

คู่มือ

โอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในฟิลิปปินส์



ข้อมูลหนังสือ

หนังสือชื่อ : คู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์

ชื่อผู้แต่ง : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ปีที่จัดทำ : 2561

จำนวนหน้า : 160 หน้า

คู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร. (662) 507 8218-20 โทรสาร. (662) 547 4212-14

เว็บไซต์ : <http://www.ditp.go.th>





คำนำ

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือเป็นภูมิภาคแห่งโอกาสทางธุรกิจและการค้าการลงทุน ขณะเดียวกันประเทศสมาชิกของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน กำลังก้าวเข้าสู่บริบทใหม่ทางเศรษฐกิจอันมีวิวัฒนาการด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยอาเซียนได้กำหนดแผนพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปี 2568 (AEC Blueprint 2025) เพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่อาเซียน 4.0 ภายใต้ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ซึ่งอาศัยการเติบโตไปด้วยกันและการรวมตัวกันอย่างลึกซึ้งมากขึ้น รวมทั้งต่อยอดการพัฒนาไปเป็นประชาคมที่มีความสามารถทั้งในด้านการแข่งขัน นวัตกรรม และพลวัต โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยประสิทธิภาพการผลิต นวัตกรรม การวิจัยและพัฒนา

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกของอาเซียน มีความเชื่อมโยงกับอาเซียนมากขึ้น และได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการขยายตัวของเมืองเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในแต่ละประเทศอาเซียน และการเคลื่อนตัวเข้าสู่ยุค 4.0 ที่เทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและเปลี่ยนแปลงวิถีการบริโภคอย่างมาก ส่งผลให้เกิดโอกาสและความท้าทายทางธุรกิจใหม่ๆ มากขึ้น ในการนี้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา ร่วมกับสำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1 จึงได้ปรับปรุงคู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนสู่อาเซียนรายประเทศ โดยรวบรวมข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เตรียมพร้อมเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากโอกาส รวมถึงรับมือกับความท้าทายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือคู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนสู่อาเซียนรายประเทศฉบับปรับปรุงใหม่นี้ จะมีส่วนช่วยเพิ่มองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจในตลาดฟิลิปปินส์ และเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแผนกลยุทธ์ธุรกิจในอนาคตด้วยมุมมองที่มีต่อตลาดอาเซียนอย่างครอบคลุมและครบครัน ทันท่วงทีต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่จะเป็นไปในระยะข้างหน้า ตลอดจนใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตต่อไป

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

2561

สารบัญ

บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

1.1 สภาพภูมิประเทศ	7
1.2 สภาพภูมิอากาศ	8
1.3 เมืองหลวง/ เมืองสำคัญ	8
1.4 การแบ่งเขตการปกครอง	11
1.5 ระบบการเมือง/ การปกครอง	12
1.6 ประชากร/ สังคม/ วัฒนธรรม	13
1.7 วันหยุดนักขัตฤกษ์	16
1.8 เส้นทางคมนาคม	17
1.9 ระบบการเงินการธนาคาร	21
1.10 โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	22
1.11 มารