

# Singapore


Country Profile

## Singapore



## CONTENT

- GEOGRAPHY
- DEMOGRAPHICS
- GOVERNMENT
- ECONOMIC
- SWOT ANALYSIS
- OUTLOOK

เมืองหลวง	สิงคโปร์
ธงชาติ	
ภาษาราชการ	ภาษาราชการมี 4 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษาทมิฬ และภาษามลายู สำหรับภาษาธุรกิจ และการบริหารคือ ภาษาอังกฤษ ชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่พูดได้สองภาษา คือภาษาแม่ของตนและภาษาอังกฤษ
เมืองหลวง	สิงคโปร์
ที่ตั้ง	ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของสิงคโปร์ คือ 136.8 กม. เหนือเส้นศูนย์สูตร โดยตั้งอยู่ระหว่างเส้นแวงที่ 103 องศา 38 ลิปดาตะวันออก กับเส้นแวงที่ 104 องศา 06 ลิปดาตะวันออก ประเทศเพื่อนบ้าน ทิศเหนือคือ ประเทศมาเลเซีย ทิศใต้และตะวันออกคือ ประเทศอินโดนีเซีย สิงคโปร์ประกอบด้วยเกาะใหญ่เกาะน้อยบริเวณรายรอบรวม 63 เกาะ เกาะที่ใหญ่ที่สุดคือ เกาะ Singapore
พื้นที่	ทั้งหมด 697 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็นพื้นดิน 687 ตารางกิโลเมตรและพื้นน้ำ 10 ตารางกิโลเมตร
ชายแดน	ไม่ติดกับประเทศใด
ภูมิอากาศ	สิงคโปร์อยู่ในเขตรมสูมทำให้มีอากาศอบอุ่นเกือบตลอดปี มีอุณหภูมิเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 25 องศา ถึง 32 องศาเซลเซียส แบ่งเป็น 4 ฤดู คือ ฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (North-east Monsoon Season) ฤดูก่อนมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (Pre South-west Monsoon) ฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (South-west Monsoon Season) ฤดูก่อนมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (Pre North-east Monsoon)
ทรัพยากรธรรมชาติ	ไม่มี
สิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นสำคัญในปัจจุบัน	มลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม การมีทรัพยากรน้ำจืดที่จำกัด ปัญหาในการกำจัดของเสียเนื่องจากมีพื้นที่จำกัด ปัญหาหมอกควันจากไฟป่าที่เกิดในอินโดนีเซีย

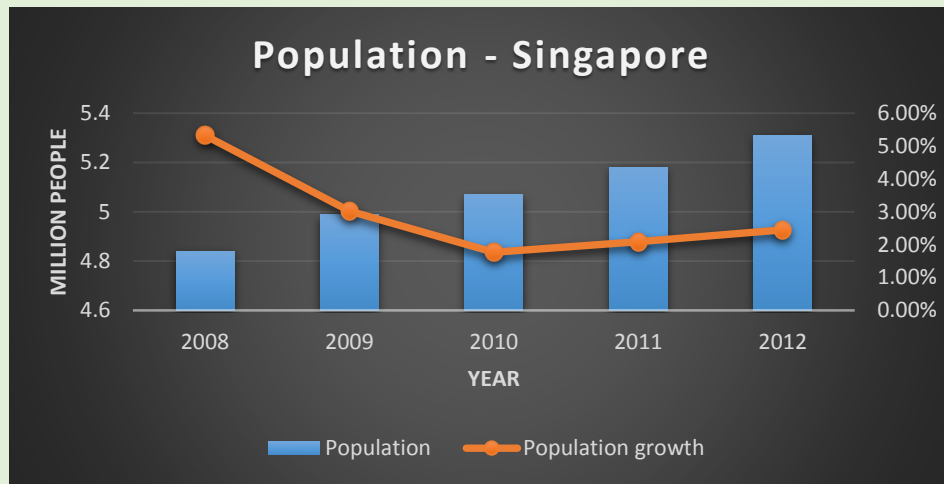
จำนวนประชากร 5.31 ล้านคน

(2012)

อัตราการเพิ่มขึ้นของ ในปี 2012 เท่ากับร้อยละ 2.45 โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนประชากรลดลงตั้งแต่ปี 2008

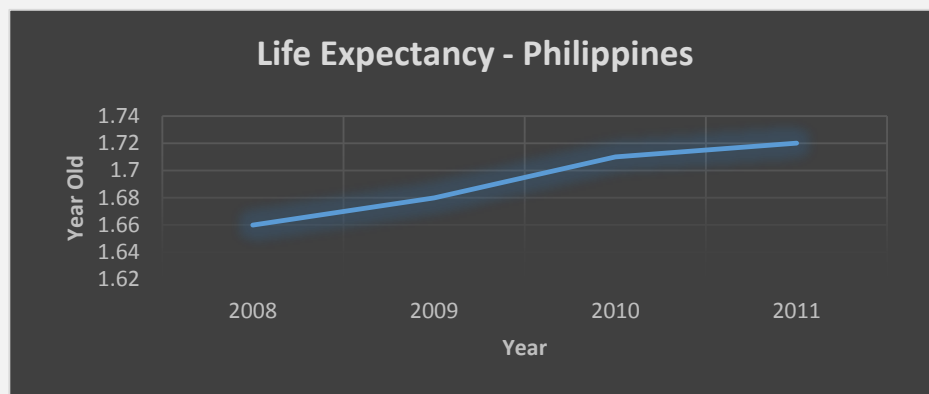
จำนวนประชากร

(2012)



อายุคาดเฉลี่ย(life expectancy)

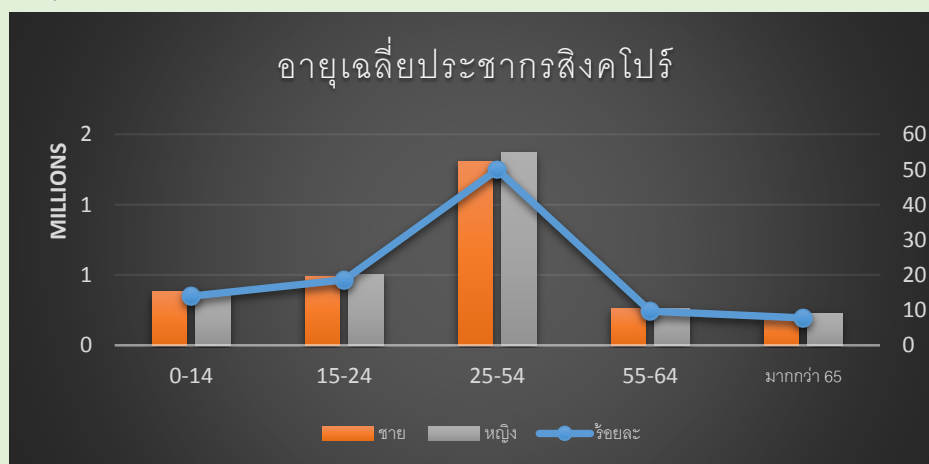
ในปี 2011 ประชากรสิงคโปร์มีอายุคาดเฉลี่ย 68.76 ปี เพิ่มขึ้นจากปี 2008 ร้อยละ 1.13



เพศและอายุประชากร

(2012)

อายุเฉลี่ย 33.5 ปี (ชาย 33.4 ปี หญิง 33.6 ปี)



อัตราการเกิด (2012) 7.72 คน ต่อประชากร 1,000 คน ต่อปี

อัตราการตาย (2012) 3.41 คน ต่อประชากร 1,000 คน ต่อปี

อัตราการตายของทารกแรกเกิด (2012)	2.65 คน ต่อประชากร 1,000 คน ต่อปี
อัตราการคลอดบุตร	0.78 คน ต่อ ผู้หญิง 1 คน
สัญชาติ	ชาวสิงคโปร์ (Singaporean)
กลุ่มชนพื้นเมือง	ชาวจีนร้อยละ 4.7      ชาวมุสลิมร้อยละ 13.6 ชาวอินเดียร้อยละ 8.9      อื่นๆ ร้อยละ 2.8
ศาสนา	พุทธ ร้อยละ 42.5      คริสต์ ร้อยละ 14.5 อิสลาม ร้อยละ 14.9      ฮินดู ร้อยละ 4.0 อื่น ๆ ร้อยละ 24.1
การเมืองการปกครอง	สิงคโปร์ปกครองโดยระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา มีรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุด (The Constitution) แบ่งอำนาจการปกครองเป็น 3 ส่วน คือ สภาบริหาร รัฐสภา และ ศาลฎีกา
ระบบกฎหมาย	English common law
เศรษฐกิจโดยรวม	สิงคโปร์นับเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความโดดเด่นทางเศรษฐกิจ จัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่เช่นเดียวกับฮ่องกง ไต้หวันและเกาหลีใต้ มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยในช่วง 5 ปี ร้อยละ 4.4 ต่อปี
เงินสำรองระหว่างประเทศ (International Reserves)	ในปี 2012 สิงคโปร์มีเงินสำรองระหว่างประเทศ 243 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ
งบประมาณ	งบประมาณรายได้ 43.44 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ งบประมาณรายจ่าย 37.83 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ (2012 est.)
Investment (gross fixed):	ร้อยละ 24.1 ของ GDP (2012 est.)
Taxes and other revenues:	ร้อยละ 15.7 ของ GDP (2012 est.)
สกุลเงิน	ดอลลาร์สิงคโปร์ (Singapore Dollar : SGD) อัตราแลกเปลี่ยนประมาณ 25 บาท/ 1 ดอลลาร์สิงคโปร์



อัตราแลกเปลี่ยน  
(Exchange rates)

ปี : อัตราแลกเปลี่ยน ดอลลาร์สิงคโปร์ (SGD) ต่อหนึ่งเหรียญดอลลาร์สหรัฐ

2012 : 1.2497

2011 : 1.258

2010 : 1.3635

2009 : 1.4545

2008 : 1.415

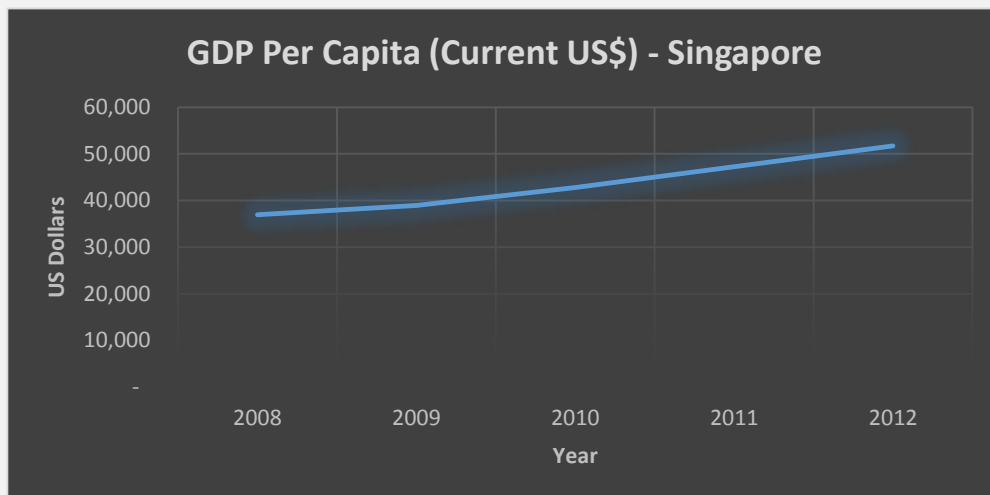
ผลิตภัณฑ์ในประเทศ  
(GDP in current US  
dollars)

ในปี 2012 GDP ของประเทศสิงคโปร์เท่ากับ 274.7 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราเติบโต (GDP Growth Rate) ลดลงจากปี 2011 เท่ากับร้อยละ 3.84



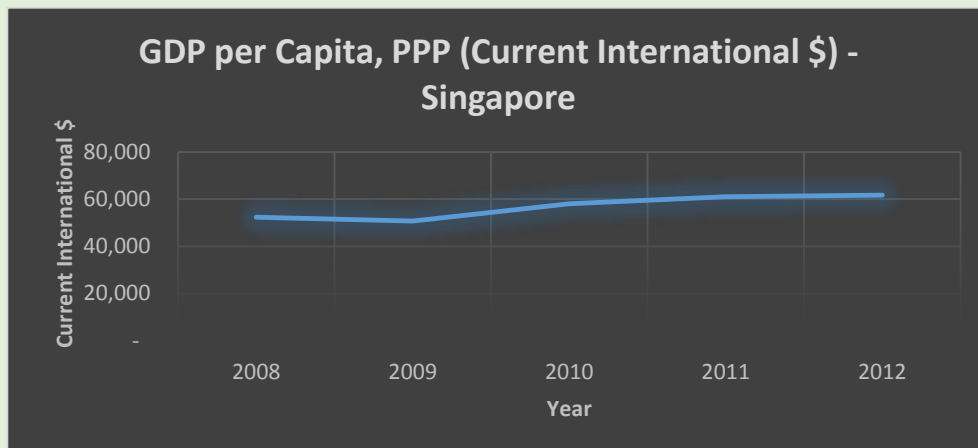
รายได้ต่อหัว (GDP  
per capita)

ในปี 2012 สิงคโปร์มีรายได้ต่อหัว 51,709 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2008 ร้อยละ 40



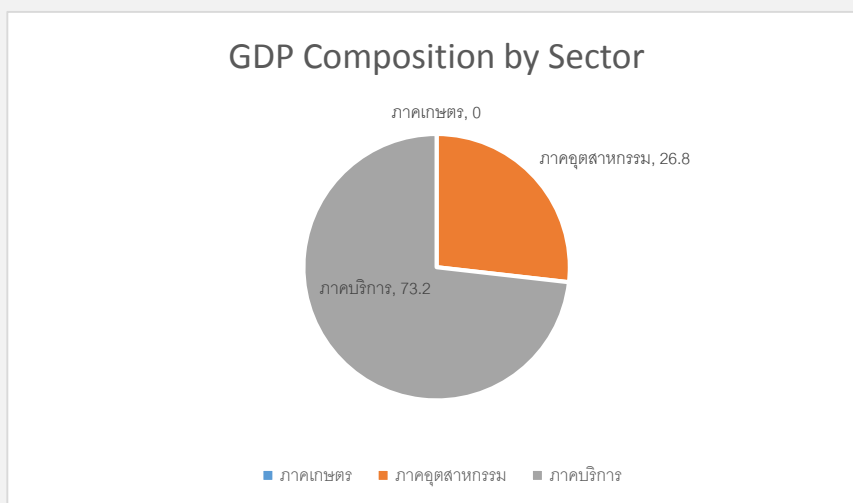
GDP per capita,  
PPP (Current  
International \$,  
2012)

61,803 Current International



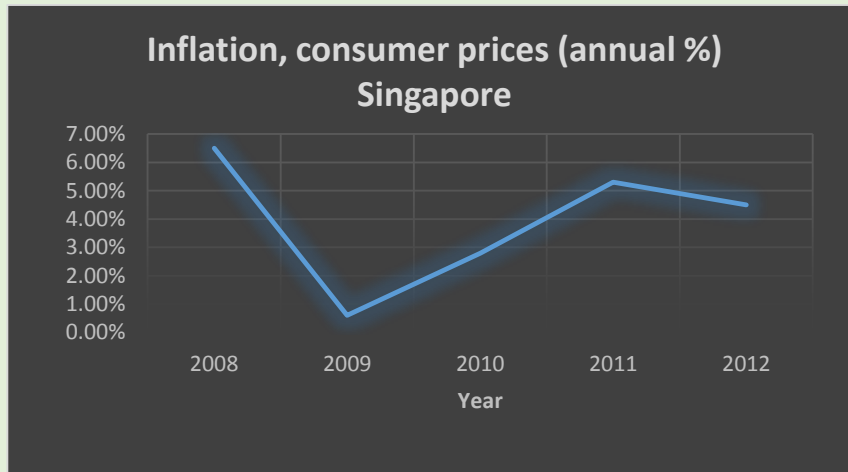
GDP composition by  
sector

ภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 26.8 ภาคบริการร้อยละ 73.2



อัตราเงินเฟ้อ (%)  
Inflation)

สิงคโปร์มีอัตราเงินเฟ้อในปี 2012 ลดลงจากปีที่แล้วอยู่ที่ร้อยละ 4.50

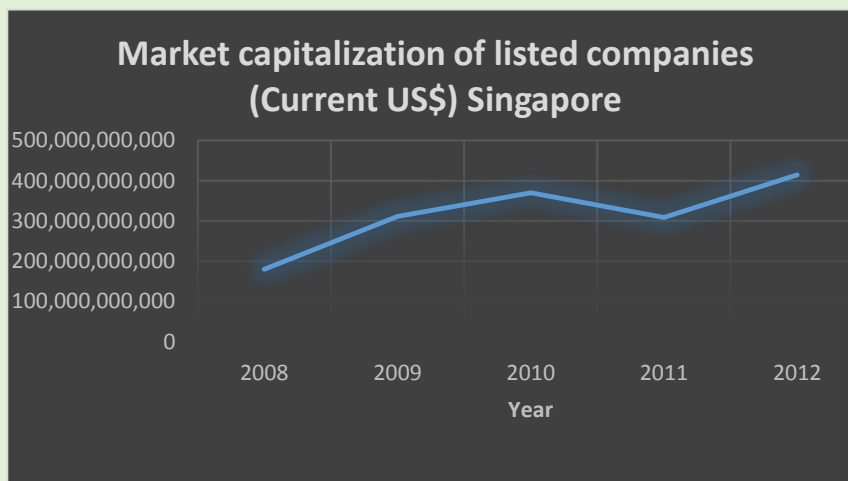


หนี้สาธารณะ

ในปี 2012 สิงคโปร์มีอัตราหนี้สินต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติสาธารณะประมาณร้อยละ 110 โดยมีสัดส่วนดุลการให้กู้ยืมสุทธิต่อการกู้ยืมสุทธิร้อยละ 7.415 ของ GDP

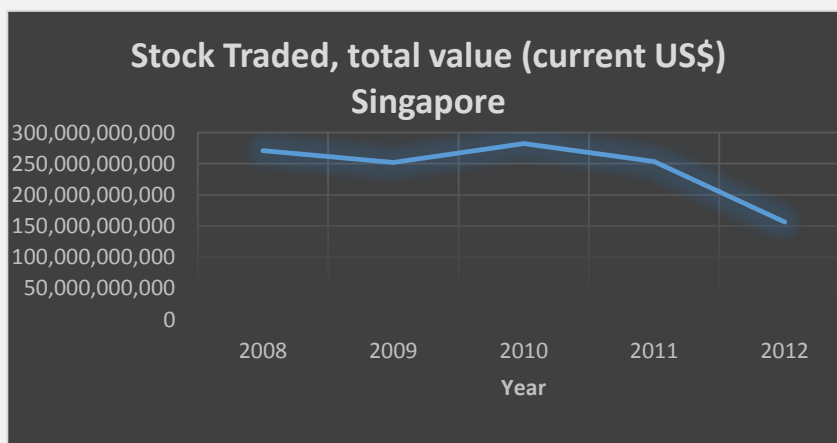
มูลค่าหุ้นในตลาด  
หลักทรัพย์ (Market  
Capitalization)

มูลค่าหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ปี 2012 ประมาณสี่แสนเหรียญดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2011 ร้อยละ 34



มูลค่าการซื้อขายรวม  
ในตลาดหลักทรัพย์  
(Stock Traded)

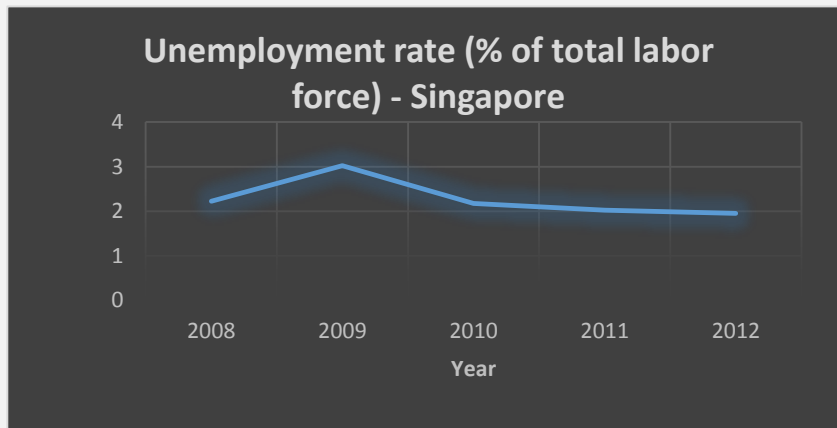
ข้อมูลจาก World Bank ปี 2012 พบว่าในขณะที่มูลค่าหุ้นในตลาดหลักทรัพย์สูงขึ้นแต่พบว่ามูลค่าการซื้อขายรวมในตลาดหลักทรัพย์ลดลงจากปี 2011 ร้อยละ 38





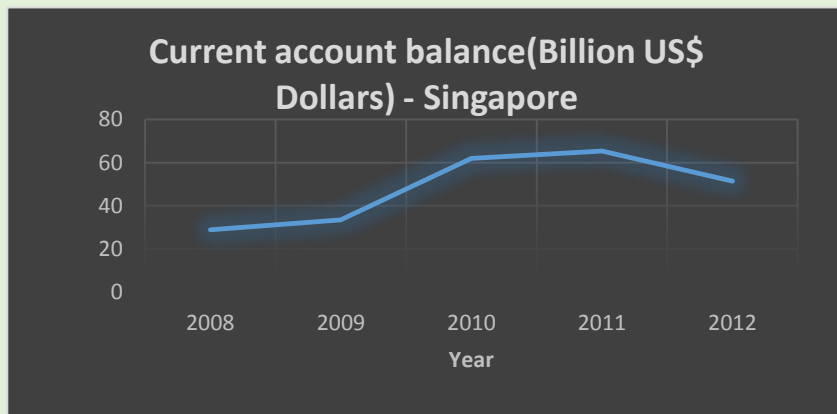
อัตราคนว่างงาน  
(Unemployment  
rate, % of total labor  
force)

ในปี 2012 ข้อมูลจาก IMF พบว่าอัตราคนว่างงานในสิงคโปร์เท่ากับร้อยละ 1.95



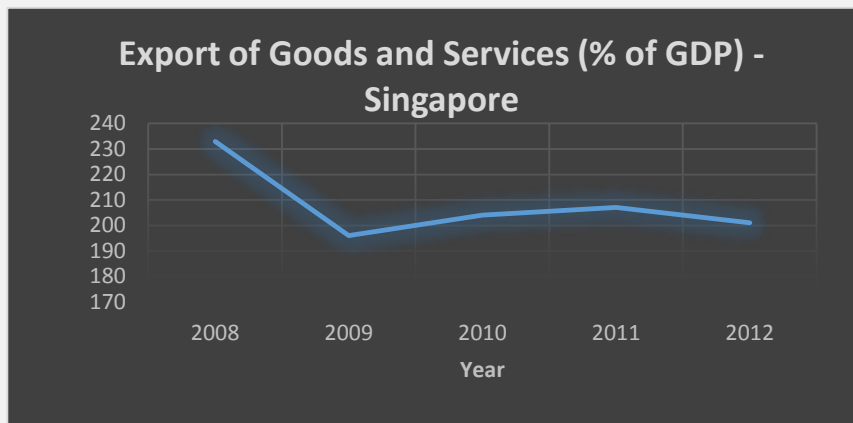
ดุลบัญชีเดินสะพัด  
(Current account  
balance)

ในปี 2012 สิงคโปร์มีดุลบัญชีเดินสะพัด 51.4 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยข้อมูลจาก IMF พบว่าดุลบัญชีเดินสะพัดของสิงคโปร์ลดลงร้อยละ 21 เทียบกับปี 2011



มูลค่าการส่งออกของ  
ผลิตภัณฑ์และบริการ

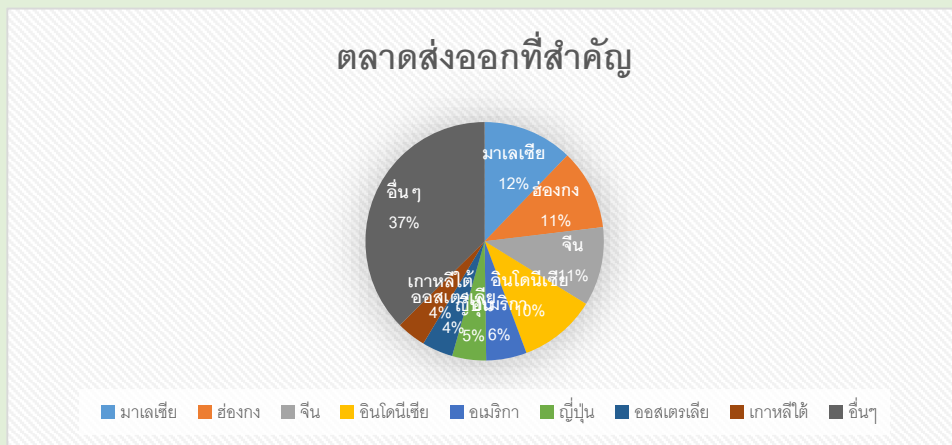
ในปี 2012 มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์และบริการของสิงคโปร์มีมูลค่าร้อยละ 201 ของ GDP โดยมีอัตราการส่งออกค่อนข้างคงที่ตั้งแต่ปี 2009



มูลค่ารวมการส่งออก 435.8 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ  
(2012)

สินค้าส่งออก (2012) เครื่องจักรและอุปกรณ์ (รวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม) ยาและสารเคมีอื่นๆ ผลิตภัณฑ์การกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม

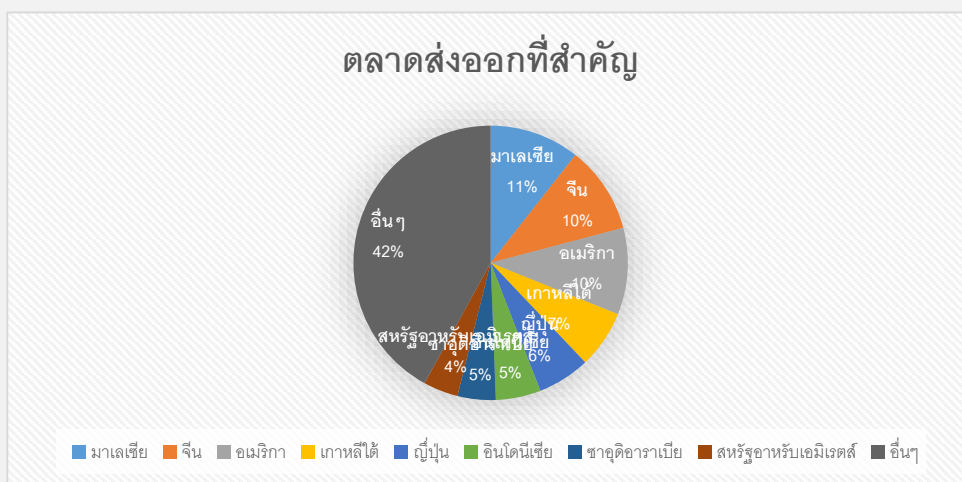
ตลาดส่งออกที่สำคัญ (2012) สิงคโปร์ส่งออกสินค้าไปที่ประเทศมาเลเซียมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาคือฮ่องกงและจีนร้อยละ 11



