร์มากขึ้น โดยการผนวกการให้บริการสปาและการรักษาสุขภาพรวมกับการเดินทางท่องเที่ยวสู่สิงคโปร์เป็น “special package”

(3) สมาคมสปาของสิงคโปร์ (The Spa Association Singapore : SAS)

จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2541 ด้วยการสนับสนุนของ Singapore Tourism Board โดยมีจุดประสงค์สำคัญๆ ได้แก่ เพื่อสร้างมาตรฐานและการให้บริการของอุตสาหกรรมสปาในสิงคโปร์ สร้างเครือข่ายและโอกาสให้ธุรกิจสปามีการเติบโตทั้งในประเทศและนานาชาติ สนับสนุนให้มีการศึกษาฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกและเป็นตัวเชื่อมระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ สมาคมฯ มีคณะกรรมการ (Executive Committee) ที่ได้รับการคัดเลือกและอยู่ในตำแหน่งครั้งละ 2 ปี เพื่อช่วยเป็นหัวหอกในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่ง Executive Committee ในช่วงปี 2553-2555 มีดังนี้

NAME/DESIGNATION	COMPANY
NANCY LIM President	SPA VALLEY PTE LTD
JEANNIE SIM First Vice President	THE RETREAT CONCEPTS PTE LTD
LARRY LEO Second Vice President	DE BEAUTE BEAUTY & SLIMMING PTE LTD
NAME/DESIGNATION	**COMPANY**
ROSALIN MONTRISUKSIRIKUL Secretary	AYUTHAYA - THE ROYAL THAI SPA
ELIZABETH WONG Assistant Secretary	COPELEN PTE LTD
LIM KENG MENG Treasurer	AMORE FITNESS PTE LTD
RENEE CHONG Committee Member	ST GREGORY SPA PTE LTD
JET NG Committee Member	CITIBELLA PTE LTD
ALBERT TAN Committee Member	AFOND LEISURE PTE LTD
CORI TEO Committee Member	DE BEAUTE (ROXY) PTE LTD

ทั้งนี้ Mr. Peter Sng ได้ดำรงตำแหน่งประธานสมาคมฯ ตั้งแต่ปี 1998-2008 ในปัจจุบันดำรงตำแหน่ง Honorary Adviser ของสมาคมฯ

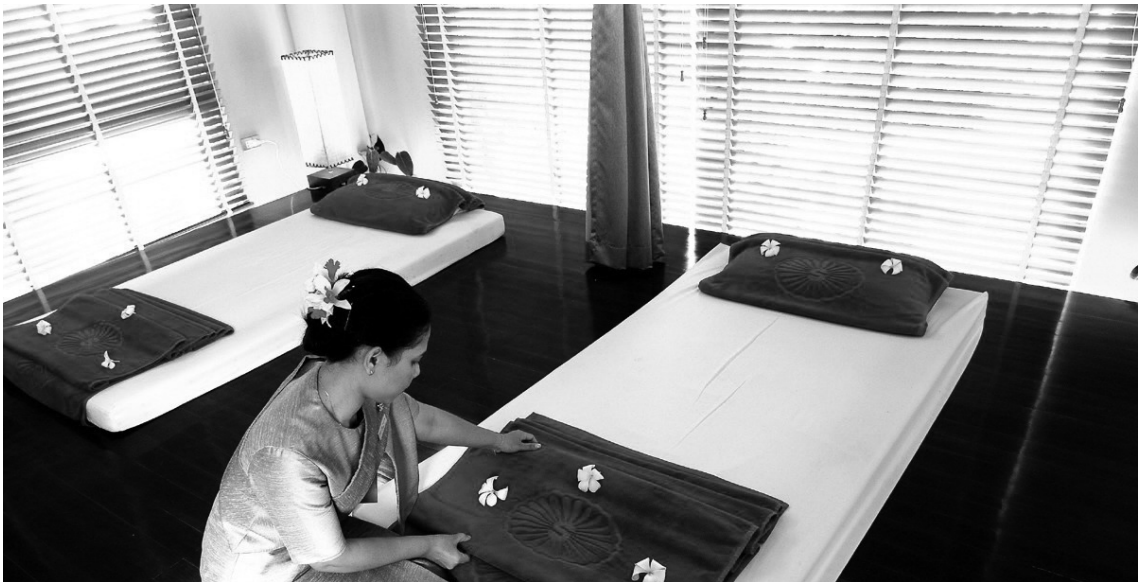
สมาชิกสมาคมฯ แบ่งออกเป็น Ordinary Membership และ Associate Membership โดยมีรายชื่อสมาชิก ดังนี้

Ordinary Membership ได้แก่ Adonis, A Fond Leisure Spa, A Fond Boutique Spa, A ldha-the Wellness Institute, Amore Body Define, Amore Boutique Spa, Amore Living, Amrita Spa, Aramsa Spa, Ayurlly Ayurvedic Spa, Ayuthaya-the Royal Thai Spa, Bella Luna Pte. Ltd., Blenzinski Sanctuary, Body Contours, Cicade Spa, Citibella Beuaty Club & Artelier, Damai, De Beaute, Elements Spa, Essence Vale Aroma Spa, FIL Spa Intelligence Pte. Ltd., Ikeda Spa, Life Spa, LS Philosophy, Qian Ze Ge, Raffle Amirita Spa, Remeda Spa, Renewal Day Spa, Rustic Nirvana Pte. Ltd., Rustic Nirvana Cantonment, Sen-the American Club Spa, Spa Botanica, Spa Furama, Spa Park Asia, Spa Valley, Spa Vintage, Spaboutique, St.Gregory-Marina Mandarin, St. Gregory, Tara Apothecary, The Asian Spa, The Aspara, The DRx Medispa Pte. Ltd., The Retreat Spa @ Marriot Hotel, The Retreat Spa @ Thalasso Centre, The Spa @ Anew, The Spa @ Avanda, The Spa @ Four Season Singapore, The Ultimate Penthouse Spa, The Ultimate Resort Spa, The Ultimate Transit Heaven, Treetops Spa, Willow Stream Spa

Associate Membership ได้แก่ Aesthetics Marketing Asia Pte. Ltd., Singapore Spa Institute, Spa Factory Bali, The Spa & Wellness Academy, Totally Spa LLP., Yang Sheng Centre

ค่าสมาชิก มีดังนี้ หน่วย : เหรียญสิงคโปร์

ประเภท	Ordinary	Associate
ค่าลงทะเบียน	200	100
ค่าเข้าเป็นสมาชิกครั้งแรก	500	100
ค่าสมาชิกต่อปี	360 สำหรับสาขาแรก	150 สำหรับสาขาแรก
	180 สำหรับสาขาต่อๆ ไป	75 สำหรับสาขาต่อๆไป
ค่าตรวจสอบสถานบริการและให้	800 สำหรับสาขาแรก	-
การรับรอง	600 สำหรับสาขาต่อๆ ไป	-



(4) Singapore Spa Institute

จัดตั้งเมื่อปี 2540 นับเป็นศูนย์การศึกษาวิชาชีพด้านสปาแห่งแรกที่ได้รับแต่งตั้งจาก Singapore Workforce Development Agency (WDA) ทำการสอนและฝึกอบรมสปาด้านต่างๆให้ผู้เรียนจะได้รับประกาศนียบัตรชั้นต้นและชั้นสูง รวมถึง Diploma ซึ่งหลักสูตรการเรียนการสอนและอัตราค่าเรียน สรุป ดังนี้

- Spa Therapy จำนวน 235 ชั่วโมง
- Spa Services, Beauty Therapy จำนวน 210 ชั่วโมง
- Spa Services, Body Therapy จำนวน 210 ชั่วโมง
- ค่าเรียน 588.50 เหรียญสิงคโปร์ต่อหลักสูตร

(5) Spa Wellness Academy

จัดตั้งเมื่อปี 2548 เป็นศูนย์การศึกษาวิชาชีพด้านสปาอีกแห่งหนึ่ง ทำการสอนและฝึกอบรมภายใต้การสนับสนุนของ Workforce Development Agency (WDA) ผู้เรียนจะได้รับประกาศนียบัตรชั้นต้นและชั้นสูง หลักสูตรการเรียนการสอนและอัตราค่าเรียน สรุป ดังนี้

- Thai Massage, Nuad Phan Bo-ran จำนวน 120 ชั่วโมง ค่าเรียน 1,668 เหรียญสิงคโปร์
- Sport Massage จำนวน 71.5 ชั่วโมง ค่าเรียน 950 เหรียญสิงคโปร์
- Full Body Massage without Oil จำนวน 71.5 ชั่วโมง ค่าเรียน 950 เหรียญสิงคโปร์
- Full Body Massage with Oil จำนวน 71.5 ชั่วโมง ค่าเรียน 950 เหรียญสิงคโปร์
- Holistic Massage จำนวน 150 ชั่วโมง ค่าเรียน 2,115 เหรียญสิงคโปร์

สถานสปาไทยในสิงคโปร์ ในปัจจุบันมีสถานบริการสปาไทยที่เปิดให้บริการเต็มรูปแบบสปาไทย จำนวน 2 แห่ง คือ บริษัทเบญจพรรณสปา และบริษัทอยุธยาสปา ซึ่งมีผู้บริหารเป็นคนไทยและพนักงานส่วนใหญ่เป็นคนไทย

เบญจพรรณสปา (1 สาขา) **อยุธยาสปา (2 สาขา)**



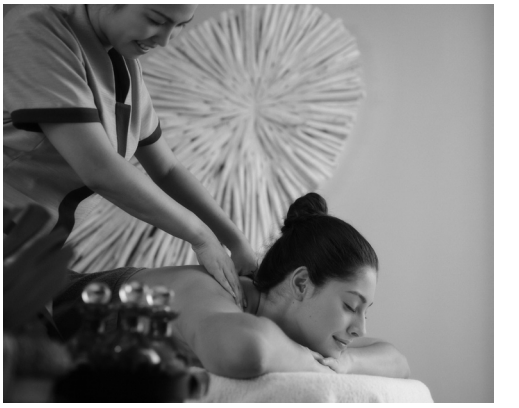
ภาพสถานสปาไทยในสิงคโปร์

5. โอกาสและช่องทางของธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์สปาของไทย

1) นักลงทุนสามารถใช้ประโยชน์จากการที่สิงคโปร์เป็นตัวเลือกที่นิยมของการลงทุน เป็นศูนย์กลางในด้านการค้า การลงทุน การเงินและบริการด้านต่างๆ และมีนักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์เดือนละประมาณ 900,000 คน ทำให้สิงคโปร์เป็นตลาดการค้าเสรีที่มีศักยภาพแก่ธุรกิจประเภทต่างๆรวมถึงธุรกิจสปา

2) บริษัทไทยสามารถจัดตั้งธุรกิจได้อย่างสะดวกรวดเร็ว การดำเนินธุรกิจคล่องตัว เนื่องจากสิงคโปร์มีโครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย อัตราภาษีที่แข่งขันได้ ระบบการทำงานที่เป็นระเบียบและมีประสิทธิภาพ และสามารถจัดหาบุคลากรที่มีความรู้/ความชำนาญ

3) บริษัทไทยสามารถใช้สิงคโปร์เป็นฐานในการส่งออกต่อ (re-export) สินค้าผลิตภัณฑ์สปาไทยไปสู่ประเทศที่สามเพื่อขยายการส่งออก โดยอาศัยจุดแข็งของสิงคโปร์ในด้านการจัดการ การตลาด การเงิน/ธนาคาร การสื่อสารและการคมนาคมขนส่ง



4) การร่วมลงทุนกับสิงคโปร์นับเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจสปาของไทยในสิงคโปร์ หรือเปิดสถานสปาในประเทศที่สิงคโปร์มีศักยภาพ เนื่องจากสิงคโปร์มีความสามารถในด้านการจัดการและมีความพร้อมด้านเครือข่ายลูกค้า

5) บริษัทไทยสามารถส่งสินค้าผลิตภัณฑ์สปาเข้ามาจำหน่ายในสิงคโปร์ เนื่องจากสิงคโปร์ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากแหล่งผลิตทั่วโลก หรืออาจจัดตั้งบริษัทจำหน่ายสินค้าฯในสิงคโปร์ ทั้งนี้ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 บริษัทไทย Harnn & Thann ได้เปิดกิจการที่ Millenia Walk Shopping Mall ต่อมาเปิดที่ VivoCity และ Ion ซึ่งผู้บริหารให้ความเห็นว่า ชาวสิงคโปร์จะใช้สินค้าผลิตภัณฑ์สปาและบริการสปาเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าและค่าบริการมีการแข่งขันกันอย่างมาก ทำให้ผู้จำหน่ายและผู้ให้บริการต้องปรับราคาลดลงให้เป็นไปตามกลไกตลาด

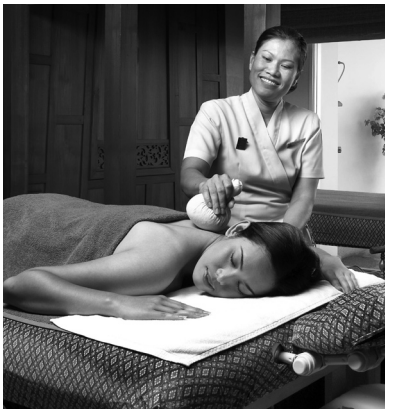
6) สปาไทยสามารถใช้โอกาสบุกตลาดสิงคโปร์ โดยใช้พื้นฐานการสนับสนุนของภาครัฐสิงคโปร์โดย Singapore Tourism Board (STB) ที่ให้การสนับสนุนเป็นพิเศษเพื่อจัดให้สิงคโปร์กลายเป็นศูนย์กลางแห่งการบริการสปาและให้นักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยด้านธุรกิจบริการในสิงคโปร์มากขึ้น โดยการผนวกการให้บริการสปาและการรักษาสุขภาพรวมกับการเดินทางท่องเที่ยวสู่สิงคโปร์เป็น “special package”

6. ปัญหาอุปสรรค

1) สิงคโปร์เป็นตลาดสินค้าและบริการที่จำกัด (ประชากรเพียง 5 ล้านคน) แม้ว่าสินค้านำเข้าที่ต้องเสียภาษีขาเข้ามีเพียง 4 รายการก็ตาม (รถยนต์ น้ำมันบุหรี่ และสุรา+เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์) แต่การแข่งขันทางการค้าอยู่ในระดับสูงเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจสูงมาก

2) การขาดแคลนแรงงานในประเทศ จึงต้องนำเข้าจากประเทศต่างๆ อาทิ มาเลเซีย ไต้หวัน ฮ่องกง มาเก๊า อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย ซึ่งพนักงานนวดสปาเป็นตำแหน่งงานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพระดับ Skilled Workers มีข้อกำหนดค่าจ้างอย่างต่ำเดือนละ 1,800 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป และได้รับใบอนุญาตทำงานประเภท Employment Pass (เงินเดือนสูงกว่า 2,500 เหรียญสิงคโปร์) หรือ S Pass (เงินเดือนสูงกว่า 1,800 เหรียญสิงคโปร์) ระเบียบการจ้างแรงงานด้านธุรกิจบริการจากไทยนับเป็นมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าพนักงานจากไทย โดยการยื่นขอใบอนุญาตจ้างแรงงานไทยต่อ Ministry of Manpower (MOM) ประสบปัญหา เนื่องจากในบางกรณีสำนักงานแรงงานไทยได้มีหนังสือรับรองพร้อมเอกสารใบประกาศ-นียบัตรจากหน่วยงานของไทยเพื่อรับรองแล้ว แต่ MOM ไม่อนุญาตโดยไม่มีการชี้แจงเหตุผลใดๆ นอกจากนี้ หน่วยงาน Workforce Development Agency ได้ออกกฎระเบียบกำหนด Skill Standard ใหม่ ภายใต้ National Skills Recognition System (NSRS) มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2549





ได้เพิ่มเงื่อนไขมากขึ้น พนักงานนวดสปา/แผนไทยจะต้องผ่านหลักสูตรฝึกอบรมและได้รับประกาศนียบัตรการนวดมาตรฐานโดยมีระยะเวลาฝึกอบรมตั้งแต่ 4 เดือน - 2 ปี ที่ฝึกอบรมการนวดรวมถึง Full-body massage with oil, Full-body massage without oil, Manicure-pedicure และ Face treatment ซึ่งในความเป็นจริงธุรกิจสปาของไทยในสิงคโปร์ ดำเนินธุรกิจเฉพาะนวดตัวและนวดเท้าเท่านั้น ดังนั้น เงื่อนไขดังกล่าว จึงเป็นการเพิ่มภาระและต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ และไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนในธุรกิจสปาของไทยในสิงคโปร์

3) ปัญหาด้านการสื่อสาร ซึ่งภาษาที่ใช้โดยทั่วไปคือ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนกลาง

4) ปัญหาค่าครองชีพที่มีอัตราสูงถึง 3 เท่าของอัตราค่าครองชีพในประเทศไทย

7. แนวโน้ม

1) ธุรกิจสปาในสิงคโปร์จะมีการเติบโตต่อไป แม้ว่าสิงคโปร์ยอมรับว่าประเทศคู่แข่งสำคัญด้านธุรกิจสปา คือ ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน อย่างไรก็ตาม นักลงทุนของสิงคโปร์มั่นใจว่า สภาพแวดล้อมที่สะอาดของสิงคโปร์ ความสะดวกสบาย และการให้บริการสปาหลากหลายรูปแบบและครบวงจร (สปาแบบบาหลี ไทย หรือแบบ Aqua และแบบสวีเดน) จะเป็นสิ่งเอื้ออำนวยให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าในประเทศหรือชาวต่างชาติ

2) การเปิดกิจการ Integrated Resorts (IRs) 2 แห่ง ณ Resort World Sentosa และ Marina Bay Sands เป็นปัจจัยสำคัญที่จะเสริมสร้างการเติบโตให้แก่ธุรกิจสปาในสิงคโปร์ และจะสามารถช่วยให้สถานสปาเดิมในเขตของ IRs ทั้ง 2 แห่ง มีการเติบโตเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากสามารถให้บริการแก่ลูกค้าที่มาเยือนคาสิโน นอกจากนี้ ในช่วงเวลาการแข่งขัน Formula One (F1) ในเดือนกันยายนของทุกปี (ปี 2553 เป็นครั้งที่ 3) ที่เป็นการแข่งขันตอนกลางคืน จะมีนักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์เพิ่มมากขึ้น นับเป็นอีกแรงหนึ่งสามารถช่วยให้สถานสปาของโรงแรมและ Resort ที่ตั้งอยู่ในเขตที่มีการแข่งขันให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

นักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์ ระหว่างปี 2548 - 2552

หน่วย : '000 ราย	2548	2549	2550	2551	2552
สปา	40.0	52.0	62.4	79.9	37.0
อื่นๆ	13,517.4	14,583.0	15,692.4	15,679.1	15,183.9
รวม	13,557.4	14,635.0	15,754.8	15,758.9	15,220.9

ที่มา : Euromonitor International

อนึ่ง นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกพิจารณาเดินทางโดยสายการบินประหยัดมายังสิงคโปร์เพื่อใช้บริการ Medical Maladies ที่ให้บริการ specialist centre, hospital, hotel and convention centre ซึ่งพัฒนาโดย Singapore HealthPartners เป็นโครงการที่จะเปิดตัวในไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 จะเป็นการเชื่อมโยงระหว่าง treatment และ recuperation และส่งเสริมให้สถานะภาพของสิงคโปร์เป็นศูนย์ Medical Tourism ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีเป้าหมายมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวเพื่อการรักษาพยาบาลที่ประสงค์จะรับบริการการรักษาจากผู้ชำนาญและมีประสบการณ์ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ อาจสนใจใช้บริการสปาด้วย

3) การจัดให้บริการของสถานสปาต่างๆ คงจะมีการเปลี่ยนแปลงให้แตกต่างจากเดิม และให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้เข้ารับบริการมากขึ้นซึ่งจะเป็นแนวโน้มที่สถานสปาจะสามารถปรับราคาค่าบริการให้สูงขึ้นได้

รายได้ของ Health & Wellness Tourism ระหว่างปี 2547-2552

หน่วย : ล้านเหรียญสิงคโปร์

	2547	2548	2549	2550	2551	2552
สปา	134.0	153.0	181.0	214.4	255.7	276.6
-โรงแรมและ Resort	94.0	106.0	123.0	139.0	156.9	167.9
-สปาอื่นๆ	40.0	47.0	58.0	75.4	98.8	108.7
Other Health & Wellness Tourism	372.0	447.0	536.0	670.0	836.2	878.0
Health & Wellness Tourism	506.0	600.0	717.0	884.4	1,091.9	1,154.5

ที่มา : Euromonitor International

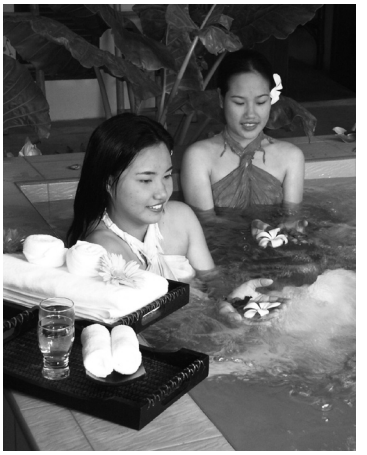
4) คาดการณ์การเติบโตของ Health and Wellness Tourism จะมีการเติบโตที่ดีในอนาคต โดย จะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 6 ต่อปี ส่วนกิจการสปาอื่นๆ จะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 ต่อปี

คาดการณ์มูลค่าการเติบโต Health & Wellness Tourism ระหว่างปี 2553-2557

หน่วย : ล้านเหรียญสิงคโปร์

	2553	2554	2555	2556	2557
สปา	303.0	326.1	347.7	367.5	385.9
-โรงแรมและ Resort	181.3	192.2	201.8	209.9	217.3
-สปาอื่นๆ	121.7	133.9	145.9	157.6	168.6
Other Health & Wellness Tourism	930.6	981.8	1,030.9	1,080.4	1,129.0
Health & Wellness Tourism	1,233.7	1,307.9	1,378.7	1,447.9	1,514.9

ที่มา : Euromonitor International





โอกาสที่บริษัทไทยจะเข้ามาขยายตลาดสิงคโปร์มีค่อนข้างสูง เนื่องจากสปาไทยได้รับความนิยม และนวดแผนโบราณไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย บริษัทไทยที่ต้องการทำธุรกิจสปา อาจทำโดยการร่วมทุนกับบริษัทสิงคโปร์ หรือการขาย Franchise ในรูปแบบ Resort/Hotel Spa หรือแบบ Day Spa โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรีเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

ทั้งนี้ สถานบริการสปาขนาดใหญ่คงจะรักษาสถานภาพให้อยู่ในระดับคงที่ในช่วงต่อไปในอนาคต แต่คาดว่า สถานบริการสปาขนาดเล็กอาจมีการรวมตัวกันหรือบางรายอาจต้องปิดกิจการ และมีรายใหม่เข้ามาทดแทน เนื่องจากการแข่งขันทางการค้าอยู่ในระดับสูง และชาวสิงคโปร์ยังคงต้องระมัดระวังการใช้จ่ายเพราะภาครัฐได้ประกาศการคาดการณ์การเติบโตเศรษฐสิงคโปร์ในปี 2554 ประมาณร้อยละ 4-6 (คาดการณ์ปี 2553 ร้อยละ 15.0)

8. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1) ธุรกิจสปาในสิงคโปร์มีการลงทุนที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากค่าเช่าที่ดินและอาคารมีราคาแพง แต่ตลาดมีการเติบโต บริษัททำธุรกิจสปาที่โรงแรมและ Resort ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทใหญ่มีเงินทุนสูงและเปิดกิจการหลายสาขาในเขตธุรกิจและเขตท่องเที่ยว สำหรับธุรกิจสปาขนาดเล็กซึ่งจะเป็นธุรกิจวงการเสริมสวย รวมสปาที่เปิดเป็นร้านเล็กๆตามศูนย์การค้าชานเมืองและให้บริการผู้บริโภคภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่

2) โอกาสที่บริษัทไทยจะเข้ามาขยายตลาดสิงคโปร์มีค่อนข้างสูง เนื่องจากสปาไทยได้รับความนิยม และนวดแผนโบราณไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย บริษัทไทยที่ต้องการทำธุรกิจสปา อาจทำโดยการร่วมทุนกับบริษัทสิงคโปร์ หรือการขาย Franchise ในรูปแบบ Resort/Hotel Spa หรือแบบ Day Spa โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรีเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก อีกทั้ง สามารถใช้การสนับสนุนของสิงคโปร์เรื่อง “สปา + ท่องเที่ยว” ที่เป็นระบบที่ไทยใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวสิงคโปร์และชาวต่างชาติทั่วโลกให้เดินทางไปใช้บริการ สปาในไทยอย่างได้ผลดีมาแล้ว แต่เนื่องจากสิงคโปร์อาจจะได้เปรียบที่มีประเทศเป็นศูนย์กลางการบินที่ทันสมัย การเดินทางภายในประเทศเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ดังนั้น จากปัจจัยดังกล่าว บริษัทไทยในสิงคโปร์สามารถได้สัดส่วนการตลาดธุรกิจสปาในสิงคโปร์เพิ่มขึ้น โดยที่มีพนักงานไทยความชำนาญในการนวดการให้บริการที่อ่อนโยนและมีความเป็นไทย นอกจากนี้ การจัดสถานที่ให้บริการที่สะอาด/สะดวกสบาย/สภาพแวดล้อมที่ผ่อนคลาย ผลิตภัณฑ์สปามีคุณภาพและจัดให้มีบริการครอบคลุมทุกด้าน อาทิ การนวดที่ให้ผลในด้านการพักผ่อนและนวดเพื่อรักษาสุขภาพ การสอนให้ออกกำลังกายอย่างถูกต้อง รวมทั้งการแนะนำเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือ การให้หลักประกันในด้านผลลัพธ์หลังการบริการด้วย ซึ่งจะทำให้สปาไทยเป็นที่นิยมในสิงคโปร์

3) สินค้าผลิตภัณฑ์สปาของไทยมีศักยภาพสูง ทั้งคุณภาพและการบรรจุภัณฑ์ อาจจะเน้นเรื่องคุณสมบัติในการช่วยผ่อนคลายและเสริมความงามที่ใช้วัตถุดิบสมุนไพรไทย กลิ่นและสีสรรให้มีลักษณะเด่นเฉพาะ เพื่อสร้างให้เกิดความแตกต่างและได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ การที่สิงคโปร์มีการเปิดธุรกิจสปา

มากขึ้น ส่งผลให้ไทยได้รับผลประโยชน์ในการที่สิงคโปร์นำเข้าสินค้าและผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจสปาเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการจดบันทึกของ International Enterprise (IE) Singapore ปรากฏว่า สิงคโปร์นำเข้า Essential Oils Perfumery Cosmetic Etc (HS 33) จากไทยประมาณมูลค่า 55 ล้านเหรียญสิงคโปร์ต่อปี ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5 ไทยเป็นประเทศคู่ค้าอันดับที่ 10 รองจาก ฝรั่งเศส สหรัฐฯ อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เยอรมัน สหราชอาณาจักร มาเลเซีย และจีน



4) การส่งเสริมประชาสัมพันธ์สปาไทยในสิงคโปร์ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้ชาวสิงคโปร์หันมานิยมใช้บริการสปาไทยและนวดแผนโบราณไทย และจะส่งผลต่อเนื่องให้ชาวสิงคโปร์เมื่อมีโอกาสไปท่องเที่ยวในไทย จะไปใช้บริการสปาไทยและนวดแผนโบราณไทยที่ค่าใช้จ่ายมีราคาถูกกว่าถึงร้อยละ 50 ทั้งนี้ การส่งเสริมประชาสัมพันธ์อาจทำได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ การนำคณะผู้แทนการค้าไทยจัด Net Working ในสิงคโปร์ การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์และวารสารที่เกี่ยวข้อง และการส่ง/แจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ถึงผู้บริโภคโดยตรง ทั้งนี้ เมื่อวันที่13 กรกฎาคม 2553 สมาคมสปาไทย ได้จัดนำสมาชิก 15 ราย เพื่อ Business Matching ณ Singapore Business Federation โดยความร่วมมือของสถานทูตไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ สิงคโปร์ และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม SMEs และได้พบปรึกษาหารือธุรกิจกับ The Spa Association Singapore

5) ธุรกิจสปาในสิงคโปร์นับว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย โดยที่สิงคโปร์ได้เปรียบไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์สปา ภาษีที่ต้องเสียคือ ภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 อีกทั้งเครื่องมืออุปกรณ์สปาต่างๆมีความทันสมัยและเทคโนโลยีสูง อย่างไรก็ตาม การให้บริการนวดแผนโบราณยังอยู่ในรูปแบบที่รวมกันทั้งไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย และพนักงานให้การบริการไม่อ่อนโยนเช่นการบริการของพนักงานไทย

3.4 สินค้าอาหารในตลาดสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศเกาะ มีพื้นที่เพียง 707.1 ตารางกิโลเมตร(ปี 2551) ไม่สามารถพึ่งพาตัวเองได้ในเรื่องการผลิตสินค้าอาหาร เนื่องจากพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรมมีเพียงร้อยละ 3 ของพื้นที่รวม ส่วนใหญ่จะใช้พื้นที่เพื่อการอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่าสินค้า สินค้าต่างๆจะต้องพึ่งพาการนำเข้า โดยเฉพาะสินค้าอาหาร สิงคโปร์จะขาดแคลนอย่างมากหากไม่มีการนำเข้า

การผลิตภายในประเทศ สามารถผลิตสินค้าได้ 3 ประเภท ได้แก่ (1) อาหารทะเล (ปลา) (2) ไข่ไก่ และ (3) ผักสด โดยผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 4 , 23 และ 7 ตามลำดับ ของปริมาณการบริโภครวม สรุปสาระ สำคัญ ดังนี้

1. สินค้าอาหารทะเล (ปลา)

- ปริมาณการผลิตในประเทศ : Seabass, Grouper, Snapper, Milk Fish, Mullet, Trevally, Mussel, Crab, Oyster, Snakehead, Tilapia

หน่วย : ตัน

2551	2550	2549
5,141	8,025	11,674

- ปริมาณการนำเข้า

หน่วย : ตัน

นำเข้าจาก	2551	2550
มาเลเซีย	42,432	42,464
อินโดนีเซีย	34,977	37,615
ไต้หวัน	14,032	17,940
เวียดนาม	13,934	14,804
ไทย	13,740	15,515

- ประเภทของสินค้าสำคัญนำเข้า

ประเภท	2551	2550
ปลา	119,271	121,821
กุ้ง	16,263	19,409
ปลาหมึก	8,476	8,567

หมายเหตุ : ไม่รวมรายการสินค้าทุกประเภท

อนึ่ง ปริมาณการบริโภคปลาของชาวสิงคโปร์ประมาณ 100,000 ตันต่อปี ซึ่งประมาณร้อยละ 4 เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศ

2. สินค้าไข่ไก่

- ปริมาณการผลิตในประเทศ

2551	2550	2549
337.8 ล้านฟอง	373.4 ล้านฟอง	354.2 ล้านฟอง

- ปริมาณการนำเข้า หน่วย : ฟอง

นำเข้าจาก	2551	2550
มาเลเซีย	1.12 ล้านล้าน	1.01 ล้านล้าน
นิวซีแลนด์	1.3 ล้าน	1 ล้าน
ออสเตรเลีย	-	127,440
ญี่ปุ่น	133,213	120,507
สหรัฐฯ	105,120	515,637

นอกจากนี้ มีการนำเข้าไข่เค็ม (Salted Duck Eggs) และไข่ ปรุงแต่ง (Preserved Duck Eggs) โดย ในปี 2551 นำเข้าไข่เค็ม ปริมาณ 10.5 ล้านฟอง ซึ่งนำเข้าหลักจากจีน 10.1 ล้านฟอง และนำเข้าไข่ปรุงแต่ง ปริมาณ 24.5 ล้านฟอง โดยนำเข้าหลักจาก เวียดนามและจีน 10.9 ล้านฟอง

มีการนำเข้าไข่เค็ม (Salted Duck Eggs) และไข่ ปรุงแต่ง (Preserved Duck Eggs) โดย ในปี 2551 นำเข้าไข่เค็ม ปริมาณ 10.5 ล้านฟอง ซึ่งนำเข้าหลักจากจีน 10.1 ล้านฟอง และนำเข้าไข่ปรุงแต่ง ปริมาณ 24.5 ล้านฟอง โดยนำเข้าหลักจาก เวียดนาม และจีน 10.9 ล้านฟอง

อนึ่ง ชาวสิงคโปร์รับประทานไข่ไก่ประมาณวันละ 1 ฟอง/คน สำหรับการผลิตในประเทศมีปริมาณ 900,000 ฟอง/วัน คิดเป็นร้อยละ 23 ของปริมาณรวมของการบริโภค นอกจากนี้ ใช้ไก่ไข่ที่ไม่สามารถออกไข่ได้แล้วในการผลิตอาหารกระป๋องในประเทศ เช่น แกงเผ็ดไก่ ซึ่งในปี 2551 มีจำนวน 1.11 ล้านตัว (ปี 2550 จำนวน 1.13 ล้านตัว และปี 2549 จำนวน 1.07 ล้านตัว)

ผักสด ผู้บริโภคในสิงคโปร์นิยมบริโภคผักที่ผลิตในประเทศ มีความสดและคุณภาพดี

- ปริมาณการผลิตในประเทศ หน่วย : ตัน

2551	2550	2549
18,967	19,027	18,077

- ปริมาณการนำเข้า หน่วย : ตัน

นำเข้าจาก	2551	2550
มาเลเซีย	179,711	177,117
จีน	108,757	110,304
อินโดนีเซีย	18,348	18,157
ออสเตรเลีย	15,088	16,231
ไทย	11,781	11,548
เวียดนาม	10,866	7,471
สหรัฐฯ	10,560	8,875

- ประเภทของสินค้านำเข้า

ประเภท	2551	2550
ผักใบเขียว	118,372	116,016
ผักอื่นๆ	152,954	155,151

ฟาร์มในประเทศ

ฟาร์มสัตว์ปีก 5 แห่ง อยู่ในเขต Murai Farmway, Sungei Tengah และ Lim Chu Kang ฟาร์มผัก 67 แห่ง อยู่ในเขต Lim Chu Kang และ Sungei Tengah ฟาร์มปลา 62 แห่ง อยู่ในเขต Changi และ Lim Chu Kang

กฎ/ระเบียบในการนำเข้าสินค้าอาหาร

1. ผัก-ผลไม้

- หน่วยงาน Agri-Food Veterinary Authority [AVA] และ Food Control Department [FCD] ภายใต้กระทรวงสิ่งแวดล้อมเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบสารตกค้างผักและผลไม้ทุกชนิดที่นำเข้าสิงคโปร์ ภายใต้กฎ/ระเบียบ The Food Regulations โดยจะส่งเจ้าหน้าที่สุ่มตรวจสินค้าฯ หากพบสารตกค้างใดๆ จะพิจารณาให้ส่งสินค้ากลับประเทศผู้ส่งออกหรือสั่งทำลาย โดยเผาสินค้าฯ ทันที พร้อมทั้งนำผู้นำเข้าส่งเรื่องฟ้องศาลด้วย

ข้อควรระวังอย่างมาก คือ การใช้สารซัลเฟอร์ไดอ๊อกไซด์ [So2] ในการถนอมลำไยให้คงทนอยู่ได้นาน AVA กำหนดว่า ไม่ให้มีสารซัลเฟอร์ไดอ๊อกไซด์ตกค้างอยู่ในเนื้อลำไย แต่บนเปลือกลำไยจะอนุโลมให้ในสัดส่วน 350 ppm

- ข้อควรระวังอย่างมาก คือ การใช้สารซัลเฟอร์ไดอ๊อกไซด์ [So2] ในการถนอมลำไยให้คงทนอยู่ได้นาน AVA กำหนดว่า ไม่ให้มีสารซัลเฟอร์ไดอ๊อกไซด์ตกค้างอยู่ในเนื้อลำไย แต่บนเปลือกลำไยจะอนุโลมให้ในสัดส่วน 350 ppm

- ปัจจุบันผักชีที่นำเข้าจากไทยซึ่ง AVA ไม่อนุญาตให้นำเข้าเมื่อตรวจพบสารตกค้างเกินกว่าที่กำหนด ได้แก่ Methamidofos, Parathion-methyl, EPN, Triazofos, Metalaxyl, Chlorpyrifos, Dithiocarbamates, Chlorothalonil, Dicrotofos, Dimethoate, Ethion, Profenofos เป็นต้น

2. เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ Agri-Food Veterinary Authority (AVA) ภายใต้ Ministry of National Development เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบการนำเข้าอาหาร โดยจะอนุญาตให้นำเข้าจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองจาก AVA เท่านั้น

2.1 สุกรและเนื้อสุกรแปรรูป

- เนื่องจากสิงคโปร์ได้ประกาศให้หยุดการเลี้ยงสุกรภายในประเทศตั้งแต่ปี 2533 ดังนั้น จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีหน่วยงาน Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) ภายใต้กระทรวง Ministry of National Development เป็นผู้รับผิดชอบในการตรวจสุขอนามัยสินค้าก่อนออกใบอนุญาตให้นำเข้าทุกครั้ง โดยกำหนดว่า สุกรมีชีวิต เนื้อสุกรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ (เช่น หมูกระป๋อง แฮม Ready-to-eat ที่มีส่วนประกอบของหมู หมูหยอง หมูแผ่น ไส้กรอกหมู เป็นต้น) ที่นำเข้าจะต้องผลิตมาจากฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงฆ่า โรงชำแหละ และโรงงานแปรรูปที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากกรมปศุสัตว์ของประเทศผู้ผลิตและ AVA ตรวจสอบและอนุมัติแล้ว เท่านั้น

การอนุญาตนำเข้า

1) ตั้งแต่ปี 2542 – ปัจจุบัน ห้ามนำเข้าสุกรทุกชนิดจากมาเลเซีย (เริ่มตั้งแต่วันที่ 19 มีนาคม 2542) เนื่องจากเกิดโรค Nipah Virus ที่ระบาดในมาเลเซีย

2) อนุญาตให้นำเข้าสุกรมีชีวิตจากฟาร์มในหมู่เกาะบูลัน (Bulan Island) ของอินโดนีเซียเท่านั้น เนื่องจากเป็นเกาะ สามารถควบคุมโรคระบาดได้ และส่งมายังโรงฆ่าสัตว์ในสิงคโปร์ โดยแต่ละปีนำเข้าประมาณ 292,000 - 328,000 ตัว

3) อนุญาตให้นำเข้าเนื้อสุกรแช่เย็น/แช่แข็ง/แปรรูป/ปรุงแต่ง จากออสเตรเลีย เบลเยี่ยม บราซิล แคนาดา ชิลี จีน เดนมาร์ค ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี ฮังการี ไอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ อัฟริกาใต้ สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐฯ

4) อนุญาตให้นำเข้าเนื้อสุกร processed meat products จากอิตาลี และสเปน

5) อนุญาตให้นำเข้าเนื้อสุกร heat-treated meat products จากไต้หวันและไทย

- ในกรณีประเทศไทย กรมปศุสัตว์ (Department of Livestock Development : DLD) ของไทยจะต้องทำการตรวจสอบก่อนจนกว่าจะแน่ใจว่าสุกรในฟาร์มที่ทำการตรวจสอบนั้นปราศจากเชื้อโรคระบาดสัตว์ AVA จะไปตรวจสอบโรงงานดังกล่าวในไทย หากการตรวจสอบผ่านAVA ก็จะออกใบอนุญาตและลงทะเบียนรายชื่อโรงงานดังกล่าวเพื่อศุลกากรตรวจปล่อยในการนำเข้า ซึ่ง AVA ห้ามนำเข้าสุกรมีชีวิตและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื่องจากการเกิดโรค Nipah Virus ในเขตชายแดนภาคใต้ แต่ในปี 2546 ได้ผ่อนผันโดยเปิดให้มีการนำเข้าเนื้อสุกรแปรรูปโดยผ่านความร้อนสูง (Heat-processed pork products) จากประเทศไทย ซึ่งเนื้อสุกรจะต้องมาจากโรงฆ่าที่กรมปศุสัตว์รับรองและ AVA ตรวจสอบและอนุมัติแล้วเท่านั้น ดังนี้



ในปี 2546 ได้ผ่อนผันโดยเปิดให้มีการนำเข้าเนื้อสุกรแปรรูปโดยผ่านความร้อนสูง (Heat-processed pork products) จากประเทศไทย ซึ่งเนื้อสุกรจะต้องมาจากโรงฆ่าที่กรมปศุสัตว์รับรองและ AVA ตรวจสอบและอนุมัติแล้วเท่านั้น ดังนี้

Slaughterhouses Approved to Supply Raw Pork to AVA-Listed Meat Processing Establishments of the Country

(2 companies)

Establishment No.	Establishment Name	Site Address	Province
TH102	Bangkhla Pig Slaughterhouse	163/1 Moo 1 Hua Sai Bangkhla	Chachoengsao 24110
TH111	Betagro Safety Meat Packing Co., Ltd.	215 Moo 1, Prabuttabath-Kaosung Road, Chongsarika, Pattananikom	Lopburi 15220

Establishments Approved to Export Heat-Processed Meat Products to Singapore (5 Companies)

Est. No.	Establishment Name	Site Address	Province	Product Approved
TH05	CPF Food Products Co., Ltd.	30/3 Moo 3, Surintawongse Road, Nong Chok	Bangkok 10530	1) Cooked Ham 2) Bologna 3) Pork Sausages
TH37	Ajinomoto Frozen Foods (TH) Co., Ltd.	59 Moo 2, Tambol Banpo, Amphoe Bang Pa-in	Ayutthaya 13160	1) Boiled pork with Japanese Sauce(Kakuni)
TH98	C.P.Retailing and Marketing Co., Ltd.	177 Moo 4 Patumthani, Ladlumkaew Road, Rahang, Ladlumkaew	Patumthani 12140	1) Dim Sum 2) Spring Roll 3) Satay
TH151	Better Foods Co.,Ltd.	212 Moo 1, Saraburi-Lomsak Road, Chongsarika, Pattananikom	Lopburi 15220	1) Cooked Bacon 2) Bologna 3) Fully Cooked Pork Sausage 4) Japanese Pork Sausage 5) Arabika Pork Sausage 6) Chippolata Pork Sausage 7) Ham Pork Sausage 8) Cheese Pork Sausage 9) Fully Cooked Pork and Chicken Sausage
TH159	CPF Premium Foods Co., Ltd.	26/3 Moo 7, Suwinthawong Road, Tambol Klongnakornnueng khet, Amphoe Muang	Chachoengsao 24000	1) Fried Pork 2) Steamed Pork (sausage) 3) Roasted Pork (Chasu) 4) Boiled Pork (Kakuni) 5) Steamed Pre-fried Tonkatsu 6) Steamed Pre-fried Menchi Chesse Katsu

2.2 เนื้อวัว

AVA กำหนดให้นำเข้าได้จากประเทศผู้ผลิตที่ได้รับการอนุมัติเท่านั้น ได้แก่ อาร์เจนตินา ออสเตรเลีย บราซิล จีน นิวซีแลนด์ อัฟริกาใต้ สวีเดน และอุรุกวัย สำหรับประเทศไทยยังไม่ได้รับการอนุมัติใดๆ



2.3 ไก่/เป็ด

- AVA กำหนดให้นำเข้าได้จากประเทศผู้ผลิตที่ได้รับการอนุมัติเท่านั้น สำหรับประเทศไทย เนื่องจากเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกเมื่อต้นปี 2547 จึงทำให้ AVA ประกาศห้ามนำเข้าสินค้าสัตว์ปีกแช่แข็งและผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม 2547 และหลังจากนั้นก็ประกาศห้ามนำเข้าจาก จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และอัฟริกาใต้

- ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2549 AVA ได้ประกาศอนุญาตให้นำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่/เป็ดแปรรูปโดยผ่านความร้อนสูงในอุณหภูมิ 70°C ระยะเวลาอย่างต่ำ 3.5 วินาที (Heat-processed poultry meat products) จากบริษัทผู้ผลิตไทย โดยใบรับรองสุขอนามัยสินค้าฯ ที่ส่งให้ AVA จะต้องลงรายละเอียด อุณหภูมิของการผลิตโดยผ่านความร้อนและระยะเวลาให้ครบถ้วน และหากผลิตภัณฑ์ไก่/เป็ดแปรรูปโดยผ่านความร้อนสูงนั้น มีส่วนผสมของผัก (เช่น ขิง กระเทียม ใบ shiso แห้ง เป็นต้น) และผลิตภัณฑ์จากไข่ (เช่น ไข่ขาว และไข่ทั้งฟอง แห้ง) ผู้ผลิตจะต้องจัดส่งข้อมูลวิธีควบคุมการผลิต และโปรแกรมการดูแล สารตกค้างของยาปราบศัตรูพืช รวมทั้ง ข้อมูลของผู้จัดส่งสินค้าผลิตภัณฑ์ไข่แปรรูปและขั้นตอนการผลิตให้ AVA พิจารณา ด้วย ทั้งนี้ ถึงเดือนมิถุนายน 2552 มีฟาร์มและโรงงานผลิตฯที่ AVA รับรองและให้ใบอนุญาต ตามรายชื่อ ดังนี้

1) Establishments Approved to Export Processed Poultry Meat to Singapore จำนวน 21 ราย

Est. No.	Establishment Name	Site Address	Province	Product Approved
TH05	CPF Food Products Co., Ltd.	30/3 Moo 3, Suwintawongse Road, Nong Chok,	Bangkok 10530	Processed chicken meat (pre -fried, fried, steamed, roasted)
TH11	GFPT Public Co. Ltd.	209 Moo 1,Teparak Road, Km.20.5, Bang Sao Thong	Samut Prakan 10540	Proce ssed chicken meat (pre -fried, fried,steamed)
TH14	Bangkok Ranch Public Co. Ltd.	18/1 Moo 12, Bang Phli Yai, Bang Phli	Samut Prakan 10540	Processed duck meat (fried, roasted, steamed, boiled)

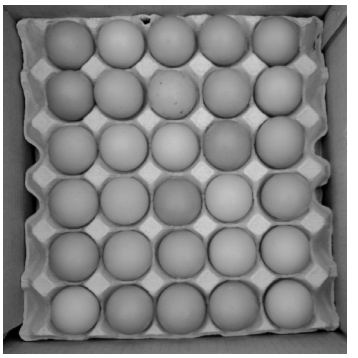
Est. No.	Establishment Name	Site Address	Province	Product Approved
TH21	CPF Food Products Co., Ltd.	20/2 Moo 3, Suwintawongse Road, Sansab, MinBuri	Bangkok 10510	Processed chicken meat (pre -fried, fried, roasted) Processed duck meat (fried, roasted, grilled)
TH32	Cargill Meats (Thailand) Limited	23/1 Moo 2, Khoawong, Phra Phutthabat	Saraburi 18120	Processed chicken meat (pre -fried, fried, steamed, roasted)
TH36	Bangkok Produce Merchandising Public Co. Ltd	150 Moo 7, Tandiew, Kaeng Khoi,	Saraburi 18110	Processed chicken meat (steamed, roasted, fried, charcoal grilled)
TH37	Ajinomoto Frozen Foods Co. Ltd	59 Moo2, Banpo, Amphoe, Bang Pa-In	Ayutthaya 13160	Processed chicken meat (fried, steamed, roasted)
TH42	CPF Food Products Co., Ltd.	48 Moo 9, Suwintawong Road, Sansab, Minburi	Bangkok 10510	Processed chicken meat (fried, steamed, roasted, charcoal grilled)
TH47	Surapon Nichirei Foods Co. Ltd.	22/5 Moo 4, Theparak Road, Bangpleeyai, Bangplee	Samut Prakarn	Processed chicken meat (fried)
TH49	B Foods Product International Co. Ltd	39 Moo 5, Saraburi-Lomsak Road, Ampoe Pattananikom	Lopburi 15220	Processed chicken meat (steamed, fried, roasted, charcoal grilled)
TH53	Grampian Foods Siam Ltd.	42/6 Moo 4, Ongkharak, Ongkharak	Nakhon Nayok 26120	Processed chicken meat (steamed, fried, roasted)
TH57	Mckey Food Services (Thailand) Ltd.	210 Moo 1, Tepharak Road, Tambol Bangsaothong, Amphur Bangsaothong,	Samut Prakan 10540	Processed chicken meat (pre -fried, steamed)
TH79	Panus Poultry Co. Ltd	1/1 Moo 5, Hmonnang, Phanat Nikhom	Chon Buri 20140	Processed chicken meat (pre -fried, fried, steamed, roasted)
TH98	C.P. Retailing and Marketing Co. Ltd	177 Moo 4 Ladlumkaew Road, Rahang Ladlumkaew	Patumthani 12140	Processed poultry meat (frozen dim sum, spring roll, satay)
TH99	Saha Farms Co. Ltd	99/99 Moo 8, Saraburi-Lomsak Road, Thambol Huayhin, Amphur Chaibadan	Lopburi 15130	Processed chicken meat (fried, steamed, grilled, roasted)
TH114	Bangkok Produce Merchandising Public Co. Ltd	115 Moo1 Midtraparp Road, Tandiew, Kaeng Khoi	Saraburi 18110	Processed chicken meat (steamed)

Est. No.	Establishment Name	Site Address	Province	Product Approved
TH139	Charoen Pokphand Foods Co. Ltd	333 Moo 9, Sikhiu-Det Udom Road, Thayiem, Chokchai,	Nakhon Ratchasima 30190	Processed chicken meat (fried, steamed, roasted)
TH 144	Golden Line Business Co., Ltd.	99/9 Moo 4 Tumbon Kanchu, Bungsamphan,	Phetchabun 67610	Processes chicken meat (fried, steamed, roasted)
TH 151	Better Foods Co., Ltd.	212 Moo 1 saraburi-Lomsak Road, Chongsarika, Pattananikom	Lopburi 15220	Processed chicken meat (steamed)
TH154	Alfredo Enterprise Co. Ltd	57 Moo 9, Rojana Industrial Park, Khanham, U-Thai	Ayutthaya 13120	Processed chicken meat (steamed)
TH165	Cargill Meats (Thailand) Ltd.	44 Moo 5, Chokchai-Khonburi Road, Kratok, Chokchai	Nakhon Ratchasima 30190	Processed chicken meat (fried, steamed)

Slaughterhouses Approved to Supply Raw Poultry Meat to AVA-Listed Meat Processing Establishments in Thailand จำนวน 21 ราย

Est. No.	Establishment Name	Site Address	Province	Product Approved
TH03	CPF Food Products Co., Ltd.	48 Moo 9 Suwintawongse Road, Sansab, Minburi	Bangkok 10510	Frozen Chicken
TH04	Saha Farms Co., Ltd.	44/4 Moo 11, Nawamin Road, Khan Na Yao	Bangkok 10230	Frozen Chicken
TH06	Leamthong Food Products Co., Ltd.	87 Moo 9 Bhudhamonthon 5 Road, Thambol Raikhina, Sam Phran	Nakhon Pathom 73210	Frozen Chicken
TH07	Central Poultry Processing Co., Ltd.	7/3 Paholyothin Highway Moo 1, Khlong Nueng, Khlong Luang	Pathum Thani 12120	Frozen Chicken
TH10	Better Foods Co., Ltd.	4/2 Moo 7, Soi Sukapibal 2, Budhamonthon 5, Omnoi, Krathum Baen	Samut Sakhon 74130	Frozen Chicken
TH11	GFPT Public Co., Ltd.	209 Moo 1, Teparak Road, Km 20.5, Bang Sao Thong	Samut Prakan 10540	Frozen Chicken
TH14	Bangkok Ranch Public Co., Ltd.	18/1 Moo 12, Bang Phli Yai, Bang Phli	Samut Prakan 10540	Frozen Duck & Goose
TH18	CPF Food Products Co., Ltd.	111 Soi Bangna-Trad 20, Bangna-Trad Road, BangNa	Bangkok 10260	Frozen Duck
TH23	Bangkok Produce Merchandising Public Co., Ltd.	150 Moo 7, Mittraphap Road, Tandiew, Kaeng Khoi	Saraburi 18110	Frozen Chicken
TH25	Sun Food International Co., Ltd.	69 Moo 6 Muaklek-Wangmuang Road, Kampran, Wang Muang	Saraburi 18220	Frozen Chicken
TH32	Cargill Meats (Thailand) Ltd.	23/1 Moo 2, Khoawong, Phra Phutthabat	Saraburi 18120	Frozen Chicken

Est. No.	Establishment Name	Site Address	Province	Product Approved
TH34	Grampian Foods Siam Ltd.	34/1 Moo 7, Bungkhamproy, Lam Luk Ka	Pathum Thani 12150	Frozen Chicken
TH44	Saha Farms Co., Ltd.	99 Moo 8, Saraburi-Lomsak Road, Huayhin, Chai Badan	Lopburi 15130	Frozen Chicken
TH49	B.Foods Product International Co., Ltd.	39 Moo 5, Saraburi-Lomsak Road, Phatthana Nikhom	Lopburi 15220	Frozen Chicken
TH51	Kaona Poultry Co., Ltd.	110 Moo 6 Nonnhon, Warin Chamrap	Ubon Ratchathani 34190	Frozen Chicken
TH53	Grampian Foods Siam Ltd.	42/6 Moo 4, Ongkharak	Nakhon Nayok 26120	Frozen Chicken
TH70	Laemthong Poultry Co., Ltd.	1/10 Moo 8, Km 223 Mittraparp Road, Sung Neon	Nakhon Ratchasima 30170	Frozen Chicken
TH79	Panus Poultry Co., Ltd.	1/1 Moo 5, Hmonnang, Phanat Nikhom	Chonburi 20140	Frozen Chicken
TH129	Golden Line Business Co., Ltd.	99/9 Moo 4 Tumbon Kanchu, Bunasamphan	Phetchabun 67160	Frozen Chicken
TH139	Charoen Pokphand Foods Co., Ltd.	333 Moo 9 Sikhiu-Det Udom Road, Thayiem, Chokchai	Nakhon Ratchasima 30190	Frozen Chicken
TH 165	Cargill Meats (Thailand) Ltd.	44 Moo 5, Chokchai-Khonbuti Road, Kratok, Chokchai	Nakhon Ratchasima 30190	Frozen Chicken



3. ไข่ไก่

- AVA จะอนุญาตให้นำเข้าไข่ไก่เฉพาะจากโรงงานที่ผ่านการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ AVA แล้วเท่านั้น และผู้ส่งออกจากประเทศผู้ผลิตจะต้องแนบใบรับรองจากหน่วยงานที่ตรวจสอบภายในประเทศมาด้วยทุกครั้งในการส่งออกมาสิงคโปร์ สำหรับประเทศไทย ยังไม่ได้รับการอนุมัติให้นำเข้าแต่อย่างใด

- อนึ่ง AVA ให้การสนับสนุนด้านผู้เชี่ยวชาญและการตรวจป้องกันการติดเชื้อของไก่ในฟาร์มไก่ไข่ในสิงคโปร์ ซึ่งสามารถผลิตในประเทศได้ 337.8 ล้านฟอง(ปี 2551) คิดเป็นร้อยละ 23 ของการบริโภคในประเทศ

4. อาหารประเภทอื่นๆ ซึ่งต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของ Food Regulations, CAP.283, Rg 1 ได้แก่

- **Rice flour** or ground rice shall be the meal obtained by grinding husked rice, It shall not yield more than 1.5% ash and shall not contain any foreign substance other then dextrose or talc derived from polished rice.

- **Tapioca Flour** shall be the starch powder derived from the root of the cassava plant (Manihot utilissima). It shall not yield more than 0.2% ash.

- **Corn Flour** or cornstarch shall be the starch powder derived from any variety of corn, It shall not yield more than 0.8% ash.

- **Noodles** (a) Noodles of various types, including products which are commonly known as “mee” and other “mee” products, except noodles which contain less than 20% moisture, shall be pasta which contains not less than 50% flour. (b) Noodles which contain less than

20% moisture, including “spaghetti”, “Macaroni” and the product commonly known as “mee sua” shall contain not less than 70% wheat flour.

- **Rice Noodles** (a) Rice noodles, of various types, including products which are commonly known as “Kuay teow”, “bee tai Mak” and “hor fun”, except rice noodles which contain less than 20% moisture, shall be pasta which contains not less than 50% rice flour. (b) Rice noodles which contain less than 20% moisture, including the product commonly known as “bee hoon”, shall contain not less than 80% rice flour.

- **Sausage Meat** (1) Sausage meat shall be chopped or comminuted meat. It may contain salt, sugar, spices, herbs and wholesome farinaceous substances. (2) Sausage meat shall contain not more than 6% starch and in the case of pork sausage meat and beef sausage meat not less than 65% and 50% meat respectively, and not more than 40% of the meat content shall be fat. (3) Sausage meat may contain potassium or sodium nitrite, potassium or sodium nitrate or in combination, provided that the amount of nitrites and nitrates present in the final product does not exceed the permitted levels specified in the Fifth Schedule

- **Sausages** (1) Sausage shall include Chinese sausage and shall be sausage meat enclosed in a skin of casing. It may contain harmless Lactobacillus cultures and lactic acid starter culture, Pediococcus cerevisiae, with or without subsequent dipping in vinegar, smoking or cooking. (2)Smoked sausage may contain not more than 5 ppm formaldehyde.

- **Smoked Fish** shall be fish which has been maintained in a wholesome condition and treated with salt and subjected to the action of smoke derived from wood that is free from paint or timber preservative or fish treated with natural smoke solutions, extracts and its identical synthetic equivalent, It may be colored with annatto and may contain formaldehyde incidentally absorbed in processing in proportion not exceeding 5 ppm.

- **Salted Fish** shall be fish which has been maintained in a wholesome condition and treated with salt. It may be dried and smoked or colored with annatto.





- **Fish Paste** shall be a paste prepared from one or more kinds of fish, with or without other wholesome foodstuffs, condiments and permitted coloring matter. It shall contain not less than 70% fish.

- **Oyster Sauce** shall be the product made from oyster extract, salt, edible starch, with or without the addition of vinegar, citric acid, tartaric acid, monosodium glutamate, permitted preservatives and coloring matters. It shall contain not less than 2.5%(w/w) protein (N x 6.25)

- **Tomato Sauce,** ketchup, catsup and relish shall conform with the following standards: (a) it shall contain not less than 4% (w/w) tomato solids derived from clean and wholesome tomatoes; (b) it shall be strained, with or without heating, so as to exclude seeds or other coarse or hard substances; (c) it shall contain no fruit or vegetable other than tomato except onion, garlic, spices and condiments added for flavoring purposes; and (d) it may contain salt, sugar and vinegar and shall not contain any added coloring matter.

- **Chili Sauce** or chili paste shall be the product made from sound ripe chilies. It may contain spices, salt, garlic, edible starch, tomatoes, onion, sugar, vinegar or acetic acid and shall contain no other substance except permitted chemical preservatives, coloring matters, stabilizers and flavor enhancers.

- **Vinegar** (1) shall be the liquid produced by either or both alcoholic and acetous fermentation of one or more of the following: malt, spirit, wine, cider, alcoholic liquors, fruit, honey, dextrose and sugar (including unrefined crystal sugar and refined syrups or molasses) (2) Every variety of vinegar shall contain – (a) not less than 4 g of acetic acid in 100 ml; and (b) no mineral acid or any other added substance or coloring matter except caramel. (3) Every package containing vinegar shall be labeled in accordance with regulation 139

- **Sugar** shall be the food chemically known as sucrose, and if sold as granulated, loaf cut, cube, milled or powdered shall contain not less than 99.5% (w/w) sucrose.

- **Honey** shall be derived entirely from the nectar of flowers and other sweet exudation of plants by the work of bees, and shall contain not more than : (a) 20% (w/w) moisture (b) 8% (w/w) sucrose; and (c) 0.75% (w/w) ash, and shall contain not less than 60% (w/w) reducing

sugars, expressed as invert sugar. It shall not contain ay added artificial sweetening agent, coloring matter or any other foreign substance.

- **Tea** (1) shall be the leaves and leaf-buds of any of the varieties of Camellia sinesis, prepared by the usual trade processes. (2) shall yield not more than 7% (w/w) or less than 4% (w/w) ash, of which at least one-half shall be solublee in water. It shall yield at least 30% (w/w) of water soluble extract. It shall not contain spurious, exhausted, decayed, mouldy leaves or stalks, or any matter for facing, coloring or for any other purpose.

- **Spices** and condiments shall be sound, aromatic vegetable substances used for flovoring of food, from which no portion of any oil or other flavoring substance, naturally contained in them, has been removed. The standard specified for the various spices shall apply to spices whether whole, partly ground or in powder form.

ทั้งนี้ ฉบับเต็มของ Food Regulations

ดูได้ที่เว็บไซต์ http://www.ava.gov.sg/Legislation/List of Legistration

กฎ/ระเบียบทั่วไปในการนำเข้าสินค้าอาหาร

ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามระเบียบ Wholesome Meat and Fish Act โดยดำเนินการ ดังนี้

1. ยื่นขอใบอนุญาตนำเข้าต่อ AVA ซึ่งการขออนุญาตจะต้องกระทำทุกครั้งที่นำเข้าสินค้า

2. สินค้าต้องมาจากแหล่งผลิตที่ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติจาก AVA เท่านั้น

3. ในทุกครั้งที่นำเข้าจะต้องประกอบด้วยเอกสาร Health Certificate จากหน่วยงานกรมปศุสัตว์ของ ประเทศแหล่งผลิตกำกับด้วย

4. การส่งสินค้าต้องส่งโดยตรงจากแหล่งผลิตไปยังสิงคโปร์

5. การบรรจุภัณฑ์แต่ละกล่อง ให้ระบุ หน่วยปริมาณสินค้า พร้อมรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

   5.1 รายละเอียดสินค้า

   5.2 ประเทศผู้ผลิต

   5.3 ตรายี่ห้อสินค้า (ถ้ามี)

   5.4 ชื่อและหมายเลขโรงงานผลิตที่ได้รับอนุมัติจาก AVA พร้อมวันที่ผลิตสินค้า

   5.5 หากเป็นสินค้าแปรรูป ให้ระบุชื่อและหมายเลขโรงงานฆ่า/ชำแหละและวันที่ชำแหละด้วย

5.6 ระบุชื่อและหมายเลขโรงงาน และวันที่บรรจุภัณฑ์

5.7 ระบุหมายเลขชุดสำหรับสินค้าบรรจุกระป๋อง และหมายเลขรหัสการบรรจุกระป๋อง

5.8 ระบุน้ำหนักสุทธิสินค้าและน้ำหนักรวมกล่อง

6. AVA จะต้องตรวจสอบสินค้าก่อนทุกๆครั้งที่นำเข้า และอาจจะมีการตรวจสอบตัวอย่างสินค้าก่อนที่จะอนุญาตให้จำหน่ายในตลาดสิงคโปร์ได้

ภาษีและมาตรการที่มิใช่ภาษี

1. ภาษีนำเข้า – ไม่มีการเรียกเก็บ ส่วนภาษีที่เรียกเก็บคือ ภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7

2. มาตรการที่มิใช่ภาษี คือ ข้อกำหนดสำหรับสินค้า อาหาร ให้เป็นไปตามระเบียบ The Food Regulations หน่วยงานที่ควบคุมคือ Agri-Food Veterinary Authority (AVA) ภายใต้ Ministry of National Development ระเบียบข้อกำหนดที่สำคัญที่ผู้ผลิตพึงถือปฏิบัติ คือ Labeling Requirements ซึ่งต้องพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษรสูงไม่น้อยกว่า 3 mm. พร้อมมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องคือ

- Common Name of Product
- Nett Weight or Volume of Product
- Name and Address of Manufacturer/Importer/Packer/Distributor
- Country of Origin of Product
- List of Ingredients in Descending Order of Proportions
- Date of Marking for 19 Category of Products. Letters shall not be less than 3 mm in height and shall be show in one of the following ways:

  Use By : dd/mm/yy
  Sell By : dd/mm/yy
  Expiry Date : dd/mm/yy
  Best Before : dd/mm/yy
- Bar Code/EAN
- Nutrition Facts Panel (NIP)
- No "Health Claims" Allowed on the Label
- Optional : "Halal" Logo on the Label

หน่วยงานควบคุม Food Labelling and Advertisements

Food Control Division
Agri-Food & Veterinary Authority
5 Maxwell Road, #18-00,
Tower Block, MND Complex, Singapore 069110
Tel: 6325 2579
Fax: 6324 4563

แนวโน้มตลาด/ข้อสังเกต

1. สินค้าอาหารจากไทยมีโอกาสขยายตลาดในสิงคโปร์ได้เพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะสินค้าเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคในสิงคโปร์ส่วนใหญ่คือ ชาวจีน ร้อยละ 77 ของประชากรจำนวน 5.0 ล้านคน รวมถึงผู้บริโภคอื่นๆ ได้แก่ ชาวต่างชาติที่พำนักในสิงคโปร์ เช่น ไทย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม เป็นต้น โดยสินค้าที่เป็นที่นิยมของทั้งชาวสิงคโปร์และชาวต่างชาติ ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง และหมูเชียง

2. สินค้าอาหารกระป๋องจะมียอดการจำหน่ายเพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลเดือน 7 ซึ่งทุกบริษัทและครัวเรือนชาวจีนจะจัดซื้อเพื่อการเซ่นไหว้ สินค้าที่ไทยที่ได้รับความนิยมมากได้แก่ ข้าวหอม, ผลไม้กระป๋อง (ลำไย/ลิ้นจี่/เงาะ/เงาะไส้สับปะรด), ซ๊อสปรุงรสต่างๆ, เส้นหมี่/บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

3. สิงคโปร์สามารถผลิตสินค้าอาหารภายในประเทศ แม้ปริมาณไม่เพียงพอสำหรับการบริโภค แต่ภาครัฐให้ความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสามารถควบคุมมาตรฐานและส่งเสริมสุขอนามัยอาหารได้โดยตรง และเป็นการส่งสัญญาณแก่ผู้ผลิตต่างประเทศที่ส่งออกสินค้าไปยังตลาดสิงคโปร์ให้คำนึงถึงมาตรฐานและสุขอนามัยอาหารเป็นสำคัญ

4. ภาครัฐได้สนับสนุนให้ผู้นำเข้าจัดหาสินค้าจากแหล่งผลิตทั่วโลก เพื่อให้ชาวสิงคโปร์ไม่ขาดแคลนอาหาร และทำให้สินค้ามีราคาที่สามารถแข่งขันได้เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ดังนั้น จะทำให้ราคาสินค้าจากไทยต้องแข่งขันอย่างมากกับราคาสินค้าจากแหล่งผลิตประเทศอื่นๆ เช่น จีน มาเลเซีย ฮ่องกง เวียดนาม เป็นต้น

5. นอกจากนี้ ภาครัฐมีนโยบายในการขยายพื้นที่สำหรับการเกษตรที่ใช้เทคโนโลยีชั้นสูง เพื่อให้ได้ผลผลิตเต็มที่ และใช้พื้นที่น้อยที่สุด เช่น การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ ซึ่ง Agri-Food Veterinary Authority (AVA) ได้ลงทุนในการใช้เทคโลโลยีเพื่อการผลิต marine fish fry อย่างไรก็ตาม สิงคโปร์คงต้องร่วมลงทุนกับประเทศในภูมิภาคเพื่อใช้พื้นที่สำหรับการขยายการผลิต และทำให้ราคาสินค้าที่ผลิตเองสามารถแข่งขันได้กับราคานำเข้า

สินค้าอาหารจากไทยมีโอกาสขยายตลาดในสิงคโปร์ได้เพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะสินค้าเนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคในสิงคโปร์ส่วนใหญ่คือ ชาวจีน ร้อยละ 77 ของประชากรจำนวน 5.0 ล้านคน รวมถึงผู้บริโภคอื่นๆ ได้แก่ ชาวต่างชาติที่พำนักในสิงคโปร์ เช่น ไทย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม เป็นต้น โดยสินค้าที่เป็นที่นิยมของทั้งชาวสิงคโปร์และชาวต่างชาติ ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง และหมูเชียง

โอกาสและกลยุทธ์

สินค้าอาหารไทยมีโอกาสในตลาดสิงคโปร์ จากเหตุผลที่ว่าสินค้าไทยมีคุณภาพได้ระดับมาตรฐานนานาชาติ เป็นที่นิยมของโลกและของชาวสิงคโปร์ แม้ว่าอาหารบางประเภทจะมีราคาสูงกว่าจากแหล่งประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ก็ตาม

การค้า-ขายกับสิงคโปร์ ข้อคำนึงถึงที่ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทยควรรับทราบในเรื่องต่อไปนี้

(1) สิงคโปร์ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้า (ยกเว้นสินค้า 4 รายการ คือ น้ำมัน รถยนต์ เหล้า และบุหรี่) แต่ภาษี ที่ต้องเสียคือ ภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax : GST) ร้อยละ 7

(2) ประชากรสิงคโปร์ เป็นการรวมตัวของหลายเชื้อชาติ (จีน มาเลย์ อินเดีย และอื่นๆ) ทำให้สินค้าต้องมีหลากหลายประเภท และขึ้นอยู่กับอุปนิสัยการบริโภคของแต่ละเชื้อชาติ

ใช้สิงคโปร์ที่มีการค้าอย่างเสรี ให้เป็น Gateway ทำธุรกิจในลักษณะ Trading Hub จัดการด้านการเงิน/ธนาคารการสื่อสารและการคมนาคมขนส่ง และเป็นเอเย่นต์ส่งออกต่อ (re-export) สินค้าที่ไทยผลิตไปสู่ประเทศที่สามเพื่อขยายการส่งออกไปยังประเทศนานาชาติและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค โดยเฉพาะอินโดนีเซีย และบรูไนที่มีความมั่นใจในสิงคโปร์เป็นเสมือนบริษัทแม่

(3) การส่งออกสินค้าฯเพื่อจำหน่ายในตลาดสิงคโปร์ จะได้เพียงสำหรับตลาดจำนวนประมาณ 5 ล้านคน ซึ่งการขยายตัวของตลาดจะอยู่คงที่ในแต่ละปี แต่หากใช้จุดแข็งของสิงคโปร์ที่มีศักยภาพ ได้แก่ ความชำนาญด้านการค้า-ขาย เครือข่ายธุรกิจกับคนสัญชาติจีนในประเทศต่างๆ ศูนย์กลางสำคัญด้านการเงินการธนาคาร และการโลจิสติกส์ในการจัดการด้าน Supply Chain ในระดับมาตรฐานโลก รวมทั้งการเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆทำการค้ากับทั่วโลก เช่น (1) ประตูเปิดสู่เอเชีย-แปซิฟิก (2) ศูนย์กลางการค้า/บริการของภูมิภาค (3) ศูนย์กลางการเดินเรือพาณิชย์ (4) ศูนย์กลางการเงินของภูมิภาค (5) ศูนย์กลางการบินพาณิชย์ เป็นต้น และใช้สิงคโปร์ที่มีการค้าอย่างเสรี ให้เป็น Gateway ทำธุรกิจในลักษณะ Trading Hub จัดการด้านการเงิน/ธนาคาร การสื่อสารและการคมนาคมขนส่ง และเป็นเอเย่นต์ส่งออกต่อ (re-export) สินค้าที่ไทยผลิตไปสู่ประเทศที่สามเพื่อขยายการส่งออกไปยังประเทศนานาชาติและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค โดยเฉพาะอินโดนีเซียและบรูไนที่มีความมั่นใจในสิงคโปร์เป็นเสมือนบริษัทแม่

(4) การติดต่อนำเสนอสินค้าฯต่อผู้นำเข้าสิงคโปร์ ควรจัดทำข้อมูลรายละเอียดให้ครบถ้วน ได้แก่ ราคา รายการ/รูปแบบสินค้า ระยะเวลาส่งมอบ เป็นต้น และการตอบข้อสอบถามพร้อมติดตามผลให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

(5) การขยายตลาดของสิงคโปร์ ซึ่งบริษัทสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีหลักการสำคัญ ได้แก่ ควบคุมการผลิต/ส่งออกและจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา, ราคาส่งออกที่สามารถแข่งขันได้, ติดตามความต้องการ/การเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างสม่ำเสมอ, รักษาระดับคุณภาพสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีก้าวหน้าทันสมัย และเพิ่มมูลค่าสูงให้แก่สินค้า, เน้นการให้บริการอย่างดี, สามารถปรับการผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า, เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายนานาชาติ, สร้างยี่ห้อของตนเอง รวมทั้งโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการให้สปอนเซอร์ และสร้างโอกาสในการร่วมลงทุนในต่างประเทศ

3.5 สินค้าสิ่งทอในสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศเล็ก มีประชากรประมาณ 5.0 ล้านคน ที่ประกอบด้วยชนหลายเชื้อชาติ ได้แก่ ชาวจีน 77 % ชาวมุสลิม (มาเลย์) 14 % ชาวอินเดีย 7.6 % และอื่นๆ 1.4 % ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าสิ่งทอ (ผ้าผืนและเครื่องนุ่งห่ม) เพื่อใช้ในประเทศ นอกจากนี้ ผู้นำเข้ามุ่งเน้นนโยบายขยายการค้าไปยังประเทศในตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดิอาระเบีย กาตาร์ อียิปต์ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อสูง และมีโครงการก่อสร้างที่พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ผู้นำเข้าสามารถสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเพื่อส่งออกต่อไปยังตลาดดังกล่าว

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศสิงคโปร์ ได้เปลี่ยนรูปแบบจากการผลิตสินค้าไปเป็นศูนย์แฟชั่นภูมิภาคและศูนย์กลางจัดหา/จัดซื้อและการพัฒนาสินค้า เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการผลิตและค่าจ้างแรงงานสูงมากในสิงคโปร์ ทำให้โรงงานผลิตย้ายฐานการผลิตไปอยู่นอกสิงคโปร์ เช่น อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ กัมพูชา ลาว พม่า เป็นต้น

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศสิงคโปร์ ได้เปลี่ยนรูปแบบจากการผลิตสินค้าไปเป็นศูนย์แฟชั่นภูมิภาคและศูนย์กลางจัดหา/จัดซื้อและการพัฒนาสินค้า เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการผลิตและค่าจ้างแรงงานสูงมากในสิงคโปร์ ทำให้โรงงานผลิตย้ายฐานการผลิตไปอยู่นอกสิงคโปร์ เช่น อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ กัมพูชา ลาว พม่า เป็นต้น

1. ข้อมูลภาวะตลาดทั่วไป

1.1 สินค้าผ้าผืน และ Home Textiles Products

- รูปแบบสินค้า ได้แก่ ผ้าผืนประเภทต่างๆ ผ้าม่าน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าที่ใช้ประดับตกแต่งห้อง/สถานที่ ผ้าปูที่นอน ผ้าที่ใช้ในครัวเรือน และที่นอนพร้อมอุปกรณ์ เป็นต้น

- การนำเข้าสินค้า โดยที่สิงคโปร์ต้องนำเข้าสินค้าประเภทนี้จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งมูลค่าการนำเข้ารวมของสินค้าฯ พิกัด HS 2 หลัก ในปี 2552 สรุปได้ ดังนี้

พิกัด HS	สินค้า	มูลค่า US S'000	ส่วนแบ่งตลาด %
52	Cotton	83,693	0.03
53	Other Vegetable Textile Fibers Paper Yarn Etc.	1,624	0.01
54	Man-Made Filaments	55,183	0.02
55	Man-Made Staple Fibers	136,439	0.06
56	Wadding Felt & Nonwovens Twine Ropes Etc.	92,207	0.04
59	Impregnated Coated Textile Fabrics Etc.	120,175	0.05
60	Knitted Or Crocheted Fabrics	111,032	0.05

ที่มา : International Enterprise Singapore

- การนำเข้าสินค้าฯ จากประเทศไทยและแหล่งผลิตอื่นๆ ตามพิกัด HS 8 หลัก ปี 2552 สรุปได้ ดังนี้

1. พิกัด HS 55121900 : Woven Fabrics 85% or more of Polyester Staple Fibers นำเข้ารวมมูลค่า 57.18 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไทยเป็นอันดับที่ 5 มูลค่านำเข้า 2.86 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 86.10 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.02 ทั้งนี้ ประเทศคู่ค้าใน 10 อันดับแรกที่รองจากไทย ได้แก่ อินเดีย ไต้หวัน ตุรกี สหรัฐฯ และออสเตรเลีย

2. พิกัด HS 56074900 : Twine Cordage Ropes & Cable of Polyethylene or Polyprop นำเข้ารวมมูลค่า 11.58 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ เกาหลีใต้ รองลงมาคือ ไทย มูลค่าการนำเข้า 1.77 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 18.63 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 15.31 ส่วนประเทศใน 10 อันดับแรกที่รองจากไทย ได้แก่ อินเดีย จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สหราชอาณาจักร ฟิลิปปินส์ เยอรมัน และโปรตุเกส ทั้งนี้ การนำเข้าลดลงจากเกาหลีใต้ (-10.20%) อินเดีย (-42.41%) จีน (-49.24%) มาเลเซีย(-16.50%) สหราชอาณาจักร (-69.64%) และฟิลิปปินส์ (-46.31%)

3. พิกัด HS 56081100 : Made up Fishing Nets Man Made Textile Material นำเข้ารวมมูลค่า 11.13 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาคือ ไทย มูลค่านำเข้า 2.58 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 15.82 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 23.22 ประเทศคู่ค้าอันดับ 3-5 คือ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม

4. พิกัด HS 57032000 : Carpets and Other Floor Covering Tufted of Nylon or Polyamies นำเข้ารวมมูลค่า 6.35 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาคือ ไทย มูลค่านำเข้า 1.56 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 2.28 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 24.61 ประเทศคู่ค้าอันดับ 3-5 คือ สหรัฐฯ เบลเยี่ยม และแคนาดา

5. พิกัด HS 57049000 : Carpets and Other Textile Floor Covering NOT Tufted of Flocked นำเข้ารวมมูลค่า 15.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ ไทย มูลค่านำเข้า 4.31 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 33.81 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 28.53 ประเทศคู่ค้าอันดับ 2-5 คือ จีน ไต้หวัน สหรัฐฯ และเบลเยี่ยม

6. พิกัด HS 58063190 : Other Narrow Woven Fabrics of Cotton นำเข้ารวมมูลค่า 3.93 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ ไทย มูลค่านำเข้า 2.23 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 28.89 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 56.75 ประเทศคู่ค้าอันดับ 2-5 คือ จีน สหรัฐฯ มาเลเซีย และเกาหลีใต้

7. พิกัด HS 58063910 : Other Narrow Woven Fabrics of Silk นำเข้ารวมมูลค่า 13.59 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่ ไทย มูลค่านำเข้า 6.18 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.14 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 45.49 ประเทศคู่ค้าอันดับ 3-5 คือ อินเดีย ไต้หวัน และฮ่องกง

8. พิกัด HS 60012100 : Looped Pile Fabrics of Cotton Knitted or Crocheted นำเข้ารวมมูลค่า 18.28 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ มาเลเซีย รองลงมาได้แก่ จีน ไต้หวัน ฮ่องกง และไทย เป็นอันดับที่ 5 มูลค่านำเข้า 1.53 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 56.20 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 0.84

9. พิกัด HS 60069000 : Other Knitted or Crocheted Fabric of Textile นำเข้ารวมมูลค่า 20.48 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ ไต้หวัน รองลงมาได้แก่ จีน เกาหลีใต้ และไทย เป็นอันดับที่ 4 มูลค่านำเข้า 0.98 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 24.75 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.80

- รสนิยมของผู้บริโภค :

ส่วนใหญ่ชาวสิงคโปร์นิยมสินค้าที่ผลิตจากจีนที่มีสไตล์แบบตะวันตก โดยที่ชาวสิงคโปร์ประกอบไปด้วยชาวจีน มุสลิมมาเลย์ อินเดีย และอื่นๆ ดังนั้น เชื้อชาติและศาสนามีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ ได้แก่ ชาวจีนนิยมสีที่สดใสโดยเฉพาะสีแดงและมีลายมากๆ ส่วนชาวมุสลิมมาเลย์นิยมสีสดใสเข้มๆ และมีการตกแต่งระบายพริ้ว และชาวอินเดียนิยมสไตล์ลวดลายใหญ่ๆ ที่มีสีพื้นเข้มทึบ เป็นต้น

- บรรจุภัณฑ์และโครงสร้างราคา ซึ่งสินค้า Home Textiles ส่วนใหญ่บรรจุกล่องกระดาษแข็งมีลายสวยงามสีสดใสและด้านหน้าเป็นแผ่นพลาสติกใสมองเห็นสินค้า ทั้งนี้ ราคาจำหน่ายปลีกขึ้นอยู่กับวัสดุและคุณภาพ ตัวอย่าง เช่น
  - ผ้าปูโต๊ะขนาด 4 คน ราคาประมาณ 25 - 150 เหรียญสิงคโปร์
  - ผ้าปูที่นอนขนาดเตียงเดี่ยว ราคาประมาณ 25 – 190 เหรียญสิงคโปร์
  - ผ้าประดับโต๊ะอาหาร ขนาด 8 ที่นั่ง ราคาประมาณ 45 – 250 เหรียญสิงคโปร์
- แนวโน้มตลาด : เนื่องจากภาคการก่อสร้างในสิงคโปร์มีการเจริญเติบโตและเป็นไปอย่างต่อเนื่องทั้งการสร้างอาคารใหม่และการซ่อมสร้าง/บำรุงรักษาอาคารเดิม ที่อยู่ภายใต้โครงการสร้างที่พักอาศัยของ Housing Development Board (HDB) และภาคเอกชน คาดว่า สินค้า Home Textiles Products จะมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องไปอีกช่วงระยะ 3-5 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ โรงแรมต่างๆ มีนโยบายที่จะปรับปรุงสถานที่และสิ่งตกแต่งภายในให้มีความสวยงาม ทันสมัยเพื่อให้ทัดเทียมและสามารถแข่งขันได้กับโรงแรมใหม่ๆ

ส่วนใหญ่ชาวสิงคโปร์นิยมสินค้าที่ผลิตจากจีนที่มีสไตล์แบบตะวันตก โดยที่ชาวสิงคโปร์ประกอบไปด้วยชาวจีน มุสลิมมาเลย์ อินเดีย และอื่นๆ ดังนั้น เชื้อชาติและศาสนามีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ ได้แก่ ชาวจีนนิยมสีที่สดใสโดยเฉพาะสีแดงและมีลายมากๆ ส่วนชาวมุสลิมมาเลย์นิยมสีสดใสเข้มๆ และมีการตกแต่งระบายพริ้ว และชาวอินเดียนิยมสไตล์ลวดลายใหญ่ๆ ที่มีสีพื้นเข้มทึบ เป็นต้น

ณ Integrated Resorts (IRs) ที่เปิดดำเนินการแล้ว ทั้งนี้ ความต้องการสินค้าฯ ของชาวสิงคโปร์จะยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ด้วยเหตุผลที่ว่า ชาวสิงคโปร์แยกไปตั้งครอบครัวใหม่ซึ่งมีประมาณร้อยละ 5 ต่อปี และการถือปฏิบัติตามวัฒนธรรมประเพณีซึ่งต้องเปลี่ยนเครื่องใช้ในบ้านก่อนถึงเทศกาลปีใหม่ โดยเชื้อชาติจีนเปลี่ยนก่อนเทศกาลตรุษจีน (เดือนมกราคม/กุมภาพันธ์) เชื้อชาติมุสลิมมาเลย์เปลี่ยนก่อนเทศกาล Hari Raya Puasa (เดือนกันยายน) และเชื้อชาติอินเดียเปลี่ยนก่อนเทศกาล Deepavali (เดือนตุลาคม)

1.2 สินค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม

- รูปแบบสินค้า ได้แก่ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มประเภทต่างๆ
- การนำเข้าสินค้า สิงคโปร์นำเข้าสินค้าประเภทนี้จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งมูลค่าการนำเข้ารวมของสินค้าฯ พิกัด HS 2 หลัก ในปี 2552 สรุปได้ ดังนี้

พิกัด HS	สินค้า	มูลค่า US S'000	ส่วนแบ่งตลาด %
61	Articles of Apparel & Accessories Knitted Etc.	896,719	0.37
62	Articles of Apparel & Accessories NOT Knitted Etc.	695,381	0.28
63	Other Made Up Textile Articles Worn Clothing Etc	199,003	0.08

ที่มา : International Enterprise Singapore

- การนำเข้าสินค้าฯ จากประเทศไทยและแหล่งผลิตอื่นๆ ตามพิกัด HS 8 หลัก ในปี 2552 สรุปได้ ดังนี้

1. พิกัด HS 61034200 : Trousers Bib and Brace Overalls Breeches & Shorts Knitted or Crocheted of Cotton นำเข้ารวมมูลค่า 14.41 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ อินโดนีเซีย รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย จีน และไทยเป็นอันดับที่ 4 มูลค่านำเข้า 1.69 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 3.33 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11.76 ทั้งนี้ การนำเข้าส่วนใหญ่ลดลงยกเว้นจากอินโดนีเซีย

2. พิกัด HS 61046900 : Trousers Bib and Brace Overalls Breeches & Shorts Knitted OR Crocheted of Other Textiles for Women & Ladies นำเข้ารวมมูลค่า 14.44 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ มาเลเซีย รองลงมาได้แก่ จีน อินโดนีเซีย และไทยเป็นอันดับที่ 4 มูลค่านำเข้า 0.49 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 142.44 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.44

3. พิกัด HS 61051000 : Shirts Knitted or Crocheted of Cotton for Men & Boys นำเข้ารวมมูลค่า 58.24 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย อินเดีย สเปน ฮ่องกง เยอรมัน ฝรั่งเศส

และไทยเป็นอันดับที่ 9 มูลค่านำเข้า 2.03 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 60.98 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.50 ทั้งนี้ การนำเข้าจากมาเลเซีย และอินเดีย ลดลงร้อยละ 59.19 และ 10.23 ตามลำดับ

4. พิกัด HS 61091010 : T-shirts Singlets and Others Vests Knitted or Crocheted of Cotton for Men & Boys นำเข้ารวมมูลค่า 93.06 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ มาเลเซีย รองลงมาได้แก่ จีน อินโดนีเซีย ฮ่องกง และไทยเป็นอันดับที่ 5 มูลค่านำเข้า 3.58 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 11.42 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.85 ทั้งนี้ การนำเข้าจากจีน และฮ่องกง ลดลงร้อยละ 27.31 และ 52.99 ตามลำดับ

5. พิกัด HS 61091020 : T-shirts Singlets and Others Vests Knitted or Crocheted of Cotton for Women & Girls นำเข้ารวมมูลค่า 89.05 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่ ฮ่องกง มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทยเป็นอันดับที่ 5 มูลค่านำเข้า 3.86 ล้านเหรียญฯ ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.94 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.34 ทั้งนี้ การนำเข้าจากประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกลดลง โดยเฉพาะจากมาเลเซีย ลดลงมากถึงร้อยละ 42.79

6. พิกัด HS 62034300 : Trousers Bib & Brace Overalls Shorts Woven of Cotton for Men & Boys นำเข้ารวมมูลค่า 53.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่ ฮ่องกง บังคลาเทศ อินโดนีเซีย อินเดีย มาเลเซีย อิตาลี ฟิลิปปินส์ มอร็อคโค และไทยเป็นอันดับที่ 10 มูลค่านำเข้า 0.89 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 355.61 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.67 ทั้งนี้ การนำเข้าส่วนใหญ่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากอิตาลี และฮ่องกง ร้อยละ 3,009.52 และ 2,114.81 ตามลำดับ

7. พิกัด HS 62044200: Dresses Woven of Cotton for Women or Girls นำเข้ารวมมูลค่า 35.90 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่ ฮ่องกง อินเดีย และไทยเป็นอันดับที่ 4 มูลค่านำเข้า 1.91 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 81.04 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.34

8. พิกัด HS 62044900 : Dresses Woven of Other Textile Material for Women or Girls นำเข้ารวมมูลค่า 60.24 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ สหราชอาณาจักร รองลงมาได้แก่ อิตาลี จีน ฝรั่งเศส ฮ่องกง สหรัฐฯ ตุรกี อินเดีย เกาหลีใต้ และไทยเป็นอันดับที่ 10 มูลค่านำเข้า 0.64 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 20.68 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.07 ทั้งนี้ การนำเข้าจากอิตาลี ฝรั่งเศส ฮ่องกง และจีน ลดลงร้อยละ 64.10, 61.73, 28.45 และ 18.40 ตามลำดับ

9. พิกัด HS 62121090 : Brassiers of Other Textile Materials นำเข้ารวมมูลค่า 32.24 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ประเทศคู่ค้าอันดับ 1 คือ จีน รองลงมาได้แก่

มาเลเซีย ญี่ปุ่น และไทยเป็นอันดับที่ 4 มูลค่านำเข้า 1.66 ล้านเหรียญฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 74.89 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.76 ทั้งนี้ ประเทศคู่ค้าใน 10 อันดับแรกรองจากไทย ได้แก่ อินโดนีเซีย (-43.63%) ฮ่องกง (-37.42%) เวียดนาม (17.05%) ไต้หวัน (-1.72%) ศรีลังกา (-28.42%) และฝรั่งเศส (-21.66%)

- **รสนิยมของผู้บริโภค**

เนื่องจากอากาศในสิงคโปร์ร้อน-ชื้น รสนิยม/พฤติกรรมของผู้บริโภคสรุปได้ดังนี้

1. นิยมเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายหรือผ้าชนิดบางที่ง่ายต่อการดูแลรักษา
2. รูปแบบตามสมัยนิยม สมาร์ท ดูเด่น สวยงาม
3. สีอยู่ในระดับอ่อนๆสำหรับผู้ชาย และสีต่างๆ จากระดับอ่อนจนถึงสีฉูดฉาดสำหรับผู้หญิง

เดิมชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีความนิยมสินค้าที่มาจากประเทศผู้ผลิตในตะวันตก ซึ่งมีรูปแบบที่ทันสมัย เปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล คุณภาพได้มาตรฐานนานาชาติ แต่มีราคาสูง ดังนั้น ต่อมาหันมานิยมสินค้าที่ผลิตจากจีนและในภูมิภาคที่ผลิตรูปแบบสไตล์ฝรั่ง คุณภาพดี และคำนึงถึงแต่ราคาของสินค้าเป็นสำคัญในนิยามของ “สินค้าราคาถูกคุณภาพดี”

- **แนวโน้มตลาด**

1. ความต้องการสินค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของตลาดสิงคโปร์มีมูลค่าประมาณปีละ 3,400 ล้านเหรียญสิงคโปร์ โดยที่ผู้หญิงจะซื้อเสื้อผ้าบ่อยครั้งกว่าผู้ชาย นอกจากจะหาซื้อเป็นประจำเกือบทุกเดือนแล้ว ยังมีการซื้อสำหรับใส่ไปงานปาร์ตี้ต่างๆด้วย และต้องการสินค้าที่มีรูปแบบสวยงามตามสมัยนิยม มีการตัดเย็บประณีต และราคาพอสมควร สำหรับผู้ชาย จะซื้อเสื้อผ้าปีละประมาณ 2-3 ครั้ง ได้แก่ ในช่วงก่อนปีใหม่ หรือก่อนการเดินทางไปต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่สามารถใส่ได้บ่อยครั้งและใส่ได้เป็นระยะ เวลาอย่างน้อย 1 ปี สำหรับกลุ่มสินค้าที่เป็นที่นิยม แบ่งตามประเภท ได้แก่ 1) เสื้อโอเวอร์โค้ท แจ็กเก็ต 2) สูท เครื่องแต่งตัวเป็นชุด 3) เชิ้ตของบุรุษ 4) เสื้อ และเสื้อเชิ้ตของสตรี 5) เสื้อยืด 6) เจอร์ซี่ พูลโอเวอร์ เสื้อก๊ัก 7) ชุดวอร์ม ชุดว่ายน้ำ เป็นต้น

2. เดิมชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีความนิยมสินค้าที่มาจากประเทศผู้ผลิตในตะวันตก ซึ่งมีรูปแบบที่ทันสมัย เปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล คุณภาพได้มาตรฐานนานาชาติ แต่มีราคาสูง ดังนั้น ต่อมาหันมานิยมสินค้าที่ผลิตจากจีนและในภูมิภาคที่ผลิตรูปแบบสไตล์ฝรั่ง คุณภาพดี และคำนึงถึงแต่ราคาของสินค้าเป็นสำคัญในนิยามของ “สินค้าราคาถูกคุณภาพดี”

3. นอกจากสิงคโปร์จะนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของแบรนด์ต่างๆ ที่มีชื่อเสียงจากทั่วโลกแล้ว ยังเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ไทยพึงจับตามอง เนื่องจากภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็น Textile and Apparel Hub โดยมี Textile and Fashion Federation (Singapore) : Taff เป็นแกนกลางในการส่งเสริมด้านต่างๆ อาทิ การออกแบบ การจัดตั้งแบรนด์ การตลาด การจัดหาวัสดุ การจัดทำเครือข่าย เป็นต้น และในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ 3 แห่ง คือ Singapore Tourism Board

(STB), International Enterprise (IE) Singapore และ SPRING Singapore มีแผนการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องให้สิงคโปร์เป็น Fashion Hub ซึ่งผู้ผลิตไทยสามารถใช้สิงคโปร์เป็นเวทีในการนำเสนอสินค้าสู่ตลาดนานาชาติได้

- แบรนด์เสื้อผ้าต่างๆที่จำหน่ายในสิงคโปร์

จากการสำรวจ ณ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า และร้านเสื้อผ้าต่างๆ ในสิงคโปร์ ปรากฏแบรนด์เสื้อผ้า ดังนี้

1. แบรนด์ของสิงคโปร์ ได้แก่ ALLURE, Celia Loe, Circa1972, Flower Power, Kooshi Koncepts, POM POM, Regional Flemings, Sobha Cashmere, Space, Nina, DaneilYam, The Clothes Publisher, Abyzz, Alfie Leong, Angelynn Tan, Benno LaMode, By Ice, Fresh Imp, Frederick Lee, GG<5, IE, is, Logo, Lost & Found, Melange, Mety Darmali, Michelle.N, Mizu, Moments, New UrbanMale, Sunny Ang, TW2 Studio Works, Star Cive, Crocodile, Zarzamora, Flui, Energia และ Xi

2. แบรนด์ของไทย ได้แก่ Blue Corner, Clasify, Dapper, Cindera, Panadda, AIIZ และ BSC

3. แบรนด์ของต่างประเทศอื่นๆ ได้แก่ Karen Millen (US), Bebe (US), Topshop (UK), Paul & Joe (FR), BCBGMaxazria (US), Rayure (FR), Max Studio (US), French Connection (UK), Warehouse (UK), Chomel (HK), Southheaven (HK), Phuture London (UK), Forever 20 (US), Etam (FR), Joanna Miller (HK), Itzen (Korea), Elufa (Italy), Dorathy Perkins (UK) และ Ambatik (Indonesia)

2. ระเบียบการนำเข้าสินค้าผ้าผืนและเครื่องนุ่งห่ม

สิงคโปร์เป็นประเทศการค้าเปิดเสรี ผู้นำเข้าขออนุญาตการนำเข้าและสามารถนำเข้าได้โดยบ่งบอกวัสดุที่ใช้ในการผลิตและคุณสมบัติตามพิกัดศุลกากร

3. ภาษีนำเข้าสินค้าผ้าผืนและเครื่องนุ่งห่ม

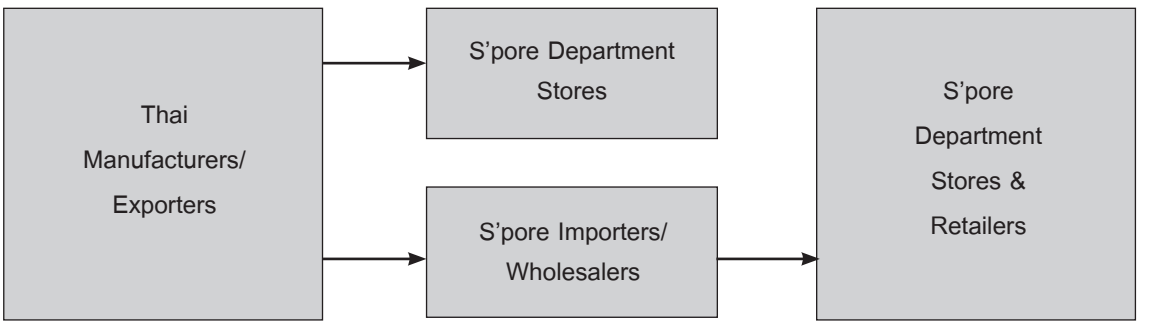
- การนำเข้าไม่มีการเรียกเก็บภาษีขาเข้า
- ภาษีที่เรียกเก็บคือ ภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 (บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2550)

4. ช่องทางการกระจายสินค้า

ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทยสามารถส่งสินค้าสินค้าเสื้อผ้าเข้าไปจำหน่ายในตลาดสิงคโปร์ โดยการนำเข้าของผู้นำเข้า/ผู้ค้าส่ง รายใหญ่ เช่น AMC (S) Pte. Ltd., GAP International Sourcing Pte. Ltd., Li & Fung (Singapore) Pte. Ltd.,

WMGS Singapore Pte. Ltd., D Chow Trading Corporation, Kaye Agencies Pte.Ltd. เป็นต้น จะนำเข้าสินค้าและส่งต่อไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านเสื้อผ้าตามศูนย์การค้าทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีเจ้าของร้านสิงคโปร์บางรายที่เดินทางไปจัดซื้อสินค้าจากฮ่องกง ไต้หวัน และไทย โดยถือสินค้าเข้ามาจำหน่ายเอง

แผนภูมิการนำเข้า สรุปดังนี้



5. โอกาสและกลยุทธ์

- สินค้าไทยมีโอกาสในตลาดสิงคโปร์ จากเหตุผลที่ว่าสินค้าไทยมีคุณภาพได้ระดับมาตรฐานนานาชาติ เป็นที่นิยมของโลกและของชาวสิงคโปร์ แม้จะมีราคาสูงกว่าจากแหล่งประเทศผู้ผลิตอื่น แต่เนื่องจากการเดินทางระหว่างสิงคโปร์กับไทยเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และความต้องการของตลาดภายในสิงคโปร์มีจำนวนน้อย นอกเหนือจากการสั่งซื้อโดยตรงแล้ว ผู้นำเข้า/ค้าส่ง/ค้าปลีกของสิงคโปร์บางรายใช้วิธีเดินทางไปประเทศไทยและจัดซื้อสินค้าตามที่ได้รับคำสั่งซื้อล่วงหน้า และนำสินค้ากลับสิงคโปร์ด้วยตนเอง ซึ่งนับเป็นการส่งออกที่ไม่มีการจดบันทึกสถิติ

สินค้าไทยมีโอกาสในตลาดสิงคโปร์ จากเหตุผลที่ว่าสินค้าไทยมีคุณภาพได้ระดับมาตรฐานนานาชาติ เป็นที่นิยมของโลกและของชาวสิงคโปร์ แม้จะมีราคาสูงกว่าจากแหล่งประเทศผู้ผลิตอื่น แต่เนื่องจากการเดินทางระหว่างสิงคโปร์กับไทยเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

6. การสนับสนุนและผลักดันให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่น

สืบเนื่องมาจากเมื่อปี 2544 ด้วยการประชาสัมพันธ์ของ Singapore Tourism Board (STB) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเชิญชวนให้ชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวสิงคโปร์เพิ่มมากขึ้น จึงได้จัดให้มีงานเกี่ยวกับแฟชั่นภายใต้ชื่องาน Singapore Fashion Festival พร้อมได้ช่วยส่งเสริมงาน Singapore Fashion Week ที่จัดโดย Textile and Fashion Federation (Taff) ด้วยวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็นประเทศแห่งแฟชั่นและการช๊อปปิ้ง รวมถึงมุ่งเน้นในการพัฒนาความสามารถของนักออกแบบท้องถิ่น และช่วยสร้างให้นักออกแบบมีพื้นฐานที่ดีและมั่นคงในการเข้าสู่ธุรกิจในตลาดโลกต่อไป

ต่อมาเมื่อปี 2551 STB และ Taff ได้ประกาศงดการจัดงานดังกล่าว เนื่องจากงานทั้งสองเป็นไปอย่างไร้ทิศทาง มีการขัดแย้งกันเอง ไม่ได้รับความสนใจจากนักออกแบบในเอเชียและเป็น การแข่งขันกันเองภายในวงการอุตสาหกรรมแฟชั่นในประเทศเท่านั้น ไม่เกิดผลดีต่อการสร้างประเทศให้เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่น

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เกิดการรวมตัวกันขึ้นเป็น The Asian Fashion Exchange (AFX) ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ 3 แห่ง ประกอบ ด้วย Singapore Tourism Board (STB), International Enterprise (IE) Singapore และ SPRING Singapore โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการขยายตลาดแฟชั่นเสื้อผ้าของสิงคโปร์ไปยังตลาดในภูมิภาคและระดับนานาชาติ รวมถึงให้มีการพัฒนาความสามารถของนักออกแบบสิงคโปร์ และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ให้เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์ให้เพิ่มมากขึ้นด้วย การสนับสนุนดังกล่าวมีเงินกองทุนร่วมกัน เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของงานแก่ลูกค้าด้านแฟชั่นระดับนานาชาติ, นักออกแบบ และบุคคลชั้นนำต่างๆ ของวงการอุตสาหกรรมแฟชั่น ทั้งนี้ AFX ได้กำหนดการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น 4 งาน เป็นประจำทุกปีในสิงคโปร์ คือ

1. Blueprint ซึ่งจะมีการประสานงานร่วมกับนักออกแบบท้องถิ่นและในภูมิภาคมืออาชีพ คาดว่าจะมีผู้จัดแสดงสินค้าจำนวน 50 ราย และผู้ซื้อจากทั่วโลกมากกว่า 1,000 ราย โดยเฉพาะจากยุโรปและสหรัฐฯ โดยในงานจะจัดแสดงชุดใส่งานกลางคืน ชุดทำงาน ชุดร่วมสมัย ชุดสวมใส่สบายๆ และอัญมณีและเครื่องประดับระดับกลางถึงระดับสูง งานนี้จัดโดย Mercury Marketing and Communications และได้รับการสนับสนุนจาก Textile and Fashion Federation (Taff) คาดว่าจะมีผู้เข้าชมประมาณ 3,000 คน (สำหรับในปี 2553 จัดระหว่างวันที่ 29 เมษายน- 1 พฤษภาคม 2553)

2. Asia Fashion Summit เป็นการนำมืออาชีพด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นในเอเชียมารวมกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างเครือข่าย กำหนดการจัดการและสร้างแนวโน้มให้ธุรกิจขยายตลาดในเอเชีย โดยผู้เข้าร่วมงานสามารถปรึกษาหารือและประชุมฝึกอบรมในหัวข้อเกี่ยวกับแฟชั่นต่างๆ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ การคาดการณ์แนวโน้ม แฟชั่นที่สนับสนุนภาวะโลกร้อน และการค้าปลีก เป็นต้น งานนี้จัดโดย Taff คาดว่า จะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 200 คน (สำหรับในปี 2553 จัดระหว่างวันที่ 28-30 เมษายน 2553)

3. Audi Fashion Festival โดย Mercury Marketing and Com munications ซึ่งจะจัดแสดงผลงานเด่นๆ ของนักออกแบบชั้นนำและแบรนด์ระดับนานาชาติ ผู้เข้าร่วมงานจะรวมถึงนางแบบชื่อดังและสมาชิกวงการแฟชั่นระดับสูง (สำหรับในปี 2553 จัดระหว่างวันที่ 28 เมษายน – 2 พฤษภาคม 2553)

4. Fashion Design Competition เป็นงานการแข่งขันการออกแบบ ซึ่งได้รับการผลักดันจาก Taff และสนับสนุนจากภาคเอกชน เพื่อค้นหานักออกแบบใหม่ที่มีความสามารถในเอเชีย และมุ่งเน้นที่จะค้นหาบุคคลที่มีพรสวรรค์ในภูมิภาคให้เข้ามาจัดตั้งสำนักงานในสิงคโปร์ ซึ่งผู้ชนะการประกวดจะได้รับรางวัลการฝึกงาน 1 ปีในศูนย์แฟชั่นชั้นนำในเอเชีย และได้รับการแนะนำรวมถึงให้วัสดุในการออกแบบและผลิตชุดเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อจัดแสดงในงาน AFX ในปีต่อไป (สำหรับในปี 2553 จัดเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2553)

7. นโยบายสนับสนุนของภาครัฐสิงคโปร์ ในภาพรวม ดังนี้

International Enterprise Singapore (IE Singapore) เป็นหน่วยงานหลักให้การสนับสนุนในการนำคณะผู้แทนการค้าสิงคโปร์เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ โดยเป็นหัวหอกและช่วยประสานงาน ซึ่งสมาคมการค้าต่างๆ เป็นผู้รวบรวมบริษัท/คณะนักธุรกิจสิงคโปร์ผู้สนใจเข้าร่วมงานในต่างประเทศ โดยในแต่ละปี IE Singapore จัดสรรงบประมาณ 66 ล้านเหรียญสิงคโปร์ในการส่งเสริมการส่งออก (Export Promotion) เพื่อให้สิทธิประโยชน์แก่บริษัทประมาณ 5,000 ราย รวมทั้งสมาคมการค้าและหอการค้าต่างๆ ที่จะจัดงานแสดงสินค้านานาชาติด้วย

8. ข้อสังเกตและข้อคิดเห็น

1) ถึงแม้ว่า สิงคโปร์ได้ประสบกับช่วงเศรษฐกิจโลกถดถอยใน 2 ปีที่ผ่านมา และปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจ เริ่มฟื้นตัว ทำให้ผู้บริโภคต้องคอยระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอยสำหรับชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามทุกคนยังยอมรับว่า สินค้าประเภทหนึ่งที่มีความจำเป็น คือ สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งเป็นที่นิยมและผู้ซื้อเต็มใจจ่ายหากมีความสวยงาม แปลกใหม่ ทันสมัย รวมถึงสามารถใช้ในชีวิตประจำวันทั้งช่วงการทำงานและช่วงพักผ่อนได้อย่างเหมาะสม ปัจจุบันทั้งผู้หญิงและผู้ชายให้ความสำคัญกับการแต่งกายเพิ่มมากขึ้น เพราะการแต่งกายที่ดีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้มีบุคคลิกที่ดี มีความน่าเชื่อถือและเป็นปัจจัยเสริมต่อไปยังด้านอื่นๆ ได้ ผู้คนจึงเริ่มหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น เกิดการแต่งกายแบบทันสมัยและเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ทำให้ธุรกิจทางด้านเสื้อผ้ามีบรรยากาศที่คึกคักขึ้น

ตลาดเสื้อผ้าในสิงคโปร์มีการแข่งขันสูงและสิงคโปร์ได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นอย่างมาก โดยหน่วยงานภาครัฐพยายามส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่นของทั่วโลก

2) ตลาดเสื้อผ้าในสิงคโปร์มีการแข่งขันสูงและสิงคโปร์ได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นอย่างมาก โดยหน่วยงานภาครัฐพยายามส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางแห่งแฟชั่นของทั่วโลก นอก จากนี้ การมีศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆมากมาย เพิ่มขึ้น ได้แก่ Ion, 313@Somerset, Central เป็นต้น นับเป็นการส่งเสริมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นในทางอ้อมได้เป็นอย่างดี

3) ปัจจุบันตลาดเสื้อผ้าสตรีครองตลาดอยู่ร้อยละ 75 ส่วนเสื้อผ้าบุรุษร้อยละ 25 กลุ่มเป้าหมายที่มีการจับจ่ายสูงจะอยู่ในกลุ่มอายุ 18 - 45 โดยเน้นช่วงอายุระหว่าง 20 - 35 ปี มากเป็นพิเศษ สาเหตุที่ตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าตลาดเสื้อผ้าของผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงตัดสินใจซื้อง่ายกว่า เพราะความชอบ/ความอยากได้และจินตนาการให้ตนเองสวยงามตามหุ่นที่จัดแสดง ณ ห้างฯเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ ผู้ชายตัดสินใจซื้อด้วยความจำเป็นและมีเหตุผล รวมถึงดูเรื่องคุณภาพการใช้งานและราคาเหมาะสมเป็นหลัก

4) สำหรับสินค้าจากไทย ส่วนใหญ่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น-วัยทำงานเริ่มต้น เนื่องจากมีรูปแบบทันสมัย สวยงาม การตัดเย็บประณีต เรียบร้อย สีสดใส และราคาพอสมควร จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสิงคโปร์หันมาซื้อสินค้าไทย ถึงแม้ว่า

ชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะมีทัศนคติและความนิยมในเสื้อผ้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะยุโรป สหรัฐฯ และฮ่องกง ก็ตาม

5) ปัจจัยค่าเงินบาทต่อการค้า ซึ่งการค้าของสิงคโปร์ ส่วนใหญ่จะใช้เงินเหรียญสหรัฐฯ ที่เดิมมีอัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐฯ เท่ากับประมาณ 35 บาท ต่อมา มีอัตราเท่ากับประมาณ 30 บาท จึงไม่เป็นการเอื้ออำนวยต่อการการส่งออกของไทย และทำให้สินค้านำเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์มีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในสิงคโปร์มีราคาสูงขึ้นประมาณร้อยละ 5-7

4. การลงทุน

4.1 การลงทุนจากต่างประเทศ

การลงทุนในภาคการผลิตและการบริการ (รวม การบริการ, Engineering และ R&D) :

Fixed Asset Investment Commitments	2551 (S$ m)	2552 (S$ m)	2553 (S$ b)
Total	**18,046.0**	**11,753.9**	**12.9**
Manufacturing	16,386.3	10,092.1	10.1
Electronics	2,942.3	4,911.5	5.8
Chemicals	11,550.0	3,055.6	1.7
Biomedical Manufacturing	738.3	1,041.9	0.5
Precision Engineering	383.0	650.6	0.4
Transport Engineering	570.0	320.6	1.5
General Manufacturing Industries	202.7	111.9	0.2
Services Clusters	1,659.7	1,661.8	2.8
Total	**18,046.0**	**11,753.9**	n.a.
Local	1,863.4	3,368.3	n.a.
Foreign	16,182.6	8,385.6	n.a.
United States	11,292.0	4,191.0	n.a.
Japan	1,251.6	1,032.3	n.a.
Europe	2,825.9	2,466.8	n.a.
Asia & Pacific & Others	813.1	695.6	n.a.

ที่มา : Economic Development Board

มูลค่าการลงทุนของบริษัทต่างชาติในสิงคโปร์เพิ่มขึ้นในปี 2553 และ Economic Development Board (EDB) คาดว่า มูลค่าจะเพิ่มขึ้นอีกในปี 2554 ซึ่งอัตราการเติบโตปี 2552-2553 และคาดการณ์ปี 2554 ตามตารางข้างล่างนี้

Indicator	2552	2553	2554 คาดการณ์
Fixed Asset Investment (S$ billion)	11.8	12.9	12 ถึง 14
Total Business Spending per year (S$ billion)	6.8	8.6	7.5 ถึง 9
Value-added per year (S$ billion)	12.5	14.4	14 ถึง 16
Number of skilled jobs created	15,200	21,300	16,000 ถึง 19,000

ที่มา : Economic Development Board (EDB)

4.2 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ทำให้สิงคโปร์กลายเป็นประเทศที่มีระบบคมนาคมขนส่งดีที่สุดแห่งหนึ่งของเอเชีย และมีผลอย่างสำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา สำหรับโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของสิงคโปร์ สรุปได้ดังนี้



สะพาน Johor-Singapore Causeway

ทางหลวง

ทางหลวงเป็นเส้นทางคมนาคมหลักของสิงคโปร์ ส่วนมากเป็นถนน 6 ช่องจราจร ยกเว้นในเขตเมืองบางแห่งที่มีการจราจรคับคั่งจะเป็นถนน 8 ช่องจราจร การขับขี่ยานพาหนะใช้ระบบขับซ้ายเช่นเดียวกับไทย สิงคโปร์มีการตัดถนนเชื่อมต่อเขตต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้การคมนาคมทางรถยนต์มีความสะดวกและเข้าถึงได้ทุกพื้นที่ รวมถึงเกาะ Sentosa และเกาะ Jurong นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังมีสะพานเชื่อมต่อกับมาเลเซีย 2 แห่ง ได้แก่ Johor-Singapore Causeway ระยะทาง 1.1 กิโลเมตร เชื่อมระหว่างเขต Woodlands ในสิงคโปร์ กับ Johor Bahru ในรัฐ Johor ของมาเลเซีย และ Malaysia-Singapore Second Link (หรือ Tuas Second Link) ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร เชื่อมระหว่างเขต Tuas ของสิงคโปร์ กับ Tanjung Kupang รัฐ Johor ของมาเลเซีย ทำให้การเดินทางโดยรถยนต์ระหว่างทั้ง 2 ประเทศ มีความสะดวกรวดเร็วทางหลวงในสิงคโปร์แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ทางด่วน (Expressway)

ทางด่วนเป็นเส้นทางคมนาคมหลัก ที่ทำให้การเดินทางระหว่างเขตชานเมือง รวมถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลรอบนอกกับเขตธุรกิจย่านใจกลางเกาะสิงคโปร์ทำได้สะดวก ปัจจุบัน สิงคโปร์มีทางด่วน 9 เส้นทาง ระยะทางรวมประมาณ 150 กิโลเมตร และอยู่ระหว่างการศึกษาอีก 1 เส้นทาง คือ Marina Coastal Expressway (MCE) สำหรับข้อมูลเส้นทางด่วนดังกล่าว มีดังนี้

1. East Coast Parkway (ECP) เชื่อมต่อระหว่างสนามบิน Changi ในภาคตะวันออก (East Region) ผ่านเขต Bedok ในภาคตะวันออก (East Region) ขนานกับชายฝั่งทะเลทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ และสิ้นสุดที่ Downtown Core ในเขต Central Area ซึ่งเป็นย่านธุรกิจสำคัญของสิงคโปร์

2. Pan Island Expressway (PIE) มีระยะทางถึง 42.8 กิโลเมตร ซึ่งยาวที่สุดในสิงคโปร์ เริ่มต้นจากเขต Tuas ในภาคตะวันตก ใกล้กับสะพาน Malaysia-Singapore Second Link ผ่านใจกลางเกาะสิงคโปร์ และเชื่อมต่อกับ East Coast Parkway ห่างจากสนามบิน Changi เพียง 1 กิโลเมตร

3. Ayer Rajah Expressway (AYE) เริ่มต้นจาก Downtown Core ซึ่งเป็นย่านธุรกิจสำคัญในเขต Central Area เลียบขนานกับชายฝั่งด้านใต้ และสิ้นสุดที่เขต Tuas ในภาคตะวันตก มีระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร

4. Central Expressway (CTE) เป็นเส้นทางสายหลักที่เชื่อมต่อระหว่างชายฝั่งทะเลทางเหนือกับเขตเศรษฐกิจในภาคกลาง เริ่มต้นจาก Bukit Merah ทางตอนใต้ ตัดผ่านย่านธุรกิจในเขต Central Area ในภาคกลางและสิ้นสุดที่เขต Ang Mo Kio ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



Central Expressway (CTE)

5. Tampines Expressway (TPE) เป็นทางด่วนเลียบชายฝั่งทะเลและเป็นเส้นทางสายหลักทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มต้นที่ Pan Island Expressway ในภาคตะวันออก ใกล้กับสนามบิน Changi และสิ้นสุดที่เขต Woodlands ในภาคเหนือ โดยเชื่อมต่อกับ Central Expressway

6. Seletar Expressway (SLE) เป็นเส้นทางสายหลักของภาคเหนือ เริ่มต้นที่เขต Ang Mo Kio ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เชื่อมต่อกับ Tampines Expressway และ Central Expressway และสิ้นสุดที่เขต Woodlands ในภาคเหนือ โดยเชื่อมต่อกับ Bukit Timah Expressway

7. Bukit Timah Expressway (BKE) ระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นเส้นทางสายหลักที่มุ่งตรงจากสิงคโปร์สู่มาเลเซีย ผ่านทางสะพาน Johor-Singapore Causeway โดยแยกออกจาก Pan Island Expressway ที่เขต Bukit Timah ในภาคกลาง และสิ้นสุดลงที่เขต Woodlands ในภาคเหนือ ทั้งนี้ Bukit Timah Expressway เป็นส่วนหนึ่งของ Asian Highway Network หมายเลข 2 ซึ่งเชื่อมโยงจากสิงคโปร์ผ่านมาเลเซีย ไทย พม่า อินเดีย และออกสู่ตะวันออกกลาง

8. Kallang-Paya Lebar Expressway (KPE) เริ่มเปิดบริการเมื่อเดือนมิถุนายน 2550 เป็นถนนคู่ขนานของ Central Expressway เชื่อมต่อระหว่าง Tampines Expressway ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ East Coast Parkway ในภาคกลาง รวมระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตร และกำลังก่อสร้างส่วนต่อขยายระยะทางอีกประมาณ 3 กิโลเมตร จาก East Coast Parkway ถึง Central Area

9. Kranji Expressway (KJE) ระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร เชื่อมต่อ Bukit Timah Expressway ที่เขต Bukit Timah ในภาคกลางกับ Pan Island Expressway ที่เขต Jurong West ในภาคตะวันตก

10. Marina Coastal Expressway (MCE) มีระยะทาง 5 กิโลเมตร เชื่อมต่อระหว่าง Kallang-Paya Lebar Expressway กับ Ayer Rajah Expressway คาดว่า จะเปิดให้บริการได้ในปี 2556

2) ทางหลวงอื่นๆ

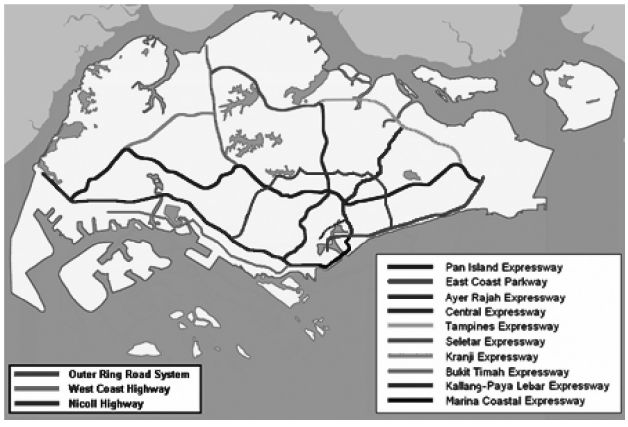
ทางหลวงอื่นๆ ของสิงคโปร์ มีมากกว่า 80 สาย เป็นระยะทางรวมกันยาวเกือบ 3,000 กิโลเมตร เชื่อมต่อทุกพื้นที่อย่างทั่วถึง โดยอยู่ภายใต้การดูแลของ The Land Transport Authority (LTA) ทั้งนี้ มีทางหลวงสำคัญที่ได้รับการยกระดับเป็น Semi-expressway รวม 3 สาย ทำให้การเดินทางระหว่างย่านธุรกิจในภาคกลางกับภูมิภาครอบนอกทำได้สะดวกยิ่งขึ้น ดังนี้

1. Outer Ring Road System (ORRS) ตั้งอยู่รอบนอกของเขต Central Area ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจสำคัญของสิงคโปร์ เชื่อมต่อทางด่วนหลายสายในเขตภาคกลาง ทำให้การเดินทางในพื้นที่รอบนอกมีความสะดวกยิ่งขึ้น

2. West Coast Highway เป็นถนนคู่ขนานของ Ayer Rajah Expressway เลียบชายฝั่งทะเลทางด้านตะวันตกเฉียงใต้ โดยเชื่อมต่อระหว่างเขตเศรษฐกิจใน Central Area กับเมืองใหม่ในเขต Clementi และตัดผ่านเขตอุตสาหกรรม Jurong Industrial Estate

3. Nicoll Highway เชื่อมต่อระหว่างเขต Kallang กับเขต Central Area

แผนภาพ Expressway และ Semi-expressway ในสิงคโปร์



ที่มา : Transport in Singapore. Retrieved from< http://en.wikipedia.org/wiki >



ระบบราง

ระบบรางในสิงคโปร์ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1) รถไฟ มีความยาว 38.6 กิโลเมตร ทางรถไฟของสิงคโปร์เชื่อมต่อกับมาเลเซียผ่านเมือง Johor Bahru ในรัฐ Johor ของมาเลเซีย และต่อไปยังกัวลาลัมเปอร์และกรุงเทพฯ

2) Mass Rapid Transit (MRT) เป็นระบบขนส่งหลักของสิงคโปร์ ให้บริการครอบคลุมเขตธุรกิจ สถานที่ราชการ รวมถึงสถานที่สำคัญอื่นๆ อาทิ Changi International Airport อย่างทั่วถึง MRT มีสถานีรวม 67 แห่ง (บางแห่งอาจให้บริการมากกว่า 1 สาย) รวมระยะทาง 109 กิโลเมตร แบ่งเป็น 3 สาย ได้แก่

1. North South Line เริ่มจาก Jurong East ถึง Marina Bay รวม 25 สถานี ระยะทาง 44 กิโลเมตร บริหารงานโดย SMRT Corporation

2. East West Line แบ่งเป็น 2 ช่วง ได้แก่ Boon Lay ถึง Pasir Ris และ Tanah Merah ถึง Changi Airport รวม 29 สถานี ระยะทาง 45.4 กิโลเมตร บริหารงานโดย SMRT Corporation

3. North East Line จาก Harbour Front ถึง Punggol รวม 15 สถานี ระยะทาง 20 กิโลเมตร บริหารงานโดย SBS Transit

อนึ่ง The Land Transport Authority ยังมีนโยบายขยายการให้บริการ MRT ให้ครอบคลุมในพื้นที่รอบนอก และอยู่ระหว่างการศึกษาอีกหลายเส้นทาง

3) Light Rapid Transit (LRT) เป็นส่วนต่อขยายออกจาก MRT เริ่มจาก Choa Chu Kang ถึง Senja รวม 14 สถานี ระยะทาง 7.8 กิโลเมตร บริหารงานโดย SMRT Light Rail

ท่าอากาศยาน

สิงคโปร์ มีท่าอากาศยานระหว่างประเทศ 1 แห่ง ได้แก่ Changi International Airport (Terminal 1, 2 และ 3) อยู่ที่เขต Changi ในภาคตะวันออก ดำเนินการโดย Civil Aviation Authority of Singapore ซึ่ง Changi International Airport เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งสำคัญของอาเซียน โดยมีสายการบินให้บริการมากถึง 81 สาย มีเที่ยวบินมากถึง 4,186 เที่ยวต่อสัปดาห์ เส้นทางการบินครอบคลุม 185 เมืองใน 58 ประเทศ ทั้งนี้ ปี 2553 มีผู้ใช้บริการจำนวน 8.8 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.3 จากปีก่อนหน้า

ด้านการขนส่งสินค้า ปี 2553 มีปริมาณสินค้าขนส่งผ่าน Changi International Airport รวม 1.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 จากปีก่อนหน้า



ท่าเรือ

สิงคโปร์ตั้งอยู่บนเส้นทางระหว่างมหาสมุทรอินเดียกับมหาสมุทรแปซิฟิก ทำให้เป็นเมืองท่าสำคัญที่มีบทบาทในการพักและขนถ่ายสินค้า โดยมีท่าเรือพาณิชย์ขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในอ่าวสิงคโปร์ (Singapore Harbour) อยู่ทางตอนใต้ของเกาะสิงคโปร์ ภายใต้การควบคุมดูแลของ Maritime and Port Authority ท่าเรือสิงคโปร์มีบทบาทในการรองรับสินค้าขาเข้าเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2541 เฉลี่ยเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 5 ต่อปี และปี 2553 ท่าเรือสิงคโปร์รองรับการขนถ่ายสินค้า 503 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 6.6

ปริมาณเรือและสินค้าผ่านท่าเรือสิงคโปร์ ปี 2549-2553

Year	Vessel Arrivals (billion gross tons)	Container Throughput (million TEUs)	Cargo Throughput (million tonnes)	Bunker Sale Volume (million tonnes)	S'pore Registry of Ships (million gross tons)
2006	1.31	24.8	448.5	28.4	34.8
2007	1.46	27.9	483.6	31.5	39.6
2008	1.62	29.9	515.4	34.9	43.7
2009	1.78	25.9	472.3	36.4	45.6
2010*	1.92	28.4	502.5	40.9	48.8

*Preliminary estimates

ที่มา : Maritime and Port Authority of Singapore

4.3 กฎระเบียบการลงทุน / นโยบาย/มาตรการทางการค้า / การส่งเสริมการลงทุน

กฎระเบียบการลงทุน

สิงคโปร์ไม่จำกัดในการลงทุนขั้นเริ่มแรก นักลงทุนจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนกิจการ (Feasibility Study) อาทิ ประเภทของกิจการหรือธุรกิจที่สนใจ และเดินทางไปสำรวจลู่ทางการลงทุนด้วยตนเอง หรือรับคำแนะนำจากบริษัทที่ปรึกษา โดยปกติการลงทุนในสิงคโปร์ ผู้ลงทุนสามารถตัดสินใจว่าจะลงทุนเองทั้งหมด หรือลงทุนร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่น แล้วจึงจัดทำรายงานข้อเสนอโครงการ (Proposal เพื่อยื่นขอจดทะเบียนบริษัทต่อ Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) ซึ่ง ACRA จะใช้เวลาในการพิจารณาอนุมัติจัดตั้งบริษัทประมาณ 14-60 วัน เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว จึงสามารถจัดตั้งบริษัทพร้อมจัดหาแรงงาน หากเป็นแรงงานต่างชาติต้องขอใบอนุญาตทำงานจากกระทรวงแรงงาน (Ministry of Manpower) หากมีการนำเข้าหรือส่งออกสินค้า ต้องขอใบอนุญาตจากหน่วยงาน International Enterprise Singapore (IE Singapore) ด้วย

การลงทุนโดยการจัดตั้งบริษัทในสิงคโปร์ สามารถมีผู้ถือหุ้นต่างชาติได้ทั้งหมด โดยยื่นขอจดทะเบียนบริษัทต่อกรมทะเบียนการค้าและธุรกิจ (Accounting & Corporate Regulatory Authority : ACRA เพื่อจดทะเบียนการจัดตั้งบริษัท/ธุรกิจภายใต้ Business Registration Act Cap 32 ซึ่งบุคคลที่จะจัดตั้งบริษัทต้องจดทะเบียนกับ ACRA ในธุรกิจทุกสาขา รวมถึง trade, commerce, craftsmanship, profession or any activity carried on for the purpose of gain รายละเอียดจากเว็บไซต์ www.acra.gov.sg (ที่ตั้งและหมายเลขติดต่อของ ACRA : 10 Anson Road #05-01/15, International Plaza, Singapore 079903 Tel: 65-6325 3731 Fax: 65-6225 1676)

นโยบาย/มาตรการทางการค้า ทั้งภาษีและไม่ใช่ภาษี

นโยบายการค้าที่สำคัญ	มาตรการภาษีทางการค้า	มาตรการการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (NTB)
-นโยบายการค้าเสรี การนำเข้า/ส่งออกสินค้าจากต่างประเทศเป็นไปอย่างเสรี โดยผู้นำเข้า/ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทไว้กับหน่วยงาน สิงคโปร์ Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) และได้รับใบอนุญาตการนำเข้า/การส่งออกจาก International Enterprise Singapore (IE Singapore) -สินค้านำเข้าที่ต้องยื่นขออนุญาตนำเข้าก่อนที่จะนำเข้าทุกครั้ง มีจำนวน 53 รายการ -สินค้าส่งออกที่ต้องยื่นขออนุญาตส่งออกก่อนที่จะส่งออกทุกครั้ง มีจำนวน 28 รายการ -การนำเข้า/ส่งออกสินค้าควบคุมต้องขออนุญาตจากหน่วยงานที่มีอำนาจ ทั้งนี้ รายละเอียดรายการสินค้านำเข้า/ส่งออกและรายชื่อหน่วยงานควบคุมดูได้ที่ เว็บไซต์ : www.customs.gov. sg	-สินค้าที่นำเข้าส่วนใหญ่ไม่เก็บภาษีนำเข้า ยกเว้นสินค้า 4 รายการคือ 1) เครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ (เช่น เบียร์ เหล้า ไวน์) 2) บุหรี่และยาสูบ 3) น้ำมันปิโตรเลียม 4) รถยนต์ รถจักรยานยนต์ -สินค้าทุกชนิดที่นำเข้าจะต้องเสียภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 ทั้งนี้ รายละเอียดอัตราภาษีนำเข้าดูที่ Website: www.customs.gov.sg	-มีข้อกำหนดสำหรับอาหารให้เป็นไปตามระเบียบ The Food Regulations หน่วยงานที่ควบคุม คือ Agri-Food Veterinary Authority (AVA) ภายใต้ Ministry of National Development ระเบียบข้อกำหนดที่สำคัญที่ผู้ผลิตพึงถือปฏิบัติคือ Labeling Requirements ซึ่งต้องพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษรสูงไม่น้อยกว่า 3 mm. พร้อมมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องคือ - Common Name of Product - Nett Weight or Volume of Product - Name and Address of Manufacturer/ Country of Origin of Product - List of Ingredients in Descending Order of Proportions - Date of Marking for 19 Category of Products. Letters shall not be less than 3 mm in height and shall be show in one of the following ways: Use By : dd/mm/yy Sell By : dd/mm/yy Expiry Date : dd/mm/yy Best Before : dd/mm/yy Importer/Packer/Distributor - Bar Code/EAN - Nutrition Facts Panel (NIP) - No "Health Claims" Allowed on the Label - Optional : "Halal" Logo on the Label





การส่งเสริมการลงทุน

สิงคโปร์เป็นประเทศที่ให้ความเท่าเทียมกันระหว่างนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้กฎหมายการลงทุนของสิงคโปร์เอื้อประโยชน์ต่อผู้ลงทุนเป็นอย่างมาก โดยไม่มีกำหนดขั้นต่ำของเงินลงทุน การถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างในสิงคโปร์ รวมถึงอิสระในการโอนเงินตราต่างประเทศ และผลกำไรในการประกอบธุรกิจออกนอกประเทศ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า การลงทุนในลักษณะตั้งโรงงานเพื่อผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและต้องใช้การทำวิจัย (Research & Development) มักจะได้รับการทาบทามขอเป็นหุ้นส่วนจากองค์กรของรัฐบาล (Government Link) แต่มีธุรกิจบางประเภทที่จำกัดสัดส่วนการลงทุน อาทิ การกระจายเสียง และการจัดสรรคลื่นความถี่ (สูงสุดไม่เกินร้อยละ 49) กิจการด้านหนังสือพิมพ์ (ไม่เกินร้อยละ 5) และกิจการที่ห้ามนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน ได้แก่ ธุรกิจด้านกฎหมายและการประกอบอาชีพทนายความ รวมถึงบางสาขาที่เกี่ยวข้องกับกิจการวิสาหกิจของรัฐ

ความน่าลงทุนในประเทศสิงคโปร์

- เป็นสนามเศรษฐกิจที่สำคัญหลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่โลกกำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ และจะมีการเจริญเติบโตที่แข็งแกร่งที่สุดในภูมิภาค
- เป็นประเทศที่เป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมชั้นสูง ให้การสนับสนุนด้านการคิดค้น/วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- สิงคโปร์ได้รับประโยชน์และโอกาสทางเศรษฐกิจจากการเจริญเติบโตของประเทศจีนและอินเดีย จึงเป็น Gateway ได้อย่างมีศักยภาพ และในขณะเดียวกันมุ่งเน้นตลาดตะวันออกกลาง และภูมิภาคเอเชีย
- เป็นทำเลที่มีความมั่นคง แน่นอน คาดการณ์ได้ และมีนโยบายภาครัฐที่ชัดเจน
- มีสมรรถนะทางอุตสาหกรรม ความน่าเชื่อถือ ความรู้/ความชำนาญ และมีเครือข่ายการติดต่อธุรกิจที่ดี
- มีการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา และมีกฎหมายอย่างชัดเจน
- มีความชำนาญด้านเทคนิค และมีแรงงานที่มีความรู้ความสามารถ
- มีการผลักดันให้ประเทศเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ ได้แก่ การเงิน/การธนาคาร การพาณิชย์ การบิน/อวกาศ ด้านแฟชั่น การบัญชี การขนส่ง เป็นต้น

การลงทุนโดยไทยในสิงคโปร์ : สามารถถือหุ้น 100%



สิงคโปร์ให้ความเท่าเทียมกันระหว่างนักลงทุนชาวสิงคโปร์และชาวต่างชาติ โดยชาวต่างชาติสามารถถือหุ้นได้ 100 % ในธุรกิจเกือบทุกสาขา ยกเว้น (1) ด้านการกระจายเสียง และการจัดสรรคลื่นความถี่ ถือหุ้นสูงสุดไม่เกินร้อยละ 49 (2) กิจการด้านหนังสือพิมพ์ ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 5 ส่วนกิจการที่ห้ามนักลงทุนต่างชาติลงทุนได้แก่ ธุรกิจด้านกฎหมายและการประกอบอาชีพทนายความรวมถึงสาขาที่เกี่ยวข้องกับกิจการวิสาหกิจของรัฐ

การลงทุนในสิงคโปร์ เริ่มด้วยการจัดตั้งบริษัทโดยยื่นขอจดทะเบียนบริษัทต่อกรมทะเบียน การค้าและธุรกิจ (Accounting & Corporate Regulatory Authority : ACRA) เพื่อจดทะเบียนการจัดตั้งบริษัท/ธุรกิจภายใต้ Business Registration Act Cap 32 ซึ่งบุคคลที่จะจัดตั้งบริษัทต้องจดทะเบียนกับ ACRA ในธุรกิจทุกสาขา รวมถึง trade, commerce, craftsmanship, profession or any activity carried on for the purpose of gain รายละเอียดจากเว็บไซต์ www.acra.gov.sg

กฎหมายการลงทุนของสิงคโปร์เอื้อประโยชน์ต่อผู้ลงทุนเป็นอย่างมาก โดยไม่กำหนดเงินลงทุนขั้นต่ำ และอนุญาตให้นักลงทุนสามารถถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในสิงคโปร์ รวมถึงไม่มีการควบคุมในการโอนเงินตราต่างประเทศและผลกำไรในการประกอบธุรกิจกลับคืนประเทศผู้ลงทุน

(ที่มา : ACRA : 10 Anson Road #05-01/15, International Plaza, Singapore 079903 Tel: 65-6325 3731 Fax: 65-6225 1676)

หลักเกณฑ์การเอาเงินกลับประเทศ

นักลงทุนชาวต่างชาติสามารถโอนเงินตราต่างประเทศและผลกำไรในการประกอบธุรกิจกลับคืนประเทศผู้ลงทุนได้อย่างเสรี หลังจากที่เสียภาษีแก่รัฐบาลสิงคโปร์เรียบร้อยแล้ว