มูลค่ารวมการนำเข้า 374.9 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ  
(2012)

สินค้านำเข้า เครื่องจักรและเครื่องมือ กลุ่มแร่เชื้อเพลิงและพลังงาน สารเคมี อาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค

แหล่งนำเข้าที่สำคัญ (2012) สิงคโปร์นำเข้าสินค้ามากที่สุดจากประเทศมาเลเซีย จีน และ อเมริกา ตามลำดับ



## SWOT Analysis

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (SWOT Analysis)	
<b>จุดแข็ง</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงสุดของอาเซียน และติดอันดับ 15 ของโลก</li> <li>มีนโยบายการค้าเสรี ไม่มีการเรียกเก็บภาษ้นำเข้า ยกเว้นสินค้าเพียง 4 รายการคือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุหรี่ น้ำมันปิโตรเลียม และรถยนต์</li> <li>การเมืองมีเสถียรภาพ</li> <li>เป็นศูนย์กลางทางการเงินระหว่างประเทศ</li> <li>มีข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งที่เอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางการเดินเรือ</li> <li>สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญ เนื่องจากมีระบบขนส่งด้านซัพพลายเชนที่ได้รับมาตรฐานระดับโลก</li> </ul>	<b>จุดอ่อน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ตลาดผู้บริโภคมีขนาดเล็ก โดยมีประชากรเพียง 5.08 ล้านคน (ปี 2553)</li> <li>สิงคโปร์จำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ</li> <li>ขาดแคลนแรงงานระดับล่าง</li> <li>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจสูงเช่น ค่าแรงงาน</li> </ul>
<b>โอกาส</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในการทดสอบตลาดก่อนขยายตลาดไปสู่ตลาดที่ใหญ่กว่าเช่น สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป</li> </ul>	<b>อุปสรรค</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>สิงคโปร์ต้องพึ่งพาการค้าการลงทุนกับต่างชาติ ดังนั้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจึงขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจโลก</li> <li>เป็นประเทศที่มีพื้นที่น้อยเพราะประเทศสิงคโปร์เป็นเกาะ มีทะเลล้อมรอบ การขยายพื้นที่ทำได้เพียงการถมทะเล</li> </ul>

## Outlook

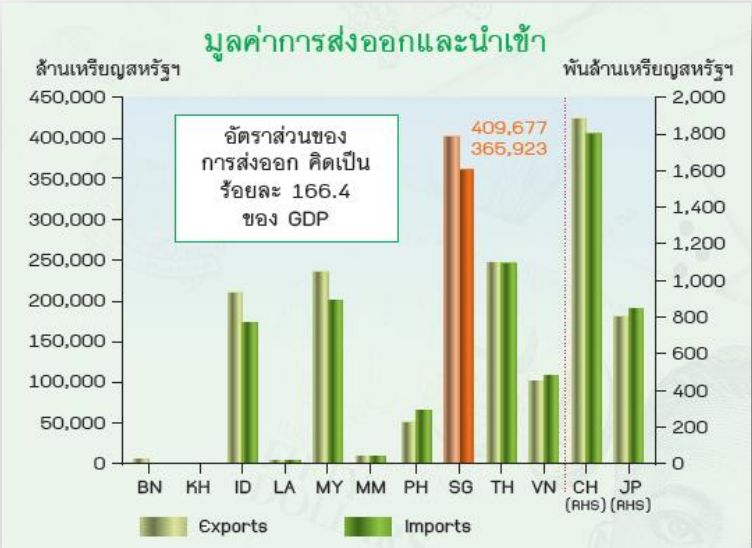
สิงคโปร์เป็นประเทศขนาดเล็กที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ต้องพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศผันผวนตามเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความชบเซาทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศที่เข้ามาลงทุนในประเทศสิงคโปร์ อย่างไรก็ตามเนื่องจากสิงคโปร์มีประชากรน้อย เป็นประเทศขนาดเล็ก และเป็นศูนย์กลางการขนส่งเศรษฐกิจของประเทศจึงเน้นที่การส่งออกและนำเข้าสินค้าสูง ทั้งนี้เส้นทางในการขนส่งสินค้าของสิงคโปร์ประกอบด้วย 4 เส้นทางดังนี้

1. ทางหลวงถือเป็นเส้นทางคมนาคมหลักของประเทศสิงคโปร์ โดยส่วนมากเป็นถนนขนาด 6 เลนส์ ซึ่งทางหลวงในสิงคโปร์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ทางด่วน Expressway และทางหลวง Semi-expressway (รวม 3 สายคือ Outer Ring Road System, West Coast Highway, และ Nicoll Highway)
2. ระบบรางประกอบด้วยรถไฟเชื่อมต่อกับมาเลเซียและกรุงเทพฯ และรถไฟใต้ดิน (Mass Rapid Transit) ซึ่งถือเป็นระบบขนส่งหลักของสิงคโปร์ โดยให้บริการในย่านธุรกิจ สถานที่ราชการและสนามบิน
3. ท่าเรือ โดยมีท่าเรือที่สำคัญได้แก่ท่าเรือ Jurong และท่าเรือ Tanah Merah
4. ท่าอากาศยาน Changi Airport Terminal และ Budget Terminal

จากที่กล่าวมาข้างต้นสิงคโปร์เป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางการขนส่งทั้งต่างประเทศและในประเทศทำให้ประเทศต่างๆ ให้ความสนใจมาเป็นคู่ค้าและ/หรือใช้สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางส่งสินค้าต่อไปยังประเทศอื่นๆ จากแผนภาพที่ 1 ได้แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกในปี 2554 อยู่สูงถึง 409,677 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่มูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 365,923 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และจากแผนภาพที่ 2 ประเทศสิงคโปร์นำเข้า