4.4 การจัดตั้งธุรกิจในสิงคโปร์

ข้อมูลสรุปสำหรับการจัดตั้งบริษัทในประเทศสิงคโปร์

1. สามารถมีผู้ถือหุ้นต่างชาติได้ทั้งหมด
2. ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 1 เหรียญสิงคโปร์
3. สามารถจดทะเบียนชื่อได้ภายใน 1 วัน หากไม่ต้องยื่นขอใบอนุญาตจากหน่วยงานอื่น
4. มีผู้ถือหุ้นอย่างน้อย 1 คน และกรรมการ 1 คน



5. ได้รับการยกเว้นภาษีรายได้ 100,000 เหรียญสิงคโปร์แรกต่อปี เป็นเวลา 3 ปีนับแต่วันจัดตั้งบริษัท

6. ภาษีร้อยละ 9 คิดจากเงินได้ 300,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อปี เริ่มตั้งแต่ปี 2551

7. ภาษีบริษัทร้อยละ 18 สำหรับเงินได้ที่นอกเหนือจาก 300,000 เหรียญสิงคโปร์แรก

8. โดยทั่วไปไม่มีภาษีบนกำไรที่ได้รับจากการขายคืนสินทรัพย์ (Capital Gain Tax) และเงินปันผล

9. สิงคโปร์จะออกวีซ่าสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneur Pass) ให้แก่เจ้าของกิจการที่ประสงค์จะย้ายกิจการมาที่ประเทศสิงคโปร์

10. ไม่มีข้อจำกัดในการแลกเปลี่ยนและการส่งเงินกำไรจากการประกอบการกลับประเทศ

ขั้นตอนการจดทะเบียนของบริษัทต่างชาติ

1. การจดทะเบียนบริษัท/ธุรกิจ – Type of Business Organization ภายใต้ Foreign Companies

เอกสารที่ต้องยื่นต่อ Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) คือ

- application for approval of name
- application to register a business

ผู้ประสงค์จะจัดตั้งบริษัทสามารถมอบอำนาจให้สำนักงานทนายความในสิงคโปร์เป็นตัวแทนใน การขอจดทะเบียนบริษัททาง Internet ได้ที่เว็บไซต์ www.bizfile.gov.sg

4. การขออนุญาต [license] เปิดร้านอาหาร/ภัตตาคาร นอกจากยื่นขอจดทะเบียนกับ ACRA แล้ว ยัง ต้องขออนุญาตจากกระทรวงสิ่งแวดล้อมด้วย

5. การนำพ่อครัว/แม่ครัว/การขอ Employment Pass ก่อนนำพ่อครัว/แม่ครัวเข้ามาทำงานในสิงคโปร์ ผู้ประกอบการจะต้องยื่นขอ S Pass หรือ Employment Pass จาก Employment Pass Department, Ministry of Manpower

ขั้นตอนพื้นฐาน

- ได้รับการอนุมัติชื่อของบริษัทเพื่อจดทะเบียน
- เตรียมเอกสารในการจดทะเบียน และลงนามโดยผู้จัดตั้งบริษัท
- จดทะเบียน กับ ACRA (Registrar of Companies)
- เปิดบัญชีธนาคารในนามของบริษัท

ข้อมูลและเอกสารที่จำเป็นประกอบการจดทะเบียนบริษัท

- Memorandum and Articles of Association (หนังสือบริคณห์สนธิและหนังสือรับรองของบริษัท)
- Statutory Declaration of Compliance
- รายละเอียดของผู้ถือหุ้น กรรมการ เลขานุการ และอื่นๆ
- Certificate of Identity (บัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทาง)
- สถานที่และที่อยู่ที่จดทะเบียนของบริษัท วันและเวลาทำการตามที่จดทะเบียน
- หลักฐานการได้รับอนุมัติให้เป็นกรรมการของบริษัทและคำให้การว่าด้วยคุณสมบัติการเป็นกรรมการ
- หลักฐานการได้รับอนุมัติให้เป็นเลขานุการของบริษัท

- ระยะเวลาในการจดทะเบียนบริษัทขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ

1) ชื่อของบริษัทที่จะใช้จดทะเบียนได้รับการอนุมัติ ซึ่งโดยทั่วไปใช้เวลาเพียง 2-3 ชั่วโมงเท่านั้น ยกเว้นกรณีที่มีข้อขัดแย้ง เช่น คำในชื่อมีคำที่ห้ามใช้ หรือความคลุมเครือ เป็นต้น และ

2) ผู้ที่มีอำนาจในการลงนามของบริษัทอยู่ที่สิงคโปร์หรือต่างประเทศ หากอยู่ในต่างประเทศ การจดทะเบียนก็จะใช้เวลาเพิ่มขึ้น

หากทั้งสองประการเบื้องต้นเรียบร้อย ก็สามารถจดทะเบียนบริษัทได้ภายใน 1 วัน หลังจากนั้น ผู้ประกอบสามารถนำเอกสารการจดทะเบียนบริษัทไปเปิดบัญชีกับธนาคาร ซึ่งเวลาที่ใช้นั้นขึ้นอยู่กับความพร้อมของเอกสารและสถาบันการเงินที่เลือกใช้

- ผู้ถือหุ้น

บริษัทที่จดทะเบียนในสิงคโปร์สามารถมีผู้ถือหุ้นเพียงหนึ่งคนได้ ซึ่งเป็นได้ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และไม่มีข้อจำกัดว่าผู้ถือหุ้นจะต้องเป็นสัญชาติสิงคโปร์

- ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว (Paid-Up Capital)

ไม่มีข้อกำหนดว่าด้วยทุนที่ออกและเรียกชำระแล้วขั้นต่ำ ดังนั้น บริษัทสามารถจดทะเบียนอย่างต่ำและชำระ 1 เหรียญสิงคโปร์

- กรรมการบริษัท

ตามพระราชบัญญัติการจดทะเบียนบริษัท บริษัทสามารถมีกรรมการที่เป็นคนผู้พำนักในสิงคโปร์หรือต่างชาติก็ได้ แต่จะต้องมีกรรมการอย่างน้อย 1 คน อย่างไรก็ตาม กฎหมายการจัดตั้งบริษัทได้ระบุว่า อย่างน้อยกรรมการหนึ่ง

ท่านจะต้องอาศัยอยู่ในสิงคโปร์ ซึ่งอาจจะเป็นคนสัญชาติสิงคโปร์/ผู้พำนักถาวร หรือเป็นผู้ที่ถือวีซ่าทำงาน ก็ได้ (Citizens, Permanent Residents, or Employment Pass Holders)

- เลขานุการบริษัท

บริษัทจะต้องมีเลขานุการหนึ่งคน ที่เป็นผู้พำนักถาวรอยู่ในประเทศสิงคโปร์

- สถานที่จดทะเบียนของบริษัท จะต้องเป็นที่อยู่ในสิงคโปร์

- การอนุมัติชื่อบริษัท

- ชื่อจะต้องไม่ซ้ำกับบริษัทที่จดทะเบียนอยู่แล้ว
- จะต้องไม่ทำความเสียหายให้กับเครื่องหมายการค้า (trademarks or patents) ที่จดทะเบียนอยู่แล้ว
- จะต้องไม่เป็นการส่อถึงความไม่สุภาพ
- จะต้องไม่มีคำสามัญ อาทิ ธนาคาร ไฟแนนซ์ ประกัน โรงเรียน มหาวิทยาลัย ตัวแทนท่องเที่ยว เป็นต้น และจะต้องได้รับการอนุมัติก่อนที่จะจดทะเบียน

- EntrePass

สำหรับผู้ประกอบการอิสระต่างชาติที่ต้องการย้ายถิ่นฐานมาสิงคโปร์ จะต้องขออนุญาตมี EntrePass for Entrepreneur foreigners

EntrePass Scheme มีไว้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการเข้ามาทำกิจการในสิงคโปร์แต่มีระดับการศึกษาไม่สูง ซึ่งต่างกับ Employment Pass ที่ออกให้กับผู้ที่มีคุณสมบัติทางการศึกษาในขั้นปริญญา หากได้รับการอนุมัติให้มี EntrePass แล้ว จะต้องจัดตั้งบริษัทภายใน 30 วัน หลังจากนั้น ระยะเวลาในการขอ EntrePass อยู่ระหว่าง 4-8 สัปดาห์ ส่วนใหญ่แล้ว EntrePass จะมีอายุ 1-2 ปี และอนุญาตให้บุคคลนั้นๆ นำครอบครัวเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศด้วยได้ โดยจะต้องขอ Dependent Pass ให้กับสมาชิกของครอบครัวในเวลาเดียวกัน เมื่อ EntrePass หมดอายุก็ขอต่ออายุได้ หากธุรกิจยังดำเนินอยู่เหมือนเดิม อย่างไรก็ตาม หากต้องการจัดตั้งบริษัทเร็วขึ้น ก็สามารถจดทะเบียนบริษัทก่อนแล้วค่อยขอ EntrePass หลังจากนั้นก็ได้ ทั้งนี้ EntrePass มีไว้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถมาอยู่ดูแลกิจการในประเทศนี้ได้ แต่หากไม่ต้องการมาพำนักในสิงคโปร์ก็ไม่จำเป็นต้องมี



- การขอใบอนุญาตเพื่อเข้าไปทำงานในประเทศสิงคโปร์ ต้องขอ S Pass หรือ Employment Pass

การขอใบอนุญาต S Pass เงินเดือนขั้นต่ำ 1,800 เหรียญสิงคโปร์ และ Employment Pass เงินเดือนขั้นต่ำ 2,500 เหรียญสิงคโปร์ จากหน่วยงาน Singapore Employment Pass Department, Ministry of Manpower

- สิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในการขอ EntrePass

(ที่มา : ACRA, www.asiabizsetup.com)

เอกสารที่จำเป็นต้องใช้ในการขอ ดังนี้

- แผนการดำเนินธุรกิจ (Business Plan) โดยประมาณ ควรจะมีเนื้อหาประมาณ 10 หน้า
- เงินลงทุนเพื่อจัดตั้งกิจการในระยะเริ่มต้น
- หลักฐานทางการศึกษา
- หลักฐานการทำงานในอดีต
- สำเนาหนังสือเดินทาง
- รูปถ่ายขนาดทำหนังสือเดินทาง
- สำเนาข้อมูลส่วนตัวและประวัติการทำงาน (CV/ Resume)
- แบบฟอร์มคำร้องขอ (www.mom.gov.sg)



4.5 ต้นทุนการจัดตั้งธุรกิจ

ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน

ค่าธรรมเนียมการยื่นขอจดทะเบียนชื่อบริษัท 15 เหรียญสิงคโปร์ และค่าธรรมเนียมการก่อตั้งบริษัท 300 เหรียญสิงคโปร์ โดยที่ ACRA จะใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงในการตรวจสอบเพื่ออนุญาตการจดทะเบียนชื่อบริษัท ซึ่งจะมีอายุใช้ได้ 2 เดือน ผู้ยื่นขอจะต้องขอจดทะเบียนบริษัทให้เรียบร้อยภายในเวลา2เดือนหากผู้ยื่นขอต้องการเวลาเพิ่มมากกว่า2เดือนจะต้องทำหนังสือขอต่อเวลาพร้อมค่าใช้จ่าย 10 เหรียญสิงคโปร์ ต่อชื่อบริษัท

ประเภทค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนบริษัท

1) Locally incorporated companies with share capital คือ

เงินทุนจดทะเบียน	ค่าจดทะเบียน (หน่วย:เหรียญสิงคโปร์/ปี)
ก) ไม่เกิน 100,000	1,200
ข) 100,101-1,000,000	1,200 + 400/ทุกจำนวนเงิน 100,000 หรือส่วนของ 100,000
ค) 1,000,001 ขึ้นไป	4,800 + 300/ทุกจำนวนเงิน 1,000,000 หรือส่วนของ 1,000,000

2) Companies without share capital 600

3) Foreign Companies 1,200

4) ค่าธรรมเนียมขออนุญาต[License Fee] เปิดร้านอาหาร/ภัตตาคาร ปีละ 120 เหรียญสิงคโปร์

- คุณสมบัติของผู้ที่จะสามารถจดทะเบียนการค้า มีดังนี้

1) ต้องมีอายุอย่างน้อย 18 ปีบริบูรณ์ (เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2552)

2) ต้องไม่เป็นผู้ที่ถูกฟ้องล้มละลาย หรือมิฉะนั้น ต้องได้รับการอนุญาตอย่างเป็นทางการ หากต้องการจดทะเบียนการค้าในประเทศสิงคโปร์

3) หากมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจในประเทศสิงคโปร์ จำเป็นต้องยื่นขอ Entre Pass จาก กระทรวงแรงงาน (Ministry of Manpower)

หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งบริษัท ดังนี้

1. กระทรวงการสิ่งแวดล้อม (Ministry of Environment – MOE) เพื่อขออนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร/ภัตตาคาร (ที่ตั้งและหมายเลขติดต่อของ MOE : Environment Health Department, Environment Building, #21-00, Scotts Road, S'pore 228231 Tel: 65-6731 9117 Fax: 65-6731 9749)

2) กระทรวงแรงงาน (Ministry of Manpower –MOM) เพื่อขออนุญาตนำพ่อครัว/แม่ครัว เข้ามาทำงานในสิงคโปร์ (ที่ตั้งและหมายเลขติดต่อของ MOM : Employment Pass Division, SIR Building, 10 Kallang Road, S'pore 208718 Tel: 65-6297 5443 Fax: 65-6298 0837)

3. สำหรับการดำเนินธุรกิจเฉพาะ จะต้องขอใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของธุรกิจสาขานั้นๆ เช่น

- โรงพยาบาล ต้องขอใบอนุญาตจาก Ministry of Health
- การก่อสร้าง ต้องขอใบอนุญาตจาก Building & Construction Authority
- การศึกษา ต้องขอใบอนุญาต Ministry of Education
- การบริการ ต้องขอใบอนุญาตจาก Singapore Police Force
- การบริการขนส่ง ต้องขอใบอนุญาตจาก Public Transport Council
- ธุรกิจ Software ต้องขอใบอนุญาตจาก Ministry of Information, Communications and the Arts
- การเงินและการคลัง ต้องขอใบอนุญาตจาก Ministry of Finance, Monetary Authority of Singapore

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจในสิงคโปร์

1. ค่าเช่าสำนักงานในเขต Central Business District เดือนละประมาณ 18.50-50.00 เหรียญสิงคโปร์/ตารางฟุต ไม่รวมค่าใช้จ่ายครั้งแรกสำหรับ fitting-out cost ระหว่าง 350-700 เหรียญสิงคโปร์/ตารางฟุต

2. ค่าจ้างพนักงาน ในปัจจุบันค่าจ้างพนักงานโดยเฉลี่ยเดือนละ 1,800-2,700 เหรียญสิงคโปร์ และการขึ้นเงินเดือนอยู่ที่ระดับประมาณร้อยละ 3.5 ต่อปี

3. เงินสะสมพนักงาน (CPF) บริษัทจะต้องจ่ายเงินสะสมให้แก่พนักงานร้อยละ 5-14.5 ของเงินเดือน ขึ้นอยู่กับอายุของพนักงาน โดยหน่วยงานสิงคโปร์ Central

Provident Fund Board (CPF Board) เป็นหน่วยงานที่เก็บเงินสะสมให้พนักงาน ทั้งนี้ ในส่วนของพนักงานเอง ต้องส่งเงินสะสมเข้าบัญชีตนเองที่ CPF Board ร้อยละ 5-20 ของเงินเดือนด้วย

4. ค่าข่าวสารทาง Internet ขึ้นอยู่กับระบบที่ใช้จะเป็น ISDN หรือ high-speed ADSL หรือ Broad Band ค่าใช้จ่ายประมาณระหว่าง 68 - 2,400 เหรียญสิงคโปร์/เดือน

4.6 อัตราภาษี สิทธิประโยชน์ในการลงทุนในสิงคโปร์

- ภาษี

1) สินค้าทุกชนิดที่นำเข้าต้องเสียภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 ของมูลค่าสินค้าที่นำเข้า

2) สินค้านำเข้าที่ต้องเสียภาษีนำเข้า ได้แก่ เครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ เช่น สุรา เบียร์ ไวน์ บุหรี่และยาสูบ น้ำมันปิโตรเลียม รถยนต์ และรถจักรยานยนต์

นอกจากภาษี GST และภาษีนำเข้าของสินค้า 4 รายการแล้ว ทางการสิงคโปร์เรียกเก็บ Excise Duty ของรายการสินค้าที่ต้องเสียภาษีนำเข้า รายละเอียดตามเอกสารแนบ : List of Dutiable Goods
ที่มา : http://www.customs.gov. sg

สิงคโปร์เป็นประเทศที่ให้ความเท่าเทียมกันระหว่างนักลงทุนในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเปิดกว้างให้นักลงทุนต่างประเทศสามารถลงทุนได้ 100 % เกือบทุกสาขา ยกเว้นเพียงด้านการกระจายเสียง และการจัดสรรคลื่นความถี่ (สูงสุดไม่เกินร้อยละ 49) กิจการด้านหนังสือพิมพ์ (ไม่เกินร้อยละ 5) ส่วนกิจการที่ห้ามนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน ได้แก่ ธุรกิจด้านกฎหมาย และการประกอบอาชีพทนายความ รวมถึงบางสาขาที่เกี่ยวข้องกับกิจการวิสาหกิจของรัฐ

นอกจากนี้ ยังอนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างในสิงคโปร์ รวมถึงไม่มีการควบคุมการโอนเงินตราต่างประเทศ และผลกำไรในการประกอบธุรกิจออกนอกประเทศ

สิงคโปร์เป็นประเทศที่ให้ความเท่าเทียมกันระหว่างนักลงทุนในและต่างประเทศ อีกทั้งยังเปิดกว้างให้นักลงทุนต่างประเทศสามารถลงทุนได้ 100 % เกือบทุกสาขายกเว้นเพียงด้านการกระจายเสียง และการจัดสรรคลื่นความถี่ (สูงสุดไม่เกินร้อยละ 49) กิจการด้านหนังสือพิมพ์ (ไม่เกินร้อยละ 5) ส่วนกิจการที่ห้ามนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน ได้แก่ ธุรกิจด้านกฎหมายและการประกอบอาชีพทนายความ รวมถึงบางสาขาที่เกี่ยวข้องกับกิจการวิสาหกิจของรัฐ

- อัตราภาษีและสิทธิประโยชน์ในการลงทุนในสิงคโปร์

อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax) ของสิงคโปร์ค่อนข้างต่ำและมีการปรับลดลงจากร้อยละ 20 (ปี 2548-2550) เหลือร้อยละ 18 (ปี 2551-2552) และตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นไป อัตราร้อยละ 17 ซึ่งนับเป็นอัตราต่ำสุดในภูมิภาคเอเชีย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับฮ่องกงที่ปัจจุบันเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตรา ร้อยละ 17.5

อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลของสิงคโปร์ ตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน รายละเอียด ดังนี้

ปีที่คิดรายได้	อัตราภาษี (%)	ปีที่คิดรายได้	อัตราภาษี (%)
2553 เป็นต้นไป	17	2546-2548	22
2551-2552	18	2545	24.5
2548-2550	20	2544	25.5

ขณะที่อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax) ของสิงคโปร์อยู่ในระดับร้อยละ 3.5-20 (ปี 2550-2554) และตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นไป อัตราร้อยละ 2-20 ส่วนผู้พำนักถาวร และชาวต่างชาติที่ทำงานในสิงคโปร์เป็นเวลา 183 วันหรือมากกว่า รายละเอียดในตารางเปรียบเทียบ ดังนี้

เงินรายได้ที่ต้องเสียภาษี (เหรียญสิงคโปร์	อัตรา ปี 2550-2554 (%)	คิดเป็นเงิน (S$)	อัตรา ปี 2555 เป็นต้นไป(%)	คิดเป็นเงิน (S$)
20,000 เหรียญฯ แรก	0	0	0	0
10,000 เหรียญฯ ต่อไป	3.5	350	2	200
30,000 เหรียญฯ แรก	-	350	-	200
10,000 เหรียญฯ ต่อไป	5.5	550	3.5	350
40,000 เหรียญฯ แรก	-	900	-	550
40,000 เหรียญฯ ต่อไป	8.5	3,400	7	2,800
80,000 เหรียญฯ แรก	-	4,300	-	-
80,000 เหรียญฯ ต่อไป	14	11,200	-	-
80,000 เหรียญฯ แรก	-	-	-	3,350
40,000 เหรียญฯ ต่อไป	-	-	11.5	4,600
120,000 เหรียญฯ แรก	-	-	-	7,950
40,000 เหรียญฯ ต่อไป	-	-	15	6,000
160,000 เหรียญฯ แรก	-	-	-	13,950
40,000 เหรียญฯ ต่อไป	-	-	17	6,800
160,000 เหรียญฯ แรก	-	15,500	-	-
160,000 เหรียญฯ ต่อไป	17	27,200	-	-
200,000 เหรียญฯ แรก	-	-	-	20,750
120,000 เหรียญฯ ต่อไป	-	-	18	21,600
320,000 เหรียญฯ แรก	-	42,700	-	42,350
มากกว่า 320,000 เหรียญฯ	20		20	

ปี 2550-2554 จำนวนเงินรายได้เพื่อหักลดหย่อนภาษี ร้อยละ 20 หรือสูงสุดไม่เกิน 2,000 เหรียญฯ

- สิทธิประโยชน์ในการลงทุนที่สำคัญ ได้แก่

1. Enterprise Investment Incentive (EII) Scheme เป็นการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่มิได้จดทะเบียนในตลาดหุ้นในปีที่เริ่มกิจการและมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (Paid-up Capital) ไม่ต่ำกว่า 10,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ รวมทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือมีบริการรูปแบบใหม่ โดยบริษัทสามารถนำยอดขาดทุนสะสมมาหักลดหย่อนภาษีได้สูงสุดถึง 3 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์

2. Tax Exemption for Start-Ups สำหรับนิติบุคคลที่จดทะเบียนในสิงคโปร์ และมีผู้ถือหุ้นไม่เกิน 20 ราย โดยทุกรายเป็นบุคคลธรรมดา สามารถขอรับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้โดยเงินได้จำนวน 1 แสนดอลลาร์สิงคโปร์แรกได้รับยกเว้นไม่ต้องนำมาคำนวณภาษีเงินได้ประจำปีเป็นเวลา 3 ปี

3. Licensed Warehouse Scheme (LWS) หากธุรกิจนั้นมีคลังสินค้าของตนเอง เพื่อเก็บสินค้าที่ต้องเสียภาษี GST สามารถขอจดทะเบียนคลังสินค้าที่ Singapore Customs เป็น Licensed Warehouse ได้ ซึ่งจะได้สิทธิประโยชน์จากการยกเว้นภาษี GST สำหรับสินค้าที่ยังเก็บในคลังสินค้านี้ จนกว่าจะมีการจำหน่ายออกไป แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องเสียค่าธรรมเนียมคลังสินค้ารายปี โดยหากเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เสียค่าธรรมเนียม 40,000 ดอลลาร์สิงคโปร์/ปี หากเป็นสินค้าอื่นๆ ในปีแรก ค่าธรรมเนียมคำนวณจากภาษีที่คาดว่าจะเก็บได้ (Projected Potential Duty) จากปริมาณสินค้าสูงสุดที่คลังสินค้านั้นสามารถรองรับได้ ส่วนปีต่อไปคำนวณจากภาษีเฉลี่ยที่จัดเก็บได้ในเดือนก่อนหน้า (Average Past Monthly Duty) โดยมีอัตราค่าธรรมเนียมดังตารางข้างล่างนี้

อัตราค่าธรรมเนียมคลังสินค้าจดทะเบียน (Licensed Warehouse)

Projected Potential Duty/Average Past Monthly Duty	ค่าธรรมเนียม (ดอลลาร์สิงคโปร์)
1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์หรือน้อยกว่า	2,500
มากกว่า 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ แต่ไม่เกิน 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์	4,000
ตั้งแต่ 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์	21,000

ที่มา : Government of Singapore, Licensed Warehouse Scheme (LWS)

อนึ่ง สำหรับสินค้าที่ไม่ต้องเสียภาษี GST สามารถขอจดทะเบียนเป็น Zero GST Warehouse ได้ ซึ่งจะทำให้ไม่ต้องยุ่งยากในกระบวนการเสียภาษี GST ด้วย

4.7 สิทธิพิเศษทางการค้า

สิทธิพิเศษที่สิงคโปร์ให้กับประเทศคู่ค้า ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบอาเซียนและ FTA โดยเป็นสินค้าและ การให้บริการ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และส่งผลให้สิงคโปร์มีบทบาทในเวทีเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ที่ปรากฏอย่างชัดเจน

ได้แก่ ความสัมพันธ์กับตะวันออกกลาง ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลดีในด้านมูลค่าทางการค้าเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้าใจทางการเมืองและศาสนาระหว่างกัน ซึ่งสิงคโปร์เป็นประเทศ ที่มีประชากรรวมหลายชาติ/ศาสนา รวมทั้งประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามด้วย

4.8 ความร่วมมือทางการค้ากับต่างประเทศ

สิงคโปร์มีความสัมพันธ์กับต่างประเทศทั้งระดับทวิภาคีและพหุพาคี เป็นสมาชิก APEC, ASEAN, ASEM, WTO, UN, ASEF, FEALAL, G77, NAM, The Commonwealth, UNSC. OPCW รวมทั้ง มีการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement : FTAs) กับนานาประเทศด้วย ซึ่งข้อตกลงการค้าเสรีที่มีทั้งการลงนามระหว่าง 2 ประเทศหรือมากกว่า จะช่วยลดมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี ลดอัตราภาษีการนำเข้า ผ่อนปรนกฎ/ระเบียบในการลงทุนและส่งเสริมให้การส่งสินค้าและการบริการระหว่างประเทศเป็นไปด้วยความสะดวก นอกจากนั้น ยังเป็นประโยชน์ต่อการสร้างตลาดใหม่ๆให้แก่นักลงทุนสิงคโปร์พร้อมเปิดโอกาสด้านการค้า-ขาย รวมถึงการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา และเพื่อให้สิงคโปร์รักษาระดับมาตรฐานของการเป็นศูนย์การกระจายสินค้าและการขนส่งอีกด้วย

นับตั้งแต่การลงนาม FTA ครั้งแรกเมื่อปี 2536 ภายใต้ ASEAN Free Treade Area (AFTA) เครือข่าย FTA ของสิงคโปร์ได้ขยายครอบคลุมไปยังประเทศคู่ค้าในภูมิภาคต่างๆทั่วโลก ซึ่งข้อตกลงการค้าเสรีที่สิงคโปร์ร่วมลงนามกับประเทศต่างๆเรียบร้อยแล้ว มีดังนี้ คือ

1. ASEAN Free Trade Area (AFTA)
2. ASEAN-Australia-New Zealand FTA (AANZFTA)
3. ASEAN-China (ACFTA)
4. ASEAN-India (AIFTA)
5. ASEAN-Japan (AJCEP)
6. ASEAN-Korea (AKFTA)
7. Australia (SAFTA)
8. China (CSFTA)
9. Hashemite Kingdom of Jordan (SJFTA)
10. India (CECA)
11. Japan (JSEPA)
12. Korea (KSFTA)
13. New Zealand (ANZSCEP)
14. Panama (PSFTA)
15. Peru (PeSFTA)
16. Switzerland, Liechtenstein, Norway and Iceland (ESFTA)

17. Trans-Pacific SEP (Brunei, New Zealand, Chile, Singapore)
18. United States (USSFTA)

ประเทศที่ลงนามและรอเวลาที่จะมีผลบังคับใช้ คือ Costa Rica (CRSFTA) และ Gulf Cooperation Council : GCC (GSFTA) (Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia and the United Arab Emirates)

ประเทศที่อยู่ระหว่างการเจรจา คือ

1. Canada
2. Mexico
3. Pakistan
4. Ukraine

ซึ่งสิงคโปร์เห็นว่าตลาดข้างต้นนี้เป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพ ทั้งนี้ข้อตกลงดังกล่าวนอกจากจะส่งผลให้สิงคโปร์ได้รับผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจการค้าแล้ว ยังส่งผลทางอ้อมคือ เป็นการสร้างสัมพันธไมตรีทางการทูตให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นและช่วยสร้างความเข้าใจทางการเมืองและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติโดยต่างศาสนาด้วย จากการที่สิงคโปร์เป็นประเทศมีการค้าเสรี รัฐบาลมีกฎ/ระเบียบโปร่งใสและรักษากฎอย่างเคร่งครัดและภาครัฐได้สร้างบรรยากาศด้านการลงทุนให้เป็นที่น่าสนใจต่อชาวต่างชาติที่ประสงค์จะย้ายถิ่นเข้ามาลงทุนในสิงคโปร์ รวมทั้งมีมาตรการในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา และมีสภาพบ้านเมืองที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจการค้า ดังนั้น เมื่อรวมระบบโครงสร้างพื้นฐานสำคัญต่างๆ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสิงคโปร์เข้ากับการที่สิงคโปร์มีข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก ก็สามารถทำให้กระบวนการค้าระหว่างประเทศเป็นไปได้โดยง่าย และส่งผลให้เศรษฐกิจสิงคโปร์สามารถเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ สิงคโปร์มีกรอบขยายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับสิงคโปร์ (Singapore-Thailand Enhanced Economic Relationship : STEER)

อนึ่ง ข้อมูลรายละเอียด FTA ของสิงคโปร์ ดูได้ในเว็บไซต์ http://www.fta.gov.sg

ที่มา : Ministry of Trade & Industry, Singapore

4.9 ข้อตกลง/ความร่วมมือทางการค้า กับประเทศไทย

รูปแบบความสัมพันธ์ทางการค้าทวิภาคี : ความสัมพันธ์ทางการค้าทวิภาคีระหว่างไทยกับสิงคโปร์ที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการไทยเริ่มเข้ามาลงทุนในสิงคโปร์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็น ความก้าวหน้าของบริษัทไทยที่กล้าลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งแต่เดิมนักลงทุนสิงคโปร์จะเข้าไปลงทุนในไทยมากกว่าที่นักลงทุนไทยจะ

เข้ามาลงทุนในสิงคโปร์ อย่างไรก็ดี นักลงทุนไทยมองเห็นช่องทางการลงทุนดำเนินธุรกิจการค้าในหลายสาขา เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ศูนย์กลางจำหน่ายวัตถุดิบประกอบอาหารไทย และธุรกิจสปา เป็นต้น

STEER : ไทยและสิงคโปร์มีกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจ Singapore-Thailand Enhanced Economic Relations (STEER) มีจุดมุ่งหมายเพื่อการส่งเสริมพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเกื้อกูลกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนใน 5 สาขา ได้แก่ สาขาเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ประกอบยานยนต์ การท่องเที่ยว การคมนาคมและการขนส่ง และการบริการทางการเงิน ทั้งนี้ การประชุม STEER ที่จัดขึ้นแล้วหลายครั้ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความร่วมมือในด้านการลงทุนในธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะในด้านการขนส่งทางทะเล ระบบโครงสร้างพื้นฐาน logistics ระบบสื่อสารโทรคมนาคม การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์



นอกจากนี้ ได้ตกลงกำหนดเป้าหมายการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยจะเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างกันเป็น 2 เท่าตัวจากตัวเลขในปัจจุบัน และการลงทุนในปริมาณ 1,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในอนาคต รวมทั้งตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน จำนวน 1 ล้านคนมายังไทยและสิงคโปร์ภายใน 3 ปี โดยดำเนินการด้านการตลาดร่วมกัน นอกจากนี้ ยังได้เห็นชอบจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างกัน (Strategic Roadmaps



for Enhanced Partnership) ใน 5 สาขา คือ 1) การท่องเที่ยว (การจัดทำการตลาดร่วมภายใต้แผนงาน two countries, one destination) 2) โลจิสติกส์และการขนส่ง (จัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาความร่วมมือด้านการขนส่งทางอากาศและทางน้ำ) 3) เกษตรและอาหาร (การจัดทำ compartmentalization เพื่อควบคุมโรคระบาดในสัตว์) 4) การศึกษา (การจัดทำแผนงานพัฒนาบุคลากรในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี) และ 5) SMEs (การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจ ร่วมวิจัยเรื่องน้ำมันและก๊าซ และลงทุนในประเทศที่สาม)

CSEP : โครงการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานข้าราชการพลเรือนไทย - สิงคโปร์ (Thailand - Singapore Civil Service Exchange Programme: CSEP) ซึ่งได้จัดตั้งเมื่อปี 2541 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้หน่วยราชการไทยและสิงคโปร์มีโอกาสพบปะอย่างใกล้ชิดและสร้างความคุ้นเคยระหว่างกันและนำไปสู่การขยายความร่วมมือที่ดีต่อกันต่อไป โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของทั้งสองประเทศเป็นประธานร่วม โดยย้ำความสำคัญของความร่วมมือในลักษณะหุ้นส่วนมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการศึกษา แรงงาน ความร่วมมือทางวิชาการสาธารณสุข และความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ

4.10 ปัญหา/อุปสรรค/ประเด็นทางการค้าและการลงทุนกับไทย

ปัญหา/อุปสรรค/ประเด็นทางการค้าและการลงทุนกับไทย	แนวทางแก้ไขปัญหา
1. เปิดตลาดเนื้อสุกรแปรรูป (1) ระเบียบการนำเข้าสุกรมีชีวิต แปรรูป หรือผลิตภัณฑ์ เช่น หมูกระป๋อง แฮม Ready-to-eat ที่มีส่วนประกอบของหมู หมูหยอง หมูแผ่น ไส้กรอกหมู รวมทั้งเนื้อสัตว์ทุกชนิดในสิงคโปร์อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) (Ministry of National Development) โดยกำหนดว่าสุกรมีชีวิต เนื้อสุกรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจะต้องผลิตมาจากฟาร์มเลี้ยงสุกร โรงฆ่า โรงชำแหละ และโรงงานแปรรูปที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากหน่วยงาน AVA แล้วเท่านั้น (2) ตั้งแต่ ปี 2534 สิงคโปร์ห้ามนำเข้าสุกรทุกชนิดจากไทย เพราะพบโรคปากเปื่อยเท้าเปื่อย ต่อมาในปี 2546 - AVA ได้ผ่อนผันให้มีการนำเข้าเนื้อสุกรแปรรูปโดยผ่านความร้อนสูง (Heat- processed pork products) จากประเทศไทย ซึ่งเนื้อสุกรจะต้องมาจากโรงฆ่าที่กรมปศุสัตว์รับรองและ AVA ตรวจสอบและอนุมัติแล้วเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันมี 7 โรงงาน	**1. เปิดตลาดเนื้อสุกรแปรรูป** (1) ขอให้ผ่อนคลายกฎระเบียบที่กำหนดให้เนื้อสุกรนำเข้าต้องผ่านความร้อน 70 องศา 30 นาที ในทุกขบวนการ ผลิต โดยเสนอให้ใช้หลักการเดียวกันกับญี่ปุ่น คือ การต้ม/นึ่งให้ผ่านความร้อน 70 องศา 1 นาที และขอให้รับรองสินค้าเป็นสายการผลิต เช่น ต้ม หรือนึ่ง แทนการให้การรับรองเป็นราย item ซึ่งเสียเวลามาก (2) ขอให้รับรองฟาร์มที่ได้มาตรฐานตามที่กรมปศุสัตว์ได้รับรองแล้ว และไม่อยู่ในเขตโรคปากเปื่อยเท้าเปื่อย

2. เปิดตลาดผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป (1) ระเบียบการนำเข้าสัตว์ปีก โดย AVA กำหนดให้นำเข้าจาก ประเทศผู้ผลิตที่ได้รับการอนุมัติเท่านั้น สำหรับประเทศไทย เดิม AVA ออกใบรับรองให้นำเข้าสินค้าสัตว์ปีกแช่แข็งและผลิตภัณฑ์ เนื้อสัตว์ปีกจากฟาร์มในไทย 24 แห่ง แต่เนื่องจากเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกเมื่อต้นปี 2547 จึงทำให้ AVA ประกาศห้ามนำเข้าสินค้าสัตว์ปีกแช่แข็งและผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเป็นการชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม 2547 และหลังจากนั้นได้ประกาศห้ามนำเข้าจาก จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และแอฟริกาใต้ (2) AVA ได้ผ่อนผันให้มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป (Processed poultry meat) จากประเทศไทย ซึ่งจะต้องมาจากโรงฆ่าและโรงงานที่กรมปศุสัตว์รับรอง และ AVA ตรวจสอบและอนุมัติ แล้วเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันมี 21 โรงงาน **3. การจ้างแรงงานเกี่ยวกับธุรกิจบริการ** (1) กฎ ระเบียบของการจ้างแรงงานในธุรกิจร้านอาหารและหมอนวดไทย คือ พ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานนวดนั้น สิงคโปร์จัดแบ่งประเทศที่อนุญาตให้จ้างแรงงานต่างชาติได้ (Approved Source Countries) คือ มาเลเซีย ฮ่องกง มาเก๊า เกาหลีใต้ และไต้หวัน โดยนายจ้างสามารถจ้างแรงงานต่างชาติได้ในสัดส่วนร้อยละ 40 (2) สำหรับไทย จัดอยู่ในประเภท (Non-Traditional Source : NTS) ซึ่งมีประเทศอื่น ได้แก่ อินเดีย ศรีลังกา บังกลาเทศ พม่า ฟิลิปปินส์ และปากีสถาน โดยนายจ้างสามารถจ้างได้ในสัดส่วน 20 : 1 หมายถึง จ้างคนสิงคโปร์ 19 คน จ้างคนไทยได้ 1 คน (20 คน หมายถึงพนักงานทั้งหมด) ซึ่งทำให้ไม่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนในภาคธุรกิจบริการของไทยในสิงคโปร์ นอกจากนี้ การยื่นขอใบอนุญาตจ้างแรงงานไทยต่อ Ministry of Manpower (MOM) ประสบปัญหา เนื่องจาก ในบางกรณี สำนักงานแรงงานไทยได้มีหนังสือรับรองพร้อมเอกสารใบประกาศนียบัตรจากหน่วยงานของไทยเพื่อรับรองแล้ว แต่ไม่ได้รับอนุญาต โดยไม่มีการชี้แจงเหตุผล (3) ล่าสุดหน่วยงาน Workforce Development Agency ได้ออกกฎระเบียบกำหนด Skill Standard ใหม่ ภายใต้ National Skills Recognition System (NSRS) มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2549 โดยได้เพิ่มเงื่อนไขมากขึ้น หมอนวดจะต้องผ่านหลักสูตร ดังนี้ - Provide full-body massage with oil - Provide full-body massage without oil - Perform manicure-pedicure - Perform face treatment โดยในความเป็นจริง ธุรกิจสปาของไทยในสิงคโปร์ ดำเนินธุรกิจเฉพาะนวดตัว และนวดเท้าเท่านั้น ดังนั้น เงื่อนไขดังกล่าวจึงเป็นการเพิ่มภาระ และต้นทุนให้กับผู้ประกอบการ	**2. เปิดตลาดผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูป** (1) ขอให้ Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) จัดส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบฟาร์มไก่ในไทย และให้เร่งดำเนินการออกใบรับรองโดยเร็ว เนื่องจากปกติจะใช้เวลาประมาณ 3 เดือนในการออกใบรับรองหลังจากที่ได้ตรวจสอบฟาร์มเลี้ยงไก่ **3. การจ้างแรงงานเกี่ยวกับธุรกิจบริการ** (1) ขอให้สิงคโปร์พิจารณาให้ไทยอยู่ใน Approved Source Countries (2) ขอให้รับรองหนังสือจากสำนักงานแรงงานไทยในสิงคโปร์ ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลไทยเพื่อรับรองคุณสมบัติของแรงงานไทย (3) ขอให้พิจารณาปรับสัดส่วนการจ้างแรงงานต่างชาติ เนื่องจาก สัดส่วน 20 : 1 ค่อนข้างสูง และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจบริการส่วนมากมีการจ้างงานไม่มาก (4) ขอให้พิจารณากฎระเบียบใหม่ที่กำหนดให้หมอนวดต้องผ่านหลักสูตรต่างๆ โดย เฉพาะเรื่อง manicure-pedicure และ Perform face treatment ซึ่งเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการ

4.11 ลู่ทางการค้าและการลงทุน

สิงคโปร์มีเป้าหมายที่จะขยายการลงทุนในสาขาต่างๆเพิ่มขึ้น เช่น การสื่อสารโทรคมนาคม IT การให้บริการด้านการเงิน/การธนาคาร การศึกษา การสาธารณสุข การค้นคว้าและวิจัยเภสัชภัณฑ์ และธุรกิจบริการ

จุดแข็งทางการค้าและการลงทุน

1. สิงคโปร์มีความเชี่ยวชาญในการจัดการทรัพยากรบุคคล บริหารจัดการธุรกิจ เป็นตลาดเทคโนโลยีของเอเชียแห่งหนึ่ง มีจุดเด่นเรื่องทำเลที่ตั้งทำให้เป็นเมืองท่าที่สำคัญของโลก มีเครือข่ายธุรกิจกับคนสัญชาติจีนในประเทศต่างๆ มีระบบ Logistics ในการจัดการด้าน Supply Chain ในระดับมาตรฐานโลก รวมทั้งการเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ ทำให้สิงคโปร์เป็นฐานในการทำการค้ากับทั่วโลก เช่น



- ประตูเปิดสู่เอเชีย-แปซิฟิก
- ศูนย์กลางการค้า/บริการของภูมิภาค
- ศูนย์กลางการเดินเรือพาณิชย์
- ศูนย์กลางการเงินของภูมิภาค
- ศูนย์กลางการบินพาณิชย์

2. สิงคโปร์เป็นประเทศสมาชิกอาเซียนที่เปิดให้มีการค้าอย่างเสรี โดยมีมาตรการควบคุมการส่งออก-นำเข้าสินค้าเพียงบางรายการทั้งยังเป็นประเทศที่ทำธุรกิจในลักษณะ Trading Hub ดังนั้น ประเทศไทยควรใช้สิงคโปร์เป็นแหล่งส่งออก (re-export) สินค้าไปสู่ประเทศที่สามเพื่อขยายการส่งออก โดยอาศัยจุดแข็งของสิงคโปร์ในด้านการจัดการ การเงิน/ธนาคาร การสื่อสารและการคมนาคมขนส่ง

3. สิงคโปร์มีนโยบาย Regionalization คือ จะทำการค้าและการลงทุนกับประเทศในเอเชียมากขึ้น ดังนั้นไทยควรพิจารณาร่วมลงทุนกับสิงคโปร์ทั้งในด้านการผลิตและการตลาดเพื่อเจาะตลาดในภูมิภาค

จุดอ่อนทางการค้าและการลงทุน คือ สิงคโปร์เป็นตลาดเล็ก ส่วนใหญ่นำเข้าสินค้าเพื่อการบริโภคอุปโภค สินค้านำเข้าจากไทยเพื่อบริโภคในประเทศโดยตรงมีเพียงไม่กี่รายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอาหาร เช่น ข้าว ผัก ผลไม้ อาหารทะเล อาหารกระป๋อง เป็นต้น นอกจากนั้นสินค้าที่นำเข้าจะส่งออกต่อไปยังประเทศที่สาม (Re-export) สำหรับการลงทุน ส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนในสินค้าที่มีมูลค่าสูง ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนมาก

4.12 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า/การลงทุนของสิงคโปร์

1) Ministry of Trade and Industry (MTI) รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้า การลงทุนและการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรม

2) International Enterprise Singapore (IE Singapore) ได้จัดโครงสร้างใหม่จากหน่วยงานเดิมคือ Trade Development Board (TDB) มีนโยบายช่วยเหลือและสนับสนุนบริษัทสิงคโปร์ให้มีความสามารถขยายตัวไปสู่ตลาดโลกได้ โดยให้บริการและอำนวยความสะดวกในการด้านต่างๆ เช่น การจัดหาข้อมูลการตลาด ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการค้า และการนัดหมาย/จัดหาคู่ค้าในต่างประเทศ รวมทั้งมีนโยบายส่งเสริมสิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางของ SME ในภูมิภาค โดยมีมาตรการจูงใจให้ประเทศต่างๆมาเปิดบริษัท/สาขาในสิงคโปร์ และร่วมกับบริษัทสิงคโปร์ในการขยายธุรกิจสู่ตลาดในภูมิภาคต่อไป

3) Economics Development Board (EDB) ส่งเสริมให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนใน ทั้งด้านการผลิตและการบริการระดับนานาชาติ

4) Standard Productivities & Innovation Board (SPRING Singapore) สนับสนุนให้ประเทศมีผลการผลิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะใน 3 ด้านคือ 1) การเพิ่มผลผลิตและการสร้างสรรค์ 2) มาตรฐานและคุณภาพ และ 3) SMEs ภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่สามารถแข่งขันได้ และมีการขยายตัวของเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและชีวิตมีคุณภาพ

5) Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) รับผิดชอบในการตรวจสอบมาตรฐาน/คุณภาพอาหารนำเข้าสิงคโปร์ ออกระเบียบและดูแลสุขอนามัยภายในประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นใจว่า อาหารที่นำเข้าสิงคโปร์และผลิตในประเทศมีความสะอาดถูกสุขอนามัยปลอดภัยต่อการบริโภค

ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการค้าการลงทุน สามารถติดต่อ :

1) Ministry of Trade and Industry (MTI) รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้า การลงทุนและการจัดตั้ง โรงงานอุตสาหกรรม

Ministry of Trade and Industry
100 High Street, #09-01 The Treasury, Singapore 179434
Tel: 65-6225 9911
Fax: 65-6332 7260
E-mail: mti_email@mti.gov.sg
Website: www.mti.gov.sg

2) International Enterprise Singapore (IE Singapore) ช่วยเหลือและสนับสนุนบริษัทสิงคโปร์ให้มีความสามารถขยายตัวไปสู่ตลาดโลก และส่งเสริมสิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางของ SME ในภูมิภาค

International Enterprise Singapore
230 Victorai Street #10-00, Bugis Junction Office Tower,
Singapore 188024
Tel: 65-6337 6628
Fax: 6337 6898
E-mail: n/a
Website: www.iesingapore.gov.sg

3) Economic Development Board (EDB) ส่งเสริมให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ ทั้งด้านการผลิตและการบริการ

Economics Development Board
250 North Bridge Road, #28-00 Raffles City Tower,
Singapore 179101
Tel: 65-6832 6832
Fax: 65-6832 6565
E-mail: clientservices@edb.gov.sg
Website: www.edb.gov.sg

4) Standard Productivities & Innovation Board (SPRING Singapore) สนับสนุนให้ประเทศมีผลการผลิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะใน 3 ด้านคือ 1) การเพิ่มผลผลิตและการสร้างสรรค์ 2) มาตรฐานและคุณภาพ และ 3) SMEs ภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่สามารถแข่งขันได้ และมีการขยายตัวของเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและชีวิตมีคุณภาพ

Standard Productivities & Innovation Board
1 Fusionopolis Walk, #01-02 South Tower, Solaris,
Singapore 138628
Tel: 65-6278 6666
Fax: 65-6278 6667
E-mail: enterpriseone@spring.gov.sg
Website: www.spring.gov.sg

5) Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) รับผิดชอบในการตรวจสอบมาตรฐาน/คุณภาพอาหารนำเข้าสิงคโปร์

Agri-Food & Veterinary Authority
5 Maxwell road #04-00, Tower block, MND Complex,
Singapore 069110
Tel: 65-6325 7604
Fax: 65-6220 6068
E-mail: ava_email@ave.gov.sg
Website: www.ava.gov.sg

5. ข้อมูลอื่นๆ

5.1 ภาคแรงงานของสิงคโปร์ (ที่มา : Ministry of Manpower)

- จำนวนแรงงานในสิงคโปร์ (ถึงเดือนมิถุนายน)

อายุ 15 ปี ขึ้นไป	2552	2553
จำนวนแรงงานรวม ('000)	**3,030.0**	**3,135.9**
การจ้างงาน ('000)	1,985.7	2,047.3
คนว่างงาน ('000)	90.3	65.5
อัตราการจ้างงาน (%)	65.4	66.2
อัตราการว่างงาน (%)	4.5	3.2

- ตำแหน่งการจ้างงานแยกประเภทอาชีพ

อายุ 15 ปี ขึ้นไป	2553 (ม.ค.-มิ.ย.)
จำนวนการจ้างงานรวม ('000)	**1,962.9**
Managerial & Administrator	266.4
Working Proprietors	68.8
Professional	312.6
Associate Professionals & Technical	373.4
Clerical Support	240.5
Service & Sales	246.4
Craftsmen & Related Trades	86.5
Plant & Machine Operators & Assemblers	154.2
Cleaners, Labourers & Related Workers	145.5
Others	68.7

- จำนวนการจ้างงานแยกประเภทอุตสาหกรรม

อายุ 15 ปี ขึ้นไป	2553 (ม.ค.-มิ.ย.)	
	ชาย	หญิง
จำนวนการจ้างงานรวม ('000)	**1,106.6**	**856.4**
Manufacturing	186.2	105.2
Construction	80.0	23.2
Services	811.4	718.5
Others	28.3	9.4

กฎ/ระเบียบในการจ้างแรงงานต่างชาติทำงานในสิงคโปร์

สิงคโปร์กำหนดนโยบายในการอนุญาตให้คนต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศแบ่งออกเป็น 6 ประเภทดังนี้

1. Employment Pass (EP)
2. Personalised Employment Pass (PEP)
3. S Pass
4. Work Permit (Foreign Worker : FW)
5. Work Permit (Foreign Domestic Worker : FDW)
6. อื่นๆ

(1) Employment Pass (EP) ใบอนุญาตทำงานประเภท EP สำหรับคนต่างชาติระดับวิชาชีพ (Professional) และระดับบริหาร (Executive) ที่มีเงินเดือน ประจำตั้งแต่ 2,500 เหรียญสิงคโปร์ และมีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับโดย Employment Pass แบ่งเป็นหลายระดับดังนี้

- ระดับ P1 ค่าจ้างมากกว่า 7,000 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป
- ระดับ P2 ค่าจ้างอยู่มากกว่า 3,500 และไม่เกิน 7,000 เหรียญสิงคโปร์
- ระดับ Q1 สำหรับผู้ได้รับค่าจ้างมากกว่า 2,500 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป

การออกใบอนุญาตทำงานประเภท Employment Pass นั้น หากนายจ้างในสิงคโปร์ ต้องการจ้างผู้ที่มีความรู้ความสามารถเชี่ยวชาญด้านต่างๆจะสามารถจ้างได้โดยไม่มีข้อจำกัดที่เกี่ยวกับเรื่องสัดส่วนการจ้างงาน

(2) Personalised Employment Pass (PEP) ใบอนุญาตทำงานประเภท PEP เป็นใบอนุญาต แบบใหม่เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มีความสามารถพิเศษ (Global Talent) ให้มาทำงานในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งจะต้องมีเงินเดือนประจำในปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 30,000 เหรียญสิงคโปร์ และมีคุณสมบัติขั้นต่ำดังนี้

- สำหรับผู้ถือใบอนุญาต P Pass ต้องมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 2 ปี
- สำหรับผู้ถือใบอนุญาต Q 1 Pass ต้องมี ประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 5 ปี
- สำหรับคนต่างชาติที่จบการศึกษาจากสถาบันขั้นสูงในสิงคโปร์และถือใบอนุญาต P Pass หรือ Q1 Pass ต้องมีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 2 ปี
- ผู้มีใบอนุญาต PEP จะได้รับอนุญาตให้ทำงานในทุกภาคธุรกิจ และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงงานหรือรองานใหม่จะได้รับอนุญาตให้อยู่ในประเทศสิงคโปร์ต่อไปได้อีก 6 เดือน



(3) S Pass ใบอนุญาตทำงานประเภท S Pass สำหรับคนต่างชาติที่มีฝีมือแรงงาน ในระดับกลาง (mid-level skilled worker) เช่น ช่างเทคนิคต่างๆ และต้อง มีคุณสมบัติดังนี้

- มีเงินเดือนประจำขั้นต่ำ 1,800 เหรียญสิงคโปร์
- มีการศึกษาระดับปริญญาหรืออนุปริญญา (Degree or Dploma) หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิคหลักสูตรเต็มเวลาอย่างน้อย 1 ปี
- ประเภทของงานที่เกี่ยวกับวิชาชีพ ผู้ชำนาญการ หรือช่างเทคนิค โดยเฉพาะอาชีพที่เป็น ที่ต้องการในตลาดแรงงานสิงคโปร์ในระยะ 2 – 3 ปีข้างหน้า
- ประสบการณ์ทำงาน

(4) Work Permit (Foreign Worker) ใบอนุญาตประเภท WP สำหรับแรงงานต่างชาติกึ่งฝีมือ (Semi-skilled worker) และแรงงานไร้ฝีมือ (Unskilled worker) อายุระหว่าง 16 – 50 ปี ที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 1,800 เหรียญสิงคโปร์ ซึ่งจะมีการ ควบคุม โดยการเก็บค่าธรรมเนียม (Levy) จากนายจ้าง และมีการกำหนดสัดส่วนของแรงงานท้องถิ่นกับแรงงานต่างชาติ และการกำหนดประเทศ ที่อนุญาตให้ทำงานในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ

(5) Worker Permit (Foreign Domestic Worker) ใบอนุญาตทำงานสำหรับ คนงานต่างชาติที่ทำงานรับใช้ในบ้าน มีอายุระหว่าง 23 – 50 ปี สำหรับผู้ไม่เคยทำงานในสิงคโปร์ มาก่อนและต้องมีการศึกษาอย่างน้อย 8 ปี

(6) อื่นๆ ได้แก่ ใบอนุญาตทำงานสำหรับผู้ประกอบการ ใบอนุญาตฝึกงาน Work Holiday Programme และ Long-Term Social Visit ใบอนุญาตทำงานของนักศึกษาและใบอนุญาต ทำงานพี่เลี้ยงเด็ก เป็นต้น

อนึ่ง เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2552 กระทรวงแรงงานสิงคโปร์ได้วางแผนการเรียกเก็บภาษี(levy)เพิ่มเงินจากการจ้างแรงงานชาวต่างชาติโดยจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นภายใน 3 ปีข้างหน้า เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการทำงานและลดการพึ่งพาแรงงานชาวต่างชาติ ซึ่งการเรียกเก็บเงินเพิ่มขึ้นปีต่อปีในการจ้างงานสรุปได้ดังนี้

- บริษัทจ้างชาวต่างชาติโดยได้รับใบอนุญาต S Pass สามารถจ้างได้สัดส่วนสูงสุด ร้อยละ 25 ของจำนวนพนักงานรวมของบริษัท และต้องจ่าย levy ดังนี้

สัดส่วนจ้างงาน %	ปัจจุบันจ่าย levy S$/คน	1 กค. 2552 levy S$/คน	1 กค. 2553 levy S$/คน	1 กค. 2554 levy S$/คน
25	50	120	180	250
20	50	100	180	250
15	50	100	120	150
10	50	100	120	150
5	50	100	120	150

- บริษัทจ้างชาวต่างชาติโดยได้รับในอนุญาต Work Permit สามารถจ้างได้สัดส่วนสูงสุดร้อยละ 87.5 ของจำนวนพนักงานรวมของบริษัท และต้องจ่าย levy ดังนี้

	ปัจจุบันจ่าย levy S$/คน	1 กค. 2552 levy S$/คน	1 กค. 2553 levy S$/คน	1 กค. 2554 levy S$/คน
Levy for workers not tied to specific projects	300	310	330 for higher skilled	350 for higher skilled
			380 for basic skilled	450 for basic skilled
Levy for workers hired for specific projects	150 for skilled	160 for skilled	180 for higher skilled	200 for higher skilled
	470 for unskilled	470 for unskilled	230 for basic skilled	300 for basic skilled

ที่มา: กระทรวงแรงงานสิงคโปร์

ทั้งนี้ การเรียกเก็บค่า levy เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้บริษัทและอุตสาหกรรมต่างๆ ที่พึ่งพาแรงงานชาวต่างชาติประสบปัญหาในการหาแรงงานชาวสิงคโปร์ และเป็นการเพิ่มต้นทุนการดำเนินกิจการ/การผลิตที่จะส่งผลให้บริษัท/ผู้ผลิตมีประสิทธิภาพในการแข่งขันการส่งออกไปยังต่างประเทศลดลง อีกทั้งผู้บริโภคภายในประเทศจะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นด้วย

การทำงานของคนต่างชาติด้านธุรกิจบริการ

กฎ/ระเบียบที่อนุญาตแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานในสิงคโปร์ โดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านผู้ประกอบการร้านอาหารไทย พนักงานนวดแผนไทย และพนักงานดูแลผู้สูงอายุ/คนป่วย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย จะต้องขอจดทะเบียนธุรกิจกับหน่วยงานสิงคโปร์ คือ Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) และขอ License จาก Ministry of Environment สำหรับสัดส่วนการร่วมลงทุนนั้น สิงคโปร์ไม่มีกฎหมายหรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการลงทุนของชาวต่างชาติในสิงคโปร์ หากผู้ขอฯ ชาวต่างชาติได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจแล้ว สามารถถือหุ้นได้ 100 % เงินลงทุนขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ การตกแต่งร้าน วัสดุอุปกรณ์ จำนวนคนงาน ฯลฯ และค่าเช่าร้าน/พื้นที่จะขึ้นอยู่กับที่ตั้งที่เป็นตัวกำหนดอัตราค่าเช่า

2. พนักงานนวดแผนไทย (ซึ่งรวมพนักงานในสปา) จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ Ministry of Manpower แจ้งว่า ในด้านนี้สิงคโปร์จะอนุญาตให้มาจากประเทศมาเลเซีย ไต้หวัน ฮ่องกง และมาเก๊า ส่วนแรงงานจากประเทศไทยนั้น จะต้องอยู่ในหมวดขออนุญาต Employment Pass ซึ่งต้องมีเงินเดือน สูงกว่า 2,500 เหรียญสิงคโปร์ และ S-Pass ซึ่งต้องมีเงินเดือนสูงกว่า 1,800 เหรียญสิงคโปร์ โดยที่หน่วยงานสิงคโปร์มีสิทธิ์โดยเด็ดขาดที่จะอนุญาตหรือไม่อนุญาตเป็นรายๆไป

3. พนักงานดูแลผู้สูงอายุ/คนป่วย อยู่ในหมวด Domestic Worker ซึ่งผู้จ้างต้องจ่าย Security Bond ให้แก่รัฐบาลเป็นเงิน 5,000 เหรียญสิงคโปร์ก่อนที่จะจ้างได้ นอกจากนั้นผู้จ้างจะต้องจ่าย Levy แก่รัฐบาลเดือนละ 265 เหรียญสิงคโปร์ต่อลูกจ้าง 1 คน อีกทั้งผู้จ้างจะต้องเป็นผู้ดูแลทุกข์สุขของ ลูกจ้างในระยะเวลาที่ว่าจ้าง และต้องรับผิดชอบต่อลูกจ้างโดยที่ลูกจ้างไม่กระทำผิดกฎหมาย ไม่สามารถแต่งงานกับประชาชนสิงคโปร์หรือผู้พำนักถาวรในสิงคโปร์และไม่ตั้งครรภ์

5.2 แนวโน้มความต้องการจ้างแรงงานไทย

ประเทศที่ถือเป็นคู่แข่งของแรงงานไทย ได้แก่ ประเทศอินเดีย บังคลาเทศ ศรีลังกา ปากีสถาน และพม่า รวมจำนวนประมาณ 145,000 คน ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานในภาคการก่อสร้างและอู่ต่อเรือเช่นเดียวกับแรงงานไทย โดยแรงงานไทยมีสัดส่วนเป็น 1 : 3 ของจำนวนแรงงานประเทศดังกล่าวรวมกัน อย่างไรก็ดี จากการสอบถามนายจ้างและบริษัทจัดส่งคนงาน สรุปได้ว่าแรงงานไทยมีฝีมือดี เรียนรู้การทำงานได้เร็วและเชื่อฟังนายจ้าง จึงเป็นที่ต้องการของนายจ้างส่วนใหญ่ และได้รับค่าจ้างสูงกว่าแรงงานชาติอื่นๆ กล่าวคือ หากเป็นแรงงานไทยไร้ฝีมือ จะได้รับค่าจ้างวันละ 20 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป ในขณะที่แรงงานชาติอื่นได้รับวันละ 18 เหรียญสิงคโปร์ และถ้าเป็นแรงงานไทยมีฝีมือจะได้รับค่าจ้างวันละ 25 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป ในขณะที่แรงงานชาติอื่นได้รับค่าจ้างวันละ 18-20 เหรียญสิงคโปร์

ประเทศที่ถือเป็นคู่แข่งของแรงงานไทย ได้แก่ ประเทศอินเดีย บังคลาเทศ ศรีลังกา ปากีสถาน และพม่า รวมจำนวนประมาณ 145,000 คน ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานในภาคการก่อสร้างและอู่ต่อเรือเช่นเดียวกับแรงงานไทย โดยแรงงานไทยมีสัดส่วนเป็น 1 : 3 ของจำนวนแรงงานประเทศดังกล่าวรวมกัน

ด้านการก่อสร้าง ยังคงเป็นตลาดแรงงานหลักสำหรับแรงงานไทย สิงคโปร์มี

โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่อง เช่น การก่อสร้างโรงพยาบาลขนาด 400 เตียงที่เขต Yishun การก่อสร้างทางเดินเชื่อมต่อใต้ดินระหว่างศูนย์การค้าใหญ่ๆ บริเวณถนน Orchard การก่อสร้างรถไฟฟ้าสายวงกลม การก่อสร้าง College of the Arts ที่ถนน Rochor การก่อสร้าง National University of Singapore และ High School Clementi การก่อสร้างที่พักอาศัย 1,000 ยูนิต ของ CDL ที่ Marina Boulevard ฯลฯ ซึ่งทำให้มีความต้องการแรงงานก่อสร้างจำนวนมาก และจะมีความต้องการแรงงานไทยปีละกว่า 2,500 คนขึ้นไป คาดว่าความต้องการจะมีต่อไปในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า

ด้านอู่ต่อเรือ ประเทศสิงคโปร์ได้วางนโยบายที่จะพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการค้าและเดินเรือทะเลนานาชาติ (International Maritime Centre) ซึ่งปัจจุบันได้มีการจ้างงานในอุตสาหกรรมนี้รวมทุกระดับจำนวนประมาณ 116,800 คน และคาดว่าจะต้องการการจ้างงานในกิจการนี้อีก 83,200 อัตราภายใน 15 ปีข้างหน้า โดยขณะนี้ยังมีตำแหน่งงานทักษะ (Skilled Job) ว่างประมาณ 3,500 อัตรา และสิงคโปร์ได้จัดหลักสูตรการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบสนองความต้องการเร่งด่วน ดังนั้น ประเทศไทยควรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านนี้เช่นกัน ซึ่งมิใช่เพียงเพื่อส่งแรงงานทักษะมาทำงานในสิงคโปร์เท่านั้น แต่เพื่อพัฒนากิจการพาณิชย์นาวีของประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยสรุป สิงคโปร์มีแนวโน้มความต้องการแรงงานด้านอู่ต่อเรือทั้งประเภทที่มีทักษะฝีมือและไม่มีทักษะฝีมือจำนวนมาก

ด้านงานรับใช้ในบ้าน สิงคโปร์มีความต้องการแรงงานต่างชาติในตำแหน่งแม่บ้านเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสตรีชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่ทำงานนอกบ้าน ไม่มีเวลาทำงานบ้าน จึงมีความต้องการแรงงานด้านนี้สูงมาก ซึ่งปัจจุบันแรงงานชาวฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียทำงานในตำแหน่งนี้มากกว่า 1 แสนคน ในขณะที่แรงงานไทยที่ทำงานเป็นแม่บ้านมีจำนวนน้อยมาก อนึ่ง เนื่องจากนายจ้างต้องรับผิดชอบเงินประกันลูกจ้าง 5,000 เหรียญสิงคโปร์ ค่าธรรมเนียม (Levy) เดือนละ 265 เหรียญสิงคโปร์ และรับผิดชอบค่าที่พัก อาหาร ค่ารักษาพยาบาล ค่าประกันชีวิตและอื่นๆ ของลูกจ้างทั้งหมด ดังนั้น อัตราค่าจ้างจะอยู่ประมาณเดือนละ 300-350 เหรียญสิงคโปร์เท่านั้น ซึ่งทำให้ไม่เป็นที่จูงใจแรงงานชาวไทย

ด้านพ่อครัว และพนักงานนวดสปา เป็นตำแหน่งงานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพระดับ Professional และ Skilled Workers ซึ่งต้องได้รับค่าจ้างเดือนละ 2,500 เหรียญสิงคโปร์ขึ้นไป และได้รับใบอนุญาตทำงานประเภท Employment Pass โดยยังคงมีความต้องการแรงงานด้านนี้ แต่ไม่สามารถระบุจำนวนได้ชัดเจน สถานประกอบการแต่ละแห่งสามารถจ้างได้ในจำนวนไม่มาก และต้องจ้างเป็นระยะยาว เพราะเป็นงานฝีมือ จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ Ministry of Manpower แจ้งว่าสิงคโปร์จะออกใบอนุญาตให้แรงงานพนักงานนวดสปาที่มาจากประเทศมาเลเซีย ไต้หวัน ฮ่องกง และ มาเก๊า ส่วนแรงงานจากประเทศไทยนั้น จะต้องยื่นขอ โดย

ที่หน่วยงานสิงคโปร์มีสิทธิ์โดยเด็ดขาดที่จะอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้เป็นรายๆไป ทั้งนี้อาจจัดอยู่ในประเภท Employment Pass ซึ่งต้องมีเงินเดือนสูงกว่า 2,500 เหรียญสิงคโปร์ หรือ S-Pass ซึ่งต้องมีเงินเดือนสูงกว่า 1,800 เหรียญสิงคโปร์และมีการกำหนดสัดส่วนการจ้างงานร้อยละ 25

- อัตราค่าจ้าง

เนื่องจากสิงคโปร์ไม่มีระเบียบกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อัตราค่าจ้างขึ้นอยู่กับ

1. แรงงานต่างชาติที่ยื่นขอ S-Pass หรือ E-Pass จะมีเงินเดือนขั้นต่ำมากกว่า 1,800-2,500 เหรียญสิงคโปร์ ตามลำดับ

2. แรงงานต่างชาติที่ยื่นขอ Work Permit จะมีระดับเงินเดือนจาก 300-1,800 เหรียญสิงคโปร์ และภาครัฐเรียกเก็บค่าธรรมเนียม (Levy) ในการจ้างแรงงาน

การขออนุญาตเข้าประเทศสิงคโปร์ (วีซ่า) แบ่งออกได้หลายประเภท ได้แก่

1. Entre Pass เป็นการขออนุญาตเข้าประเทศสิงคโปร์ให้กับผู้ประสงค์จะทำการค้า การลงทุนในประเทศสิงคโปร์ (รวมทั้งครอบครัว) ซึ่งจะมีระยะเวลาการใช้ได้ไม่เกิน 2 ปี สามารถต่อใหม่ได้ตราบเท่าที่กิจการยังดำเนินอยู่ในประเทศสิงคโปร์

2. Multiple Journey Visa (MJV) วีซ่าประเภทนี้ ออกให้สำหรับนักธุรกิจที่มาจากประเทศที่ต้องได้รับการอนุญาตการเข้าประเทศสิงคโปร์ ผู้ถือวีซ่าจะได้รับอนุญาตให้เข้า-ออกสิงคโปร์โดยไม่จำกัดครั้ง จนกว่าจะหมดอายุวีซ่า ซึ่งมีอายุ 1, 2 หรือ 5 ปี อย่างไรก็ตาม ผู้ถือสามารถอยู่ในประเทศสิงคโปร์ได้ไม่เกิน 30 วันต่อครั้ง การต่ออายุจะต้องได้รับการพิจารณาจากกองตรวจคนเข้าเมือง (Immigration & Checkpoints Authority : ICA) ตามแต่ละกรณีไป

3. Social Visit Pass การขออนุญาตประเภทนี้ มีเพื่อให้ผู้ที่สนใจทำธุรกิจหรือลงทุนในประเทศสิงคโปร์ ได้มีโอกาสศึกษาความเป็นไปได้ หรือ ทำการติดต่อต่างๆ โดยจะอนุญาตให้อยู่ในประเทศสิงคโปร์ได้ 6 เดือน และสามารถเข้า-ออกประเทศสิงคโปร์ได้อย่างไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยไม่จำเป็นต้องขอใหม่ทุกครั้งที่เข้า-ออก

ปัญหา/อุปสรรคในการเข้ามาทำงานในสิงคโปร์

ส่วนใหญ่จะเป็นด้านการสื่อสาร ซึ่งภาษาที่ใช้โดยทั่วไปคือ ภาษาอังกฤษ สำหรับภาษาราชการในสิงคโปร์ มี 4 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษามาเลย์ และภาษาทมิฬ นอกจากนี้ ค่าครองชีพมีอัตราสูงถึง 3 เท่าของอัตราค่าครองชีพในประเทศไทย

5.3 ภาคการท่องเที่ยวของสิงคโปร์

- จำนวนนักท่องเที่ยวเยือนสิงคโปร์

	2551	2552	2553
จำนวนรวม (‘000)	10,115.6	9,681.3	11,638,663
การเปลี่ยนแปลง (%)	-1.6	-4.3	20.2

ภาพแหล่งท่องเที่ยวในสิงคโปร์





Sentosa and Sentosa Board Walk





Universal Studio Singapore



Merlion



Marina Bay Sands

- จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสำคัญๆเยือนสิงคโปร์ (หน่วย : พันคน)

ประเทศ	2551	2552	2553
จำนวนรวม ('000)	**10,115.6**	**9,681.3**	11,638.6
Asia			
ASEAN	3,571.4	3,683.9	4,819.7
Malaysia	na	na	1,037
Philippines	na	na	544
Thailand	na	na	430
Vietnam	na	na	323
Japan	571.0	489.9	529
Hong Kong SAR	278.1	294.4	388
India	778.3	725.5	829
China	1,078.7	936.7	1,171
Taiwan	175.9	156.8	191
South Korea	423.0	272.0	361
Other Countries	357.9	334.1	na
Australia & New Zealand			
Australia	833.2	830.2	880.4
New Zealand	110.8	93.8	95.7
Europe			
United Kingdom	492.9	469.7	462
Germany	175.3	183.7	209
Netherlands	73.2	76.4	76.5
France	111.2	119.7	130
Italy	43.0	46.8	na
Other Countries	426.6	411.1	na
America			
United States	396.6	370.5	417
Canada	80.0	70.0	na
Other Countries	28.7	27.0	na
Africa	90.6	76.4	na
Others & Not Stated	19.4	12.6	na

ที่มา : Singapore Tourism Board

5.4 การจัดตั้งสำนักงานตัวแทน (Representative Office : RO) ในสิงคโปร์

1. หน่วยงานที่กำกับดูแล คือ International Enterprise Singapore (IE Singapore) ซึ่งอนุญาตให้บริษัทต่างชาติยื่นขอจัดตั้ง RO เพื่อทดลองสภาวะธุรกิจในสิงคโปร์ โดยทำการส่งเสริม/ประชา สัมพันธ์ และประสานงานเกี่ยวกับกิจการของบริษัทแม่ ก่อนที่จะพิจารณาตัดสินใจลงทุนจัดตั้งธุรกิจในระยะยาวต่อไป ทั้งนี้ จะอนุญาตให้เป็นเวลา 3 ปี และก่อนหรือหลังจากนั้น RO จะต้องเปลี่ยนการจัดตั้งเป็น Branch Office หรือ Subsidiary Company โดยทำการจดทะเบียนกับ Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA)

2. ขอบข่ายและลักษณะการประกอบธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 Representative Office (RO)

การดำเนินกิจการ จำกัดเฉพาะในด้านการสำรวจตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ และการติดต่อประสานงาน โดยเป็นตัวแทนของบริษัทแม่ RO ไม่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินกิจการต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ดำเนินการค้าขาย (รวมถึงการนำเข้าและการส่งออก) หรือกิจกรรมใดๆ
- เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ไม่ว่าจะกระทำโดยตรงหรือเป็นตัวแทนของบริษัทแม่
- เช่าซื้อสถานที่ใช้เป็นคลังสินค้า การขนส่ง/การถ่ายสินค้าหรือการเก็บสินค้าต้องกระทำโดยเอเย่นต์หรือตัวแทนท้องถิ่นที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทแม่
- ให้เช่าสถานที่ของสำนักงานแก่ผู้ประกอบการอื่นๆ หรือ
- ทำสัญญาการค้า ออกใบ invoice/ใบเสร็จรับเงิน เปิด/รับ letter of credit and contracts โดยเป็นตัวแทนของบริษัทแม่ หรือให้การบริการโดยได้รับค่าจ้าง

RO จะต้องมีเจ้าหน้าที่ตัวแทนจากบริษัทแม่ หรือเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น ซึ่ง IE Singapore จะเป็นผู้พิจารณาจำนวนของเจ้าหน้าที่ในจำนวนที่เหมาะสม

หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ RO จะต้องแจ้งต่อ IE Singapore เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นเวลา 1 เดือนก่อน

RO จะต้องแสดงให้ชัดแจ้งว่าเป็น “Representative Office Registered in Singapore” ทั้งบน ป้ายชื่อบริษัท หัวกระดาษ นามบัตรของเจ้าหน้าที่ และวัตถุ/วัสดุต่างๆที่ใช้ในการสื่อสาร

ชื่อของ RO จะต้องตรงกัน/สอดคล้องกับบริษัทแม่ หากมีการเปลี่ยนแปลงจะต้องแจ้งให้ IE Singapore ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นเวลา 1 เดือนก่อน

RO หรือบริษัทแม่ จะต้องแจ้งให้ IE Singapore ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรภายในเวลา 1 เดือน เมื่อ RO จะปิดหรือเปลี่ยนการดำเนินการ

2.2 Foreign Government Representative Office (RO)

การดำเนินการ จำกัดเฉพาะในด้านดังต่อไปนี้

- จัดงานแสดงสินค้า และการแสดงนิทรรศการ
- จัดทำการวิจัย/สำรวจตลาด
- เผยแพร่ข้อมูลการค้าและการลงทุน และ
- การเตรียมการสำหรับคณะผู้แทนการค้าเยือนสิงคโปร์

และไม่ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการค้าขาย ไม่ว่าจะเป็นการค้าส่ง ค้าปลีก หรือกิจกรรมการประสานงานใดๆ ที่จะนำมาซึ่งรายได้/ค่าธรรมเนียม หรือรายได้จากการให้บริการ สำนักงานฯ จะต้องตั้งอยู่เป็นเอกเทศ ไม่รวมอยู่ในอาณาเขตของสถานทูต เจ้าหน้าที่ฯ ไม่ได้รับเอกสิทธิทางการทูต และจำนวนเจ้าหน้าที่ฯ จะต้องเป็นไปตามที่ได้รับอนุญาตจาก IE Singapore

3. การยื่นขอ RO

โดยยื่นขอต่อ IE Singapore ซึ่งนับตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2550 ต้องยื่นขอ (หรือต่ออายุ) ทาง On line ที่เว็บไซต์ http://roms.iesingapore.gov.sg โดยแบ่งเป็น

3.1 Representative Office (RO) ยื่นขอพร้อมเอกสารประกอบดังนี้

- รายละเอียด ของบริษัทแม่ (Soft Copy : ภาษาอังกฤษ หรือแปลเป็นภาษาอังกฤษอย่างเป็นทางการ)
- รายงานประจำปีและบัญชีการเงินปีล่าสุดของบริษัทแม่ (Soft Copy)

หากไม่มี Soft Copy บริษัทสามารถนำส่ง Hard Copy ให้ IE Singapore หลังจากที่ได้ยื่นขอทาง On line เรียบร้อยแล้ว

3.2 Foreign Government Representative Office (RO) ยื่นขอพร้อมรายละเอียดของหน่วยงาน สถานที่ตั้ง และจำนวนเจ้าหน้าที่

4. ค่าใช้จ่าย : 200 เหรียญสิงคโปร์ โดยอาจจ่ายเป็น Cheque, Bank Draft (เงินสกุลเหรียญสิงคโปร์ และธนาคารในสิงคโปร์) หรือ Credit Card

5. แบบฟอร์ม สามารถ down load ได้จากเว็บไซต์ https://www.roms.iesingapore.gov.sg ดังนี้

Application for Registration/Renewal of Representative Office in Singapore

Application for Registration/Renewal of Foreign Government Representative Office in Singapore

5.5 การจดสิทธิบัตร

ข้อมูลพื้นฐาน

1. กฎหมายที่ให้ความคุ้มครอง

- พระราชบัญญัติสิทธิบัตร บทที่ 221 พ.ศ. 2545 ฉบับแก้ไข
- พระราชบัญญัติสิทธิบัตร ฉบับที่ 21 พ.ศ. 2537 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2538 แก้ไขโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร ฉบับที่ 40 พ.ศ. 2538 พระราชบัญญัติฉบับที่3 พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติสิทธิบัตร ฉบับที่ 30 พ.ศ. 2545

2. ระบบให้ความคุ้มครอง – ใช้ระบบการจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์

3. สิ่งที่ได้รับความคุ้มครอง/นิยาม

การประดิษฐ์ที่สามารถขอรับสิทธิบัตรได้ จะต้องเป็นการประดิษฐ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกรรมวิธี การประดิษฐ์ที่จะได้รับความคุ้มครอง จะต้องครบองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. จะต้องเป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่
2. จะต้องเป็นการประดิษฐ์ที่มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น และ
3. จะต้องเป็นการประดิษฐ์ที่สามารถประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรม

4. อายุความคุ้มครอง

สิทธิบัตรการประดิษฐ์จะมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ประกาศรับจดทะเบียนได้รับการโฆษณาในหนังสือประกาศโฆษณาสิทธิบัตร (Gazette) และมีผลใช้บังคับในระยะเวลา 20 ปี นับจากวันที่ยื่นคำขอจดทะเบียน

การขอรับความคุ้มครอง

1. การเตรียมคำขอ

บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถยื่นคำขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ได้ แต่ในกรณีที่ผู้ขอจดทะเบียนไม่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศสิงคโปร์ จะต้องมีตัวแทนในประเทศสิงคโปร์เพื่อใช้ในการติดต่อกับสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Office of Singapore : IPOS) คำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรต่างประเทศที่ยื่นภายใต้สนธิสัญญาว่าด้วยความร่วมมือทางสิทธิบัตร (The Patent Cooperation Treaty) สามารถยื่นขอรับสิทธิบัตรได้กับนายทะเบียนในฐานะสำนักงานรับคำขอ (Receiving Office) ในกรณีที่ผู้ขอจดทะเบียนเป็นบุคคลผู้มีสัญชาติหรือถิ่นที่อยู่ในประเทศสิงคโปร์

2. เอกสารที่ใช้ในการขอรับความคุ้มครอง

เอกสารที่ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรประกอบด้วย คำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรที่จะต้องระบุผู้ขอรับสิทธิบัตร การบรรยายถึงรายละเอียดการประดิษฐ์ และรูปเขียน (ถ้ามี) และเอกสารดังต่อไปนี้

1. แบบคำขอรับสิทธิบัตรสำหรับยื่นคำขอรับสิทธิบัตร

2. แบบคำขอสำหรับแต่งตั้งตัวแทนสิทธิบัตร

3. รายละเอียดการประดิษฐ์ ข้อถือสิทธิและบทสรุปการประดิษฐ์ รวมทั้งรูปเขียน จำนวน 3 ชุด

4. แบบคำขอสำหรับหนังสือแสดงสิทธิการเป็นผู้ประดิษฐ์ และสิทธิในการรับสิทธิบัตร ซึ่งจะต้องยื่นภายใน 16 เดือน นับแต่วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตรเป็นครั้งแรก

5. เอกสารแสดงสิทธิในการขอถือสิทธิย้อนหลัง (priority document) ฉบับรับรองโดยสำนักสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา ในกรณีที่เอกสารไม่ใช่ภาษาอังกฤษ จะต้องจัดทำคำแปลฉบับภาษาอังกฤษ และรับรองคำแปลถูกต้องด้วย

ทั้งนี้ เอกสารข้างต้นตามข้อ 1-5 จะต้องจัดทำเป็นภาษาอังกฤษ แต่ไม่ต้องมีการรับรองเอกสารโดยโนตารีพับลิค หรือกระทรวงการต่างประเทศ

ในการบรรยายรายละเอียดการประดิษฐ์นั้น จะต้องเปิดเผยการประดิษฐ์ในลักษณะที่ชัดแจ้งและสมบูรณ์ เพื่อให้บุคคลที่มีความชำนาญในระดับสามัญในศิลปวิทยาการนั้นๆ เข้าใจได้ ซึ่งจะต้องประกอบด้วยหัวข้อ ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์ สาขาวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์ ภูมิหลังของศิลปวิทยาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเข้าใจการประดิษฐ์ การตรวจค้นและการตรวจสอบการประดิษฐ์ คำอธิบาย รูปเขียนโดยย่อ การเปิดเผยการประดิษฐ์โดยสมบูรณ์ และวิธีการในการประดิษฐ์หนึ่งวิธีการเป็นอย่างน้อยที่สุด พร้อมกับยกตัวอย่างและอ้างอิงถึงรูปเขียน

ในส่วนของข้อถือสิทธิจะต้องชัดแจ้งและรัดกุม และสอดคล้องกับรายละเอียดการประดิษฐ์ที่ได้เปิดเผยไว้ และมีลักษณะเป็นการประดิษฐ์อย่างเดียวกันหรือมีแนวคิดในการประดิษฐ์อย่างเดียวกันเท่านั้น โดยไม่มีข้อจำกัดจำนวนข้อถือสิทธิ

ในส่วนของรูปเขียน เพื่อวัตถุประสงค์ในการยื่นคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรเพื่อขอให้ได้วันที่ยื่นคำขอจดทะเบียน ผู้ขอจดทะเบียนสามารถใช้รูปเขียนที่ยังไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการเขียนแบบได้ อย่างไรก็ตามผู้ขอจดทะเบียนจะต้องยื่นรูปเขียนที่ถูกต้องในภายหลังต่อสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา (IPOS) กระดาษที่ใช้สำหรับการเตรียมรูปเขียน จะต้องใช้ขนาด A4 รูปเขียนต้องเขียนด้วยหมึกที่สามารถอยู่ได้ทนทาน มีสีดำเข้ม เป็นเส้นเรียบและหนาเท่ากันตลอด และห้ามใช้สีอื่น

ในส่วนของบทสรุปการประดิษฐ์ จะต้องมีชื่อของการประดิษฐ์ และมีการสรุปที่รัดกุมเกี่ยวกับการประดิษฐ์ที่ได้เปิดเผยไว้ในรายละเอียดการประดิษฐ์ และแสดงสาขาเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์ ทั้งนี้ บทสรุปการประดิษฐ์จะต้องไม่เกิน 150 คำ

คำขอรับสิทธิบัตรแต่ละฉบับให้ขอได้เฉพาะการประดิษฐ์อย่างเดียว คำขอรับสิทธิบัตรเพื่อการประดิษฐ์หลายอย่างในคำขอฉบับเดียว จะกระทำได้ต่อเมื่อการประดิษฐ์หลายอย่างนั้น มีความเกี่ยวพันอันอาจถือได้ว่า เป็นการประดิษฐ์อย่างเดียวกัน

3. การตรวจสอบคำขอ

- การตรวจสอบเบื้องต้น

ภายหลังจากได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์แล้ว สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศสิงคโปร์ จะดำเนินการตรวจสอบคำขอเบื้องต้นเมื่อครบกำหนด 18 เดือน นับแต่วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตรหรือนับแต่วันที่ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรเป็นครั้งแรก (ในกรณีที่มีการขอถือสิทธิย้อนหลัง) คำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์จะได้รับการประกาศโฆษณาในหนังสือประกาศโฆษณาสิทธิบัตร

- การตรวจสอบการประดิษฐ์

ผู้ขอจดทะเบียนสามารถยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ทันทีที่ได้รับรายงานผลการตรวจสอบเบื้องต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนจะต้องยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ภายในระยะเวลา 28 เดือน นับแต่วันที่ขอให้ถือสิทธิย้อนหลังหรือนับแต่วันที่ ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร ทั้งนี้ ระยะ เวลาในการยื่นขอตรวจสอบการประดิษฐ์สามารถขยายได้ แต่ไม่เกิน 3 เดือน

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศสิงคโปร์ (Intellectual Property Office of Singapore : IPOS) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านการจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ในประเทศสิงคโปร์

Intellectual Property Office of Singapore : IPOS
51 Bras Basah Road, #04-01 Plaza by the Park
Singapore 189554
Tel: 65- 6330 2720
Fax: 65-6339 0252
Website: http://www.ipos.gov.sg

ค่าธรรมเนียมราชการ และค่าบริการสำนักงานตัวแทน

	ค่าบริการ (SG$)	ค่าธรรมเนียม (SG$)
การยื่นคำขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ (ไม่รวมถึงการร่างรายละเอียดการประดิษฐ์และการโอน) (แบบ 1.41.8)	700	170
การขอถือสิทธิย้อนหลัง (แต่ละฉบับ)	60	-
การเตรียมและยื่นหนังสือแสดงว่าเป็นผู้ประดิษฐ์ภายหลังจากยื่นคำขอ (แบบ 8)	100	-
การยื่นเอกสารเกี่ยวกับการเปิดเผยในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศ	100	-
การขอขยายระยะเวลาในการยื่น หนังสือรับรองเกี่ยวกับการเปิดเผยในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศ (ต่อ 1 ครั้ง)	60	-
การตรวจสอบและยื่นรายละเอียดของคำขอที่ยื่นในต่างประเทศสำหรับการประดิษฐ์เดียวกัน	400 + 50 ต่อคำขอ	-
การยื่นเอกสารขอถือสิทธิย้อนหลังกรณีล่าช้า - เอกสารขอถือสิทธิวันยื่นย้อนหลังเพิ่มเติม (แต่ละฉบับ) ยื่นในเวลาเดียวกัน	60 30	- -
การยื่นคำแปลฉบับรับรองของเอกสารขอให้ถือสิทธิย้อนหลังในกรณีล่าช้า - เอกสารรับรองคำแปลเพิ่มเติม (แต่ละฉบับ) ที่ยื่นในเวลาเดียวกัน	60 30	- -
การตรวจสอบเบื้องต้น รายงานผลการตรวจสอบในเบื้องต้น	100	-
การยื่นคำโต้ตอบต่อรายงานการตรวจสอบเบื้องต้น	100	-
การพิมพ์ (ต่อ 1 หน้า)	25	-
การตรวจสอบการประดิษฐ์ ยื่นคำขอรายงานการตรวจค้นหรือรายงานการตรวจค้นเพิ่มเติม (แบบ 10)	300	1,370

5.6 การเปิดแฟรนไชน์

สิงคโปร์เริ่มต้นธุรกิจ Franchise ในช่วงปี 1970 ซึ่งบริษัทใหญ่ๆ ได้แก่ Shell, Esso, Singer และ Bata ดำเนินกิจการภายใต้ระบบใบอนุญาต ซึ่งคล้ายกับระบบของ Franchise ในช่วงปี 1980 บริษัทที่จัดตั้งในสิงคโปร์ ซึ่งได้สิทธิการค้า Franchise นานาชาติ ได้แก่ Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut และ 7-Eleven และในช่วง 10 ปีต่อมา ธุรกิจ Franchise ได้รับความสนใจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างมาก ทั้งนี้ธุรกิจ Franchise เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของบริษัทที่จะทำให้มีรายได้เพิ่มสูงและระบบการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ธุรกิจ Franchise ได้กลายมาเป็นยุทธศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับสำหรับการขยายตลาดการค้าในสิงคโปร์ ทั้งเจ้าของที่เป็นชาวต่างชาติและชาวสิงคโปร์ได้เข้าร่วมในธุรกิจ Franchise เพื่อขยายธุรกิจของบริษัท ซึ่งในปี 2003 จำนวนของธุรกิจ Franchise มีมากกว่า 350 ประเภท และมากกว่า 2,600 แห่ง ในสิงคโปร์ และครอบคลุมในอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ

ธุรกิจ Franchise ได้กลายมาเป็นยุทธศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับสำหรับการขยายตลาดการค้าในสิงคโปร์ ทั้งเจ้าของที่เป็นชาวต่างชาติและชาวสิงคโปร์ได้เข้าร่วมในธุรกิจ Franchise เพื่อขยายธุรกิจของบริษัท ซึ่งในปี 2003 จำนวนของธุรกิจ Franchise มีมากกว่า 350 ประเภท และมากกว่า 2,600 แห่งในสิงคโปร์ และครอบคลุมในอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ

ในการนี้ ภาคอุตสาหกรรม Food & Beverage (F&B) ได้รับการยอมรับอย่างมากในการดำเนินธุรกิจระบบ Franchise ซึ่งธุรกิจ Franchise ทั้งหมดร้อยละ 30 เป็นธุรกิจด้าน F&B และหากเปรียบเทียบกับภาคการค้าปลีกที่ถือว่าเป็นสาขาใหญ่ที่สุดสาขาหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 20

สัดส่วนธุรกิจ Franchise แบ่งตามประเภทการค้า

ประเภทการค้า	ร้อยละ
Food & Beverage	29
Retail	20
Education & Training	11
Business Service	14
Others	26

Source: Feature of Productivity Digest, SPRING Singapore

การจัดตั้งธุรกิจ Franchise : ต้องขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท

ธุรกิจ Franchise ในประเทศ

ธุรกิจ Franchise ของสินค้าในประเทศเริ่มขึ้นในช่วงปี 1980 โดยเครือข่ายร้านค้า Convenience Stores ได้แก่ Econ Minimart ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก และก่อให้เกิดความนิยมและการยอมรับของธุรกิจ Franchise ให้เป็นแนวทางของการเจริญเติบโตสำหรับธุรกิจขนาดย่อม

บริษัทที่ตั้งในสิงคโปร์หลายแห่งได้ใช้นโยบายธุรกิจ Franchise ในการขยาย

การค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ Ya Kun Kaya Toast, Fish & Co., และ Komalas' Restaurant

ธุรกิจที่เริ่มต้นจากสิงคโปร์ โดยมีสัดส่วนธุรกิจ Franchise ประมาณ 4.5 สาขาต่อผู้ประกอบการ Franchise ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบต่างๆของ F&B Concepts รวมถึง Casual Dining, Ice-cream, Ethnic Cuisines (e.g. Japanese Sushi and Italian Cuisine) และ Beverages ได้แก่ Coffee และ Bubble Tea

โดยทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบการ Franchise ในประเทศประสงค์ที่จะดำเนินธุรกิจ ณ สถานที่ของตนเอง เนื่องจากสิงคโปร์เป็นตลาดเล็ก และเจ้าของ Franchise สามารถควบคุมการประกอบธุรกิจได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เมื่อจะขยายไปยังตลาดต่างประเทศ มีความประสงค์ที่จะขยาย Franchise อย่างที่มีความเสี่ยงน้อยและเงินลงทุนต่ำที่สุด



ธุรกิจ Franchise ของต่างชาติ

สิงคโปร์เป็นประเทศที่ได้รับความสนใจในการดำเนินกิจการ Franchise จากต่างชาติจำนวนมาก ระบบของการเข้าร่วม Franchise ของต่างชาติโดยเริ่มจากการแต่งตั้งผู้รับ Franchise โดยตรงเพื่อให้จัดตั้งสำนักงานบริษัทในสิงคโปร์ในการจัดการและดูแลสาขาของ Franchise

F&B ประเภทอาหารจานด่วนได้รับความนิยมมากในสิงคโปร์ เช่น ภายใต้ชื่อ McDonald's, KFC และ Burger King สำหรับ Franchise ต่างชาติอื่นๆ รวมถึง Franchise ไอศครีม (เช่น Andersen's และ Haagen Dazs), Beverages ได้แก่ กาแฟ (เช่น Gelare Café and Starbuck) และ Pizza (เช่น Spageddies Italian Kitchen and California Pizza Kitchen)

รูปแบบของความตกลงจัดทำ Franchise มี 3 ระบบ คือ

1. Direct Franchising เจ้าของ Franchise ให้สิทธิโดยตรงแก่ผู้ซื้อเป็นรายๆ ไป จะส่งผลให้เกิดจำนวนของผู้ได้รับสิทธิภายในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นเจ้าของฯยังสามารถให้การสนับสนุนได้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม เจ้าของฯ บางรายจะไม่ให้สิทธิ Franchise เกี่ยวกับการบริหารจัดการ F&B ทั้งหมด ตัวอย่างเช่น บริษัท Delifrance Asia Ltd เป็นเจ้าของสาขา 58 แห่งในสิงคโปร์ แต่ให้สิทธิ Franchise เพียง 40 สาขาแก่ ExxonMobil Petrol Stations และอีก 1 สาขาให้แก่ Sentosa Island สำหรับบริษัท O-Brien's Irish Sandwich Bars มีระบบเดียวกันกับ Delifrance คือ ให้ Franchise เพียง 5 สาขาจากจำนวนทั้งหมด 10 สาขา

2. Master Franchising เจ้าของ Franchise ให้สิทธิกับผู้ซื้อ 1 ราย ในการเปิดและดำเนินกิจการสาขาทั้งหมดในประเทศ โดยที่เจ้าของฯ ไม่สามารถจัดตั้งสาขาใดๆได้ในสิงคโปร์ ผู้ซื้อมีสิทธิในการดำเนินการสาขาด้วยตนเอง หรือ

จะให้สิทธิต่ออีกระดับหนึ่งแก่ผู้ที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจ Franchise ส่วนใหญ่เจ้าของฯ ภายในประเทศจะไม่ขายสิทธิทั้งหมด เนื่องจากมีสาขาที่ประสงค์จะดำเนินการเอง

3. Regional Franchising เป็นการให้สิทธิ Franchise ในเขตภูมิภาค ตามปกติมีระบบปฏิบัติ 2 รูปแบบคือ

3.1 เจ้าของฯชาวต่างชาติแต่งตั้ง “Regional Master Franchisee” ให้ครอบคลุมประเทศต่างๆ เพื่อดำเนินกิจการสาขาในประเทศเหล่านั้น โดยให้สิทธิเต็มที่ในการดำเนินการพัฒนา Franchise ภายในประเทศต่างๆ ที่ได้รับแต่งตั้ง ระบบปฏิบัติการอาจทำโดยการเปิดสาขา Franchise ที่ดำเนินการเอง หรือโดย Master Franchisee หรือ Direct Franchisees ที่ได้รับการแต่งตั้งจาก Regional Master Franchisee ก็ได้

3.2 โดยผ่านบริษัทของเจ้าของ Franchise ต่างชาติที่จัดตั้งขึ้น ซึ่งจะแต่งตั้ง Direct Franchisees ภายในสิงคโปร์ รวมทั้งแต่งตั้ง Master หรือ Regional Franchisees นอกสิงคโปร์

ทั้งนี้ ข้อตกลงสำหรับการให้สิทธิ Franchise มีหลายประเภท ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของเจ้าของ Franchise นั้นๆ ซึ่งรวมถึง สิทธิพิเศษ เงินทุนของผู้ที่ได้รับสิทธิ และคุณสมบัติของสาขา F&B ด้วย

อนึ่ง เจ้าของ Franchise ต่างชาติ ซึ่งไม่คุ้นเคยกับระบบการประกอบธุรกิจในสิงคโปร์ อาจจะพิจารณาแต่งตั้ง Master Franchisor ในสิงคโปร์ เพื่อติดตามกิจกรรม Franchise ก่อน หรือเพื่อเป็นการทดลองตลาดสำหรับการขยายกิจการต่อไปยังภูมิภาค เนื่องจากการหาคู่ค้าที่ถูกต้องจะต้องมีความรู้และเข้าใจตลาดในประเทศและระบบการเงินเป็นสำคัญ นอกจากนี้ เจ้าของ Franchise ต่างชาติอาจพิจารณาจัดตั้งสำนักงานในสิงคโปร์เพื่อดูแลควบคุมกิจกรรม Franchise ของบริษัทเอง

ประเภทของ F&B Franchise ควรเป็น concept หลายแบบ ขึ้นอยู่กับประเภทของการปรุงอาหาร ซึ่งอาจจะเป็นในแบบของ Full Service Restaurant, Casual Dinning Restaurants, Fast-food Kiosks, Take-away หรือ Cafes ซึ่งในปัจจุบัน บริษัท Kyros Kebab เจ้าของ Franchise ต่างชาติ เสนอให้ Franchisees เลือกหลาย concept คือ Kiosk, Café หรือ Casual Dining Restaurants

ตัวอย่างบริษัทสิงคโปร์ที่ได้รับความสำเร็จในธุรกิจ Franchise

1. Thai Village Holding Ltd. มีชื่อเสียงด้านอาหาร “Teochew-styled” Thai Shark’s Fins ก่อตั้งเมื่อปี 1991 สำนักงานใหญ่อยู่ในสิงคโปร์ ดำเนินกิจการในสิงคโปร์ 5 สาขา นอกจากนั้นมีกิจการในจีน 25 สาขา (Franchise 15 สาขา) และอินโดนีเซีย 2 สาขา (Franchise 1 สาขา) ในปี 2000 เป็นภัตตาคารจีนแห่งแรกที่ได้ขึ้นทะเบียนกับ Stock Exchange

2. Thai Express (ONYX Concept Restaurant Pte. Ltd.) เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2002 สำนักงานใหญ่อยู่ในสิงคโปร์ ดำเนินกิจการทั้งหมด 9 สาขา นอกจากนี้มี Franchise ในมาเลเซีย (2 สาขา) อินโดนีเซีย (10 สาขา) ออสเตรเลีย (1 สาขา) และนิวซีแลนด์ (1 สาขา) อาหารที่จำหน่ายคือ อาหารไทยจานด่วน โดยจัดให้ร้านมีบรรยากาศเรียบง่าย อาหารราคาประหยัดและคุณภาพดี

การสนับสนุนธุรกิจ Franchise ของสิงคโปร์



สิงคโปร์ไม่มีกฎหมายหรือระเบียบเกี่ยวกับธุรกิจ Franchise โดยเฉพาะ ระเบียบปฏิบัติของธุรกิจ Franchise อยู่ภายใต้ Singapore's Contract Law and Other Related Laws

สิงคโปร์ได้ส่งเสริมธุรกิจ Franchise มาเป็นระยะเวลานาน โดยหมายถึงการเข้าสู่ตลาดนานาชาติของบริษัทขนาดย่อม มีตัวแทนจากทั่วโลกจำนวนมากที่ได้ริเริ่มการสนับสนุนด้านเทคนิคและการเงินให้แก่บริษัทที่มีความสนใจเข้าสู่ธุรกิจ Franchise หน่วยงานสิงคโปร์ที่เป็นผู้นำสำคัญในการขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมี 2 หน่วยงาน คือ

1. Standards Productivity and Innovation Board (SPRING Singapore) ได้ให้โครงการช่วยเหลือแก่ SMEs และธุรกิจที่ประสงค์จะขยายตลาดและการเจริญเติบโตของบริษัท ซึ่งมีโครงการที่สนับสนุนบริษัท F&B โดยเฉพาะคือ Local Enterprise Technical Assistance Scheme (LETAS) ได้ริเริ่มขึ้นเมื่อปี 1982 เพื่อช่วยเหลือแก่บริษัทในการจ้างผู้เชี่ยวชาญในช่วงระยะเวลาหนึ่งสำหรับการดำเนินการพัฒนาระบบปฏิบัติงานให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีบริษัทในประเทศมากกว่า 15,000 บริษัท ได้รับความช่วยเหลือภายใต้ LETAS คิดเป็นมูลค่าถึง 500 ล้านเหรียญสิงคโปร์ (มีจำนวนคำร้องยื่นขอรับการสนับสนุนจาก 27,000 บริษัท) ทั้งนี้ข้อกำหนดสำคัญสำหรับบริษัทที่จะยื่นขอ LETAS ได้แก่ local equity ร้อยละ 30 และ fixed assets น้อยกว่า 15 ล้านเหรียญสิงคโปร์ มีการจ้างงานไม่เกิน 200 คนในอุตสาหกรรมที่ไม่ใช่การผลิต ซึ่ง LETAS จะให้การสนับสนุนสูงสุดถึงร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายฯ โดยให้การสนับสนุนในด้าน IT Systems and Quality Management System นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจ Franchise เพื่อเป็นการรับรองมาตรฐานของธุรกิจ Franchise ทุกประเภท

2. International Enterprise Singapore (IE Singapore) ให้ความช่วยเหลือบริษัทในประเทศเพื่อที่จะขยายการค้าไปยังตลาดต่างประเทศทั้งในภูมิภาคและทั่วโลก ซึ่ง IE Singapore ยอมรับว่าธุรกิจ Franchise เป็นวิถีทางที่ดีอย่างหนึ่งในการขยายกิจการไปยังต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนบริษัทต่างๆเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรือ Matching ธุรกิจในต่างประเทศ