สินค้าจาก 3 ประเทศหลักที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าร้อยละ 10 ประกอบด้วยประเทศมาเลเซีย (40,472 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) จีน (39,185.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และสหรัฐฯ (40,472 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 12 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 2.67 ซึ่งลดลงจากปี 2554 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 10.55

แผนภาพที่ 1: มูลค่าการส่งออกและนำเข้า



แผนภาพที่ 2: ประเทศคู่ค้าที่ส่งคปรีนำเข้าจากทั่วโลก ปี 2555

(1) ประเทศคู่ค้า 10 อันดับแรก ที่ส่งคปรีนำเข้าจากทั่วโลก : ปี 2555								
ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ			ส่วนแบ่งตลาด %			เพิ่ม/ลด %	
	2553	2554	2555	2553	2554	2555	2553/2554	2554/2555
1.มาเลเซีย	36,296.0	39,083.4	40,427.0	11.69	10.70	10.64	7.68	3.44
2.จีน	33,622.5	37,955.3	39,185.2	10.83	10.39	10.31	12.89	3.24
3.สหรัฐฯ	34,848.0	38,990.4	38,585.6	11.23	10.67	10.16	11.89	-1.04
4.เกาหลีใต้	17,979.1	21,715.3	25,636.8	5.79	5.94	6.75	20.78	18.06
5.ไต้หวัน	18,510.5	21,727.6	25,297.2	5.96	5.95	6.66	17.38	16.43
6.ญี่ปุ่น	24,394.1	26,203.1	23,646.1	7.86	7.17	6.22	7.42	-9.76
7.อินโดนีเซีย	16,822.2	19,273.1	20,195.5	5.42	5.27	5.32	14.57	4.79
8.ซาอุดีอาระเบีย	11,218.9	17,618.0	17,217.9	3.61	4.82	4.53	57.04	-2.27
9.สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	6,735.3	11,561.9	15,692.9	2.05	3.16	4.13	81.35	35.73
10.อินเดีย	9,216.1	14,126.3	12,978.5	2.97	3.87	3.42	53.28	-8.13
11.เยอรมัน	8,892.2	10,398.1	10,569.9	2.86	2.85	2.78	16.94	1.65
12.ไทย	10,268.0	11,343.6	10,146.3	3.31	3.10	2.67	10.47	-10.55

ที่มา : International Enterprise Singapore

อย่างไรก็ตามเนื่องจากผลกระทบทางเศรษฐกิจของโลกที่ชะลอตัวโดยเฉพาะปัญหาเศรษฐกิจในยุโรปและสหรัฐฯ ส่งผลต่อการผลิตและส่งออกสินค้าของสิงคโปร์อย่างมากโดยจากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นตัวเลขคาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจในปี 2556 และ ปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 4.1 และร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 3: การเติบโตของเศรษฐกิจสิงคโปร์ปี 2547 - 2558



ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของสิงคโปร์จะลดลงแต่ยังคงมีศักยภาพที่จะเติบโตต่อไป ในปัจจุบัน นักลงทุนชาวไทยส่วนใหญ่เข้าไปลงทุนในสิงคโปร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจประเภทการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ธุรกิจสปา ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในสถานบันเทิงทำให้ดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่สามารถที่จะอาศัยสิงคโปร์เป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจ เช่น ธุรกิจด้านการเงิน ธุรกิจในการอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และธุรกิจที่ลงทุนในรูปแบบกิจการลงทุน เช่น ธุรกิจเครื่องบินที่มีแอลกอฮอล์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปิโตรเคมี เป็นต้น ที่อาศัยสิงคโปร์เป็นฐานการผลิต/ขนส่งในการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดโลก

นอกจากจุดเด่นในเรื่องการเป็นศูนย์กลาง สิงคโปร์ยังเป็นประเทศที่มีความเชี่ยวชาญและมีเทคโนโลยีและความสามารถในการจัดการสูง การเข้าไปร่วมทุนจะส่งผลดีให้กับนักลงทุนชาวไทยจากการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีอื่นนอกเหนือไปจากผลประโยชน์จากการประกอบกิจการ

ถึงแม้ว่าสิงคโปร์จะเป็นประเทศที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน นักลงทุนที่ต้องการทำการผลิตสินค้าและบริการในสิงคโปร์จำเป็นต้องคำนึงถึงจำนวนแรงงาน ค่าแรง ความต้องการและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประชากรชาวสิงคโปร์มีอำนาจในการซื้อสูง และมักนิยมเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพค่อนข้างสูง อีกทั้งยังได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมหรือไลฟ์สไตล์ทางตะวันตกโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ยังคงอ่อนไหวตามกระแสในในตลาดโลก จนได้ชื่อว่าเป็นตลาดแฟชั่นที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หากนักลงทุนต้องการจับกลุ่มลูกค้าสิงคโปร์ นักลงทุนควรมีความมั่นใจว่าสินค้าที่เข้าไปจำหน่ายมีคุณภาพสูง มีกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ จึงจะได้รับความนิยมจากประเทศเหล่านี้ ซึ่งจะ

เห็นได้ว่าการทำการตลาดจะต้องแตกต่างจากประเทศอื่นๆ ที่นิยมสินค้าไทยเช่น พม่า ลาว หรือกำพูชาที่มีกำลังซื้อน้อยกว่า