เครื่องหมาย Franchise สิงคโปร์



"The Singapore Franchise Mark" (SFM) ได้จัดทำขึ้นโดย Franchising and Licensing Association (Singapore) : FLA โดยได้รับการสนับสนุนจาก SPRING Singapore และ IE Singapore ซึ่งได้ประกาศใช้เมื่อเดือนมีนาคม 2000 เป็นการประเมินมาตรฐานและคุณภาพของ Franchise โครงการนี้มีจุดประสงค์จะส่งเสริมให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางธุรกิจ Franchise เพิ่มคุณภาพรวมทั้งมาตรฐานของธุรกิจ Franchise และช่วยเร่งให้มีความเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

เครื่องหมายดังกล่าวจะช่วยทั้งฝ่ายเจ้าของและผู้รับสิทธิดำเนินธุรกิจ Franchise ซึ่งสามารถยื่นขอโดยตรงจาก FLA โดยมีค่าใช้จ่าย 800 เหรียญสิงคโปร์ต่อ scheme และจะต้องผ่านการตรวจสอบ 3 ขั้นตอน ได้แก่ Franchise Practices (a mandatory section), Franchisors Capability และ Business Performance (FLA : 230 Victoria Street, #07-03, Bugis Junction Office Towers, S'pore 188024

E-mail: enquiry@flasingapore.org Website: http://www.flasingapore.org)

ศูนย์กลางธุรกิจ Franchise และการขยายตัวไปยังภูมิภาค

สิงคโปร์พยายามทำให้ประเทศเป็นศูนย์กลางของธุรกิจในภูมิภาค ซึ่ง The Economic Review Committee ตั้งเป้าหมายที่จะทำให้เป็นแหล่งพื้นฐานในการทดลองเพื่อสร้าง concept ของ F&B ในขณะเดียวกันให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจ Franchise สำหรับ F&B เนื่องจากการที่ประชากรสิงคโปร์ประกอบไปด้วยชนหลายเชื้อชาติ ได้แก่ จีน มาเลย์ อินเดียและอื่นๆ ซึ่งชนเชื้อชาติต่างๆเหล่านี้เป็นประชากรของประเทศต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้สิงคโปร์สามารถเป็นสนามทดลอง concepts และ cuisines ให้เป็นที่ยอมรับในสิงคโปร์ก่อนที่จะขยายออกไปยังประเทศในภูมิภาค

บริษัทส่วนใหญ่ที่จัดตั้งในสิงคโปร์มีความรู้และประสบการณ์ในภูมิภาคและให้ธุรกิจ Franchise เป็นเสมือน "Business Model" ทั้งนี้ บริษัทหลายแห่งได้ขยายเครือข่ายธุรกิจ Franchise ไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีเครือข่ายที่สำคัญและมีความเข้าใจตลาดในภูมิภาคเป็นอย่างดี เช่น Apex-Pal Holdings Ltd (Sakae Sushi), OB Singapore (Fish & Co) และ Wing Tai (Yoshinoya) และประสบความสำเร็จทั้งที่เป็น "Master Franchisors" หรือ "Franchise

Owners" อีกทั้งได้ขยายธุรกิจไปยังประเทศในภูมิภาค ได้แก่ มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์ และ เกาหลีใต้

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางธุรกิจ F&B Franchise

1. Theme Based Casual Dining ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก

2. Food Sources แม้ว่าสิงคโปร์จะต้องพึ่งพาการนำเข้าอาหารทั้งหมด แต่ภาครัฐได้จัดให้หน่วยงาน Agri-food and Veterinary Authority (AVA) เป็นผู้ควบคุมดูแลและอำนวยความสะดวกในการนำเข้าอาหารที่มีคุณภาพ

3. Regulatory Environment in Setting up F&B Business ตั้งแต่ปี 2004 สามารถจดทะเบียนการจัดตั้งบริษัทได้ทาง Internet โดยใช้ Website : http://www.business.gov.sg และต้องติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเรื่อง Fire Safety, Food Safety และ Entertainment licenses ด้วย

4. Vibrant but Highly Competitive Market สิงคโปร์มีสิ่งจูงใจในการประกอบธุรกิจ F&B Franchising โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Fast Food แม้ว่าจะขนาดของตลาดเพียง 5.0 ล้านคน แต่ได้รับความสำเร็จอย่างสูง ได้แก่ Ya Kun Kaya (20 สาขา), Kentucky Fried Chicken (70 สาขา), McDonald's (27 สาขา), และ Burger King (44 สาขา)

5. Employees ส่วนใหญ่เป็นพนักงานชั่วคราว ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ ปัจจุบันมีการนำเข้าพนักงานจากจีนเพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงาน ในธุรกิจ F&B พนักงานจะต้องได้รับการฝึกอบรมด้านความสะอาดและสุขอนามัย รวมทั้งปฏิบัติตามระเบียบของ National Environment Agency โดยได้รับการฉีดยาป้องกันโรคไทฟอยด์ และผ่านการตรวจวัณโรค

สิงคโปร์มีชื่อเสียงเป็นประเทศที่เป็นผู้นำในการค้าและประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เงินลงทุนของชาวต่างชาติเป็นส่วนสนับสนุนให้เศรษฐกิจสิงคโปร์มีความเจริญเติบโตขึ้น ซึ่งในปี 2004 ร้อยละ 73 ของเงินลงทุนมาจากต่างประเทศ โดยที่ร้อยละ 30 มาจากสหรัฐฯ นอกจากนั้น สิงคโปร์ยังนำหน้าประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น เยอรมนีและฝรั่งเศส

การลงทุนประกอบธุรกิจในสิงคโปร์

1. บรรยากาศทั่วไป สิงคโปร์มีชื่อเสียงเป็นประเทศที่เป็นผู้นำในการค้าและประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เงินลงทุนของชาวต่างชาติเป็นส่วนสนับสนุนให้เศรษฐกิจสิงคโปร์มีความเจริญเติบโตขึ้น ซึ่งในปี 2004 ร้อยละ 73 ของเงินลงทุนมาจากต่างประเทศ โดยที่ร้อยละ 30 มาจากสหรัฐฯ นอกจากนั้น สิงคโปร์ยังนำหน้าประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น เยอรมนีและฝรั่งเศส เนื่องจากได้รับการยอมรับในเรื่องต่างๆ เช่น

- เป็นอันดับที่ 3 ของประเทศที่ดำเนินธุรกิจได้อย่างสะดวก (จากการศึกษาของธนาคาร โลกเรื่อง Doing Business)
- เป็นอันดับที่ 12 ของประเทศที่การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส (จาก Annual Opacity Index)
- ระบบกฎหมายมีประสิทธิภาพและการดำเนินการรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านปัญหาทางการค้า และสัญญาต่างๆสามารถบังคับใช้ได้โดยรวดเร็ว
- การปฏิบัติเท่าเทียมกันทั้งบริษัทในประเทศและบริษัทต่างชาติ

2. การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

ตราสินค้าเป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจ Franchise ดังนั้นจึงต้องให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (Trademark) และกฎหมายที่ยอมรับตราสัญญลักษณ์ที่มีชื่อเสียง สิงคโปร์มีกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่ครอบคลุมเนื้อหากว้างซึ่งเข้มงวดที่สุดในเอเชีย โดยมี Copyright Act (Cap 63), Geographical Indications Act (Cay 1178), Patents Act (Cap 221), Trademarks Act (Cap 332) and Registered Designs Act (Cap 266) นอกจากนั้นยังมี Law of Confidence and the Law of Passing

หน่วยงานสิงคโปร์ Intellectual Property Office of Singapore (IPOS) เป็น Statutory Board ที่เข้มแข็ง ทำให้สิงคโปร์เป็นที่ยอมรับในด้านการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากหน้าที่และความรับผิดชอบในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและสิทธิบัตรแล้ว IPOS ยังมีส่วนร่วมในการพัฒนากฎหมาย IP ในสิงคโปร์ด้วย เมื่อเร็วๆนี้ได้มีการแก้ไข Patent Act, Trademarks Act and Copyright Act ให้สอดคล้องกับสหรัฐฯ ออสเตรเลีย และอังกฤษ ซึ่งมีกฎหมายการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วยงานสิงคโปร์ Intellectual Property Ofce of Singapore (IPOS) เป็น Statutory Board ที่เข้มแข็ง ทำให้สิงคโปร์เป็นที่ยอมรับในด้านการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากหน้าที่และความรับผิดชอบในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและสิทธิบัตรแล้ว IPOS ยังมีส่วนร่วมในการพัฒนากฎหมาย IP ในสิงคโปร์ด้วย

สิงคโปร์ไม่เพียงแต่จะปฏิบัติตามข้อตกลง WTO เรื่อง Trade Related Aspect of IP Rights (TRIPs) เท่านั้น ยังได้ลงนามในสนธิสัญญานานาชาติหลายฉบับด้วย ซึ่งรวมถึง Paris Convention คุ้มครอง Industrial Property, Berne Convention – Copyright laws, Madrid Protocol – International Registration of Trademarks, Patent Cooperation Treaty – International Patent Filing System และ Geneva Act (1999) of the Hague Agreement - International Registration of Industrial Designs อีกทั้ง IPOS ยังสามารถแก้ปัญหาข้อพิพาทางด้าน IPR

3. การส่งเสริม

สิงคโปร์ยังคงเปิดเสรีด้านการลงทุน ยกเว้นมีข้อกำหนดในบางภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ การให้บริการด้านการเงิน, Professional Services และ Media Sectors สำหรับกรอบกฎหมายและนโยบายภาครัฐสนับสนุนนักลงทุนต่างชาติ ไม่มีกฎระเบียบใดประสงค์ให้นักลงทุนต่างชาติต้องเข้าร่วมลงทุนหรือยกการควบคุมการจัดการให้แก่ชาวสิงคโปร์ ระเบียบของกฎหมายกำหนดให้ความเสมอภาคแก่นักลงทุนในประเทศและต่างชาติ หน่วยงาน Economic Development Board (EDB) ซึ่งเป็นหน่วยงานส่งเสริมการลงทุน จะรับผิดชอบในการปรับเปลี่ยนสภาวะธุรกิจและความต้องการของนักลงทุน

EDB มีข้อเสนอโครงการสำหรับส่งเสริมนักลงทุนใหม่ในภาคอุตสาหกรรมและการบริการและยังสนับสนุนบริษัทที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วให้มีการพัฒนากลไกการทำงานและใช้อุปกรณ์ไฟฟ้า/เครื่องจักรช่วยในการประกอบธุรกิจและให้คำแนะนำ

สินค้าตัวใหม่และการบริการ ส่วนด้านการเงินนั้น จะให้ความช่วยเหลือในรูปของ Tax Incentives ที่สำคัญ EDB จะควบคุมดูแล Incentive ของ Operational headquarters, Business Headquarters, Double Deduction Incentive for R&D Expenses และ Double Deduction Incentive for Overseas Investment Development Expenditure

4. ค่าใช้จ่ายเบื้องต้นในการจัดตั้งธุรกิจ Franchise

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดตั้งธุรกิจ สำหรับธุรกิจ F&B ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ค่าใช้จ่ายสูงคือ ค่าเช่าสถานที่และค่าตอบแทน

4.1 ค่าเช่าสถานที่ อัตราค่าเช่าสถานที่ในย่านธุรกิจ เช่น Orchard Road ปัจจุบันราคา 50 เหรียญสิงคโปร์ต่อตารางฟุต/เดือน (ในปี 1990 ราคา 11 เหรียญสิงคโปร์ต่อตารางฟุต/เดือน) สำหรับในเขตนอกเมือง ประมาณ 26.80 เหรียญสิงคโปร์ต่อตารางฟุต/เดือน ส่วนค่าเช่า Kiosk ประมาณวันละ 50-190 เหรียญสิงคโปร์ ขึ้นอยู่กับขนาดประมาณ 3 ตารางเมตร-12 ตารางเมตร

4.2 ค่าจ้าง/ค่าตอบแทน อัตราเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 900-2,700 เหรียญสิงคโปร์ เช่น

Occupation	Average Gross Salary (S$)
- Restaurants & Other Catering Services Manager	2,700
- Captain/Waiter (Supervisor)	1,655
- Waiter	1,160
- Kitchen Assistant	1,370
- Cook	2,000
- Hawker/Stall Holder	1,200
- Baker, pasty-cook & Confectionary maker	1,800
- F&B stall Assistant	900

4.3 ค่าสาธารณูปโภค

- ค่าไฟฟ้า ประมาณ 10.56 เหรียญสิงคโปร์ต่อกิโลวัตต์/เดือน
- ค่าแก๊ส ประมาณ 15.7 เซนต์ต่อยูนิต
- ค่าน้ำ ประมาณ 117-192 เซนต์ต่อ m^3 และต้องจ่าย Water Con servation Tax ร้อยละ 30 ของค่าใช้น้ำ และ Water-borne Fee ในอัตรา 30 เซนต์ต่อ m^3
- ค่ากำจัดขยะและปฏิกูล เป็นเงิน 5 เหรียญสิงคโปร์ต่อยูนิต/เดือน

ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดตั้งบริษัทในสิงคโปร์ สามารถติดต่อ :

1) Ministry of Trade and Industry (MTI) รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้า การลงทุนและการจัดตั้ง โรงงานอุตสาหกรรม

Ministry of Trade and Industry
100 High Street, #09-01 The Treasury, Singapore 179434
Tel: 65-6225 9911
Fax: 65-6332 7260
E-mail: mti_email@mti.gov.sg
Website: www.mti.gov.sg

2) International Enterprise Singapore (IE Singapore) ช่วยเหลือและสนับสนุนบริษัทสิงคโปร์ให้มีความสามารถขยายตัวไปสู่ตลาดโลก และส่งเสริมสิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางของ SME ในภูมิภาค

International Enterprise Singapore
230 Victoria Street #10-00, Bugis Junction Office Tower,
Singapore 188024
Tel: 65-6337 6628
Fax: 6337 6898
E-mail: n/a
Website: www.iesingapore.gov.sg

3) Economic Development Board (EDB) ส่งเสริมให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ ทั้งด้านการผลิตและการบริการ

Economics Development Board
250 North Bridge Road, #28-00 Raffles City Tower,
Singapore 179101
Tel: 65-6832 6832
Fax: 65-6832 6565
E-mail: clientservices@edb.gov.sg
Website: www.edb.gov.sg

4) Standard Productivities & Innovation Board (SPRING Singapore) สนับสนุนให้ประเทศมีผลการผลิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะใน 3 ด้านคือ 1) การเพิ่มผลผลิตและการสร้างสรรค์ 2) มาตรฐานและคุณภาพ และ 3) SMEs ภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่สามารถแข่งขันได้ และมีการขยายตัวของเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและชีวิตมีคุณภาพ

Standard Productivities & Innovation Board
1 Fusionopolis Walk, #01-02 South Tower, Solaris,
Singapore 138628
Tel: 65-6278 6666
Fax: 65-6278 6667
E-mail: enterpriseone@spring.gov.sg
Website: www.spring.gov.sg

5) Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) รับผิดชอบในการตรวจสอบมาตรฐาน/คุณภาพอาหารนำเข้าสิงคโปร์

Agri-Food & Veterinary Authority
5 Maxwell road #04-00, Tower Block, MND Complex,
Singapore 069110
Tel: 65-6325 7604
Fax: 65-6220 6068
E-mail: ava_email@ave.gov.sg
Website: www.ava.gov.sg

6. คำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับการค้าการลงทุน

Q1: กฎ/ระเบียบทั่วไปในการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศสิงคโปร์

A1: ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามระเบียบ Wholesome Meat and Fish Act โดยดำเนินการ ดังนี้

1. ยื่นขอใบอนุญาตนำเข้าต่อ AVA ซึ่งการขออนุญาตจะต้องกระทำทุกครั้งที่นำเข้าสินค้า
2. สินค้าต้องมาจากแหล่งผลิตที่ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติจาก AVA เท่านั้น
3. ในทุกครั้งที่นำเข้าจะต้องประกอบด้วยเอกสาร Health Certificate จากหน่วยงานกรมปศุสัตว์ของ ประเทศแหล่งผลิตกำกับด้วย
4. การส่งสินค้าต้องส่งโดยตรงจากแหล่งผลิตไปยังสิงคโปร์
5. การบรรจุภัณฑ์แต่ละกล่อง ให้ระบุ หน่วยปริมาณสินค้า พร้อมรายละเอียดต่างๆ ดังนี้
   - 5.1 รายละเอียดสินค้า
   - 5.2 ประเทศผู้ผลิต
   - 5.3 ตรายี่ห้อสินค้า (ถ้ามี)
   - 5.4 ชื่อและหมายเลขโรงงานผลิตที่ได้รับอนุมัติจาก AVA พร้อมวันที่ผลิตสินค้า
   - 5.5 หากเป็นสินค้าแปรรูป ให้ระบุชื่อและหมายเลขโรงงานฆ่า/ชำแหละและวันที่ชำแหละด้วย

5.6 ระบุชื่อและหมายเลขโรงงาน และวันที่บรรจุภัณฑ์

5.7 ระบุหมายเลขชุดสำหรับสินค้าบรรจุกระป๋อง และหมายเลขระหัสการบรรจุกระป๋อง

5.8 ระบุน้ำหนักสุทธิสินค้าและน้ำหนักรวมกล่อง

6. AVA จะต้องตรวจสอบสินค้าก่อนทุกๆครั้งที่นำเข้า และอาจจะมีการตรวจสอบตัวอย่างสินค้าก่อนที่จะอนุญาตให้จำหน่ายในตลาดสิงคโปร์ได้

Q2 : การส่งสินค้าไปสิงคโปร์ต้องเสียภาษีนำเข้าหรือไม่

A2: สิงคโปร์ไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า (ยกเว้นสินค้า 4 รายการ คือ น้ำมัน รถยนต์ เหล้า และบุหรี่) แต่เรียกเก็บภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 แต่ทั้งนี้ ถึงแม้สิงคโปร์จะไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า แต่สิงคโปร์มีมาตรการกีดกันทางการค้าอื่นๆ ที่มิใช่มาตรการทางภาษี อาทิ ข้อกำหนดสำหรับอาหารต้องเป็นไปตามระเบียบ The Food Regulations หน่วยงานที่ควบคุม คือ Agri-Food Veterinary Authority (AVA) ภายใต้ Ministry of National Development

สิงคโปร์ไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า (ยกเว้นสินค้า 4 รายการ คือ น้ำมัน รถยนต์ เหล้า และบุหรี่) แต่เรียกเก็บภาษีสินค้าและบริการ (Goods & Services Tax : GST) ร้อยละ 7 แต่ทั้งนี้ ถึงแม้สิงคโปร์จะไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้า แต่สิงคโปร์มีมาตรการกีดกันทางการค้าอื่นๆ ที่มิใช่มาตรการทางภาษี

Q3 : สินค้าประเภทใดที่มีโอกาสในการขยายตลาดในสิงคโปร์ได้เป็นอย่างดี

A3: สินค้าอาหารจากไทยมีโอกาสขยายตลาดในสิงคโปร์ได้เพิ่มขึ้นอีก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูป ของทานเล่น ผลไม้แปรรูป เนื่องจากเป็นที่นิยมทั้งของชาวสิงคโปร์และชาวต่างชาติ โดยเฉพาะสินค้าที่มีความแปลกใหม่ และพัฒนารูปแบบการผลิตอาหารที่เป็น Ready-to-eat เหมาะมากสำหรับสิงคโปร์ เนื่องจากการดำเนิน ชีวิตที่รวดเร็วและความรวดเร็วในการรับประทาน

Q4 : ข้อควรคำนึงในการทำการค้ากับสิงคโปร์

A4: 1. สิงคโปร์ไม่เรียกเก็บภาษีนำเข้า (ยกเว้นสินค้า 4 รายการ คือ น้ำมัน รถยนต์ เหล้า และบุหรี่) แต่ภาษี ที่ต้องเสียคือ ภาษีสินค้าและบริการ(Goods and Services Tax : GST) ร้อยละ 7

2. ประชากรสิงคโปร์ เป็นการรวมตัวของหลายเชื้อชาติ (จีน มาเลย์ อินเดีย และอื่นๆ) ทำให้สินค้า ต้องมีหลากหลายประเภท และขึ้นอยู่กับอุปนิสัยการบริโภคของแต่ละเชื้อชาติ และรสนิยมที่เปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว

3. การส่งออกสินค้าฯเพื่อจำหน่ายในตลาดสิงคโปร์ อาจเป็นเพียงตลาดขนาดเล็ก มีจำนวนประมาณ 5 ล้านคน ซึ่งการขยายตัวของตลาดจะอยู่คงที่ในแต่ละปี แต่หากใช้จุดแข็งของสิงคโปร์ที่มีศักยภาพได้แก่ ความชำนาญด้านการค้า-ขาย เครือข่ายธุรกิจกับคนสัญชาติจีนในประเทศต่างๆ ศูนย์กลางสำคัญด้านการเงินการธนาคาร และการโลจิสติกส์ในการจัดการด้าน Supply Chain ในระดับมาตรฐานโลก รวมทั้งการเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆทำการค้ากับทั่วโลก เช่น (1) ประตูเปิดสู่เอเชีย-

การติดต่อนำเสนอสินค้าฯ ต่อผู้นำเข้าสิงคโปร์ จะต้องมี Company Profile ที่ชัดเจน ควรจัดทำข้อมูลรายละเอียดให้ครบถ้วน ได้แก่ ราคา รายการ/รูปแบบสินค้า ระยะเวลาส่งมอบ เป็นต้น และการตอบข้อสอบถามพร้อมติดตามผลให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

แปซิฟิก (2) ศูนย์กลางการค้า/บริการของภูมิภาค (3) ศูนย์กลางการเดินเรือพาณิชย์ (4) ศูนย์กลางการเงินของภูมิภาค (5) ศูนย์กลางการบินพาณิชย์ เป็นต้น และใช้สิงคโปร์ที่มีการค้าอย่างเสรี ให้เป็น Gateway ทำธุรกิจในลักษณะ Trading Hub จัดการด้านการเงิน/ธนาคาร การสื่อสารและการคมนาคมขนส่ง และเป็นเอเย่นต์ส่งออกต่อ (re-export) สินค้าที่ไทยผลิตไปสู่ประเทศที่สามเพื่อขยายการส่งออกไปยังประเทศนานาชาติและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค โดยเฉพาะอินโดนีเซียและบรูไนที่มีความมั่นใจในสิงคโปร์เป็นเสมือนบริษัทแม่

4. การติดต่อนำเสนอสินค้าฯต่อผู้นำเข้าสิงคโปร์ จะต้องมี Company Profile ที่ชัดเจน ควรจัดทำข้อมูลรายละเอียดให้ครบถ้วน ได้แก่ ราคา รายการ/รูปแบบสินค้า ระยะเวลาส่งมอบ เป็นต้น และการตอบข้อสอบถามพร้อมติดตามผลให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

5. การขยายตลาดของสิงคโปร์ ซึ่งบริษัทสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีหลักการสำคัญได้แก่ ควบคุมการผลิต/ส่งออกและจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดเวลา, ราคาส่งออกที่สามารถแข่งขันได้, ติดตามความต้องการ/การเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างสม่ำเสมอ, รักษาระดับคุณภาพสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีก้าวหน้าทันสมัย และเพิ่มมูลค่าสูงให้แก่สินค้า, เน้นการให้บริการอย่างดี, สามารถปรับการผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายนานาชาติ, สร้างยี่ห้อของตนเอง รวมทั้งโฆษณาประชาสัมพันธ์และการให้สปอนเซอร์ และสร้างโอกาสในการร่วมลงทุนในต่างประเทศ

Q5 : ข้อควรคำนึงในการส่งออกสินค้า Non-Food Items

A5: สิงคโปร์เป็นประเทศการค้าเปิดเสรี ผู้นำเข้าขออนุญาตการนำเข้าและสามารถนำเข้าได้โดยบ่งบอกวัสดุที่ใช้ในการผลิตและคุณสมบัติตามพิกัดศุลกากร จะต้องคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับ Consumer Protection

7. หน่วยงานติดต่อสำคัญ

7.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า/การลงทุนของสิงคโปร์

1) Ministry of Trade and Industry (MTI) รับผิดชอบเกี่ยวกับการค้า การลงทุนและการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรม

Ministry of Trade and Industry
100 High Street, #09-01 The Treasury,
Singapore 179434
Tel: 65-6225 9911
Fax: 65-6332 7260
E-mail: mti_email@mti.gov.sg
Website: www.mti.gov.sg

2) International Enterprise Singapore (IE Singapore) ได้จัดโครงสร้างใหม่จากหน่วยงานเดิมคือ Trade Development Board (TDB) มีนโยบายช่วยเหลือและสนับสนุนบริษัทสิงคโปร์ให้มีความสามารถขยายตัวไปสู่ตลาดโลกได้ โดยให้บริการและอำนวยความสะดวกในการด้านต่างๆ เช่น การจัดหาข้อมูลการตลาด ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการค้า และการนัดหมาย/จัดหาคู่ค้าในต่างประเทศ รวมทั้งมีนโยบายส่งเสริมสิงคโปร์ให้เป็นศูนย์กลางของ SME ในภูมิภาค โดยมีมาตรการจูงใจให้ประเทศต่างๆมาเปิดบริษัท/สาขาในสิงคโปร์และร่วมกับบริษัทสิงคโปร์ในการขยายธุรกิจสู่ตลาดในภูมิภาคต่อไป

International Enterprise Singapore
230 Victoria Street #10-00, Bugis Junction Office Tower,
Singapore 188024
Tel: 65-6337 6628
Fax: 6337 6898
Website: www.iesingapore.gov.sg

3) Economic Development Board (EDB) ส่งเสริมให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ ทั้งด้านการผลิตและการบริการ

Economics Development Board
250 North Bridge Road, #28-00 Raffles City Tower,
Singapore 179101
Tel: 65-6832 6832
Fax: 65-6832 6565
E-mail: clientservices@edb.gov.sg
Website: www.edb.gov.sg

4) Standard Productivities & Innovation Board (SPRING Singapore) สนับสนุนให้ประเทศมีผลการผลิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะใน 3 ด้านคือ 1) การเพิ่มผลผลิตและการสร้างสรรค์ 2) มาตรฐานและคุณภาพ และ 3) SMEs ภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่สามารถแข่งขันได้ และมีการขยายตัวของเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีและชีวิตมีคุณภาพ

Standard Productivities & Innovation Board
1 Fusionopolis Walk, #01-02 South Tower, Solaris,
Singapore 138628
Tel: 65-6278 6666
Fax: 65-6278 6667
E-mail: enterpriseone@spring.gov.sg
Website: www.spring.gov.sg

5) Agri-Food & Veterinary Authority (AVA) รับผิดชอบในการตรวจสอบมาตรฐาน/คุณภาพอาหารนำเข้าสิงคโปร์ ออกระเบียบและดูแลสุขอนามัยภายในประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นใจว่า อาหารที่นำเข้าตลาดสิงคโปร์และผลิตภายในประเทศมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยต่อการบริโภค

Agri-Food & Veterinary Authority
5 Maxwell Road #04-00, Tower Block, MND Complex,
Singapore 069110
Tel: 65-6325 7604
Fax: 65-6220 6068
E-mail: ava_email@ave.gov.sg
Website: www.ava.gov.sg

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งบริษัทในสิงคโปร์ ดังนี้

1. Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA) เพื่อยื่นขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท/ธุรกิจภายใต้ Business Registration Act Cap 32 ซึ่งบุคคลที่จะจัดตั้งบริษัทต้องจดทะเบียนกับ ACRA ในธุรกิจทุกสาขา รวมถึง trade, commerce, craftsmanship, profession or any activity carried on for the purpose of gain

Accounting & Corporate Regulatory Authority (ACRA)
10 Anson Road #05-01/15, International Plaza,
Singapore 079903
Tel: 65-6325 3731
Fax: 65-6225 1676)
Website: www.acra.gov.sg

2. กระทรวงการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรน้ำ (Ministry of Environment and Water Resources – MEWR) เพื่อขออนุญาตประกอบกิจการร้านอาหาร/ภัตตาคาร

Ministry of Environment and Water Resources
Environment Health Department, Environment Building,
#21-00, Scotts Road,
S'pore 228231
Tel: 65-6731 9117
Fax: 65-6731 9749
Website: www.mewr.gov.sg

3. กระทรวงแรงงาน [Ministry of Manpower – MOM] เพื่อขออนุญาตนำพนักงานต่างชาติเข้ามาทำงานในสิงคโปร์

Ministry of Manpower
Employment Pass Division, SIR Building, 10 Kallang Road,
S'pore 208718
Tel: 65-6297 5443
Fax: 65-6298 0837
Website: www.mom.gov.sg

หน่วยงานส่งเสริมการค้าของประเทศสิงคโปร์ในประเทศไทย

International Enterprise Singapore c/o Embassy of The Republic of Singapore
183 South Sathorn Road, Bangkok 10120, Thailand
Tel: 662-287 0897
Fax: 662-287 0971
E-mail: Bangkok@iesingapore.gov.sg

หน่วยราชการไทยที่สำคัญในสิงคโปร์ :

Royal Thai Embassy

370 Orchard Road, Singapore 238870

Tel : (65) 6737 2644, 6737 2158

Fax : (65) 6732 0778

Email : thaisgp@singnet.com.sg

Office Hours: 09.00-12.00 hrs., and 14.00-17.00 hrs.,
Monday-Friday

Office of Commercial Affairs (Thailand Trade Office)

Address : 370 Orchard Road, Royal Thai Embassy,
Singapore 238870

Tel : (65) 6737 3060, 6732 7769

Fax : (65) 6732 2458

Email : enquiry@thaitrade.sg

Office of Labour Affairs

Address : 180 Cecil Street, Bangkok Bank Building, #04-01A,
Singapore 069546

Tel : (65) 6224 9940, 6224 1797

Fax : (65) 6225 9995

Email : minister_counsellor@thaitrade.org.sg

Office of Defence Attache

Address : 53 Branksome Road, Singapore 439586

Tel : (65) 6346 6372

Fax : (65) 6346 6385

Email : thnasing@singnet.com.sg

Tourism Authority of Thailand

Address : 370 Orchard, C/O Royal Thai Embassy,
Singapore 238870

Tel : (65) 6235 7901, 6235 7694

Fax : (65) 6733 5653

Email : tatsin@singnet.com.sg

7.2 รายชื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง/ร้านอาหารไทยในสิงคโปร์

1) AIRLINE

Thai Airways International Public Co.,Ltd.

100 Cecil Street Street, #03-00 The Globe, Singapore 069532

Tel: (65) 6210 5111 / 6210 5116

Fax: (65) 6223 9005

Email : sinaa@thaiairways.com.sg

Contact : Mr. Anivat Tailanga (General Manager)

2) BANK

Bangkok Bank Public Co.,Ltd.

180 Cecil Street, Bangkok Bank Building, Singapore 069546

Tel: (65) 6410 0400 / 6410 0410

Fax: (65) 6226 3596

Email: kanchana.kon@bangkokbank.com

Contact : Ms. Kanchana Kongvananon (General Manager)

Siam Commercial Bank Public Co.,Ltd.

16 Collyer Quay, #25-02 Hitachi Tower, Singapore 049318

Tel: (65) 6536 4338

Fax: (65) 6536 4728

Email: bandit@scb.co.th

Contact : Mr. Bandit Rojanavongse (General Manager)

Krung Thai Bank Public Co.,Ltd.

65 Chulia Street, #32-05/08, OCBC Centre, Singapore 049513

Tel: (65) 6533 6691

Fax: (65) 6533 0930

Email : ktbs@pacific.net.sg

Contact : Ms. Nuannapha Wongthawatchai

(General Manager & Vice President)

3) HOTEL

Intercontinental Hotel

80 Middle Road, Singapore 188966

Tel: (65) 6338 7600

Fax: (65) 6338 7366

Email: meefoon_ting@interconti.com

Contact : Ms. Tobias Natasha Leanne (General Manager)

4) RESTAURANT

A-Roy Thai Restaurant

109 North Bridge Road, #04-06 Funan IT Mall,

Singapore 179097

Tel: (65) 6338 3880

Fax: (65) 6338 3889

Email: luyong@singnet.com.sg

Contact : Ms. Luyong Kunaksorn (Owner)

BeerThai Bok Tor

5001 Beach Road, Golden Mile Complex 1, #01-94/95/96

6001 Beach Road, Golden Mile Tower 2, #01-50/51,

Singapore 199588

Tel: (65) 9353 7100 /6392 2491

Fax: N.A

Email: simachat_ice-cream@hotmail.com

Diandin Lelek Thai Restaurant

5001 Beach Road #01-15B, Golden Mile Complex,

Singapore 199588

Tel : (65) 6293 5221

Fax : (65) 6438 4582

Email: diandin@singnet.com.sg

Contact : Ms. Diandin Somchua –Lim (Owner)

Jai Thai Restaurant

6 Raffles Boulevard, #02-251, Marina Square,

Singapore 309594

Tel : (65) 6339 8652

Fax : (65) 6339 8949

Contact : Ms. Suchana S. (Owner)

Sabai Authentic Thai Restaurant

391 B Orchard Road, Ngee Ann City, #02-23, Singapore

Tel : (65) 6333 8491

Fax: (65) 6333 8485

Email: choying@starhub.net.sg

Contact : Mrs. Jongkolnee Thoboonme (Owner)

Thai Noodle House

5 Coronation Road, #01-03, Coronation Arcade,

Singapore 269460

Tel: (65) 6467 0104

Fax: (65) 6462 3214

Email : Achara@singnet.com.sg

Contact : Mrs. Achara (Owner)

บรรณานุกรม

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ สิงคโปร์
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
ธนาคารโลก
ธนาคารแห่งประเทศไทย
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
www2.ops3.moc.go.th
www.edb.gov.sg
www.iesingapore.gov.sg
www.mti.gov.sg
www.fta.gov.sg

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, Royal Thai Government

44/100 ถนนนนทบุรี1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทร. (662)507 7999 โทรสาร. (662)507 7722, (662)547 5657-8
เว็บไซต์: http://www.ditp.go.th

ISBN 978-616-265-027-7
ราคา 299 บาท
9 786162 650277