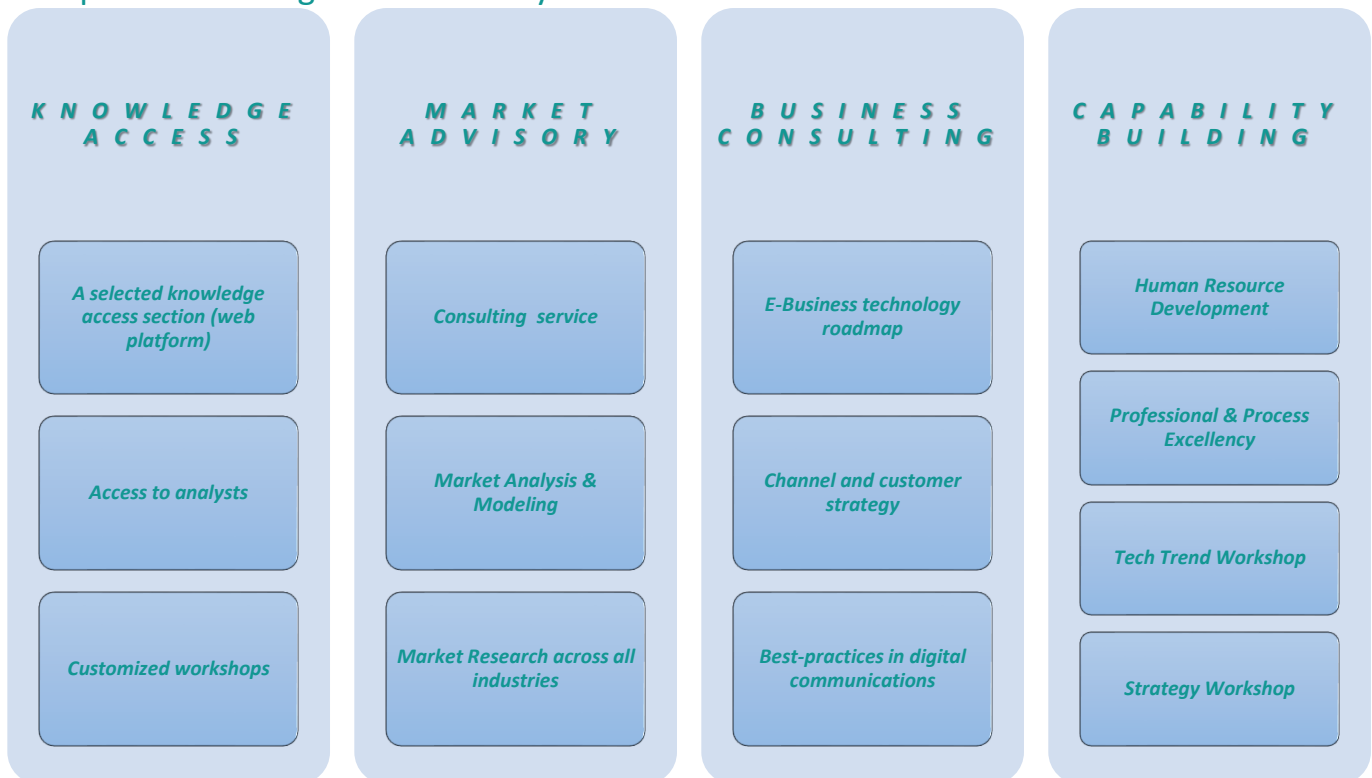
#### References

<https://www.cia.gov>, CIA – World Fact Book  
<http://web.worldbank.org>, World Bank  
<http://www.imf.org>, IMF  
<http://en.wikipedia.org/wiki/Singapore>  
<http://www.thai-aec.com/140>, [http://aec.rmutr.ac.th/?page\\_id=783](http://aec.rmutr.ac.th/?page_id=783),  
[http://www.ditp.go.th/aec/index.php?searchword=Singapor+country+pro&ordering=newest&searchphrase=all&limit=20&option=com\\_search](http://www.ditp.go.th/aec/index.php?searchword=Singapor+country+pro&ordering=newest&searchphrase=all&limit=20&option=com_search)  
<http://www.thaibiz.net/th/market/Republic-of-Singapore>  
[www.askkbank.com/WhatsHot/.../Singapore.pdf](http://www.askkbank.com/WhatsHot/.../Singapore.pdf)  
[http://www.lampangvc.ac.th/lvcasean/page\\_singapore5.html](http://www.lampangvc.ac.th/lvcasean/page_singapore5.html)  
[http://www.dld.go.th/transfer/th1/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1198:-aec&catid=66:-2555&Itemid=70](http://www.dld.go.th/transfer/th1/index.php?option=com_content&view=article&id=1198:-aec&catid=66:-2555&Itemid=70)

# Strategies for your success

**MCKANSYS** was founded by a team of consulting and research professionals with more than 10 years of experiences in the industry. Our comprehensive service offerings have been designed specifically to help you achieve your aims, which combined rich experiences and knowledge in market intelligence services and strategy development span across vertical sectors such as ICT, Healthcare, Service, Manufacturing and also public sector.

Our unique value proposition is being “**Boutique consulting and market intelligence firm**”, focusing on cutting-edge strategic model, emerging market and technology. The following four pillars are designed to ensure your sustained success.



“WE STRONGLY PROUD TO BE A TEAM OF PROFESSIONALS AND AIM TO ACCELERATE GROWTH OF YOUR BUSINESS AND LONG-TERM MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION”

If you have any queries, our **MCKANSYS** Team will be pleased to help: Tel: +66 2 637 9663, E-mail: [info@mckansys.com](mailto:info@mckansys.com)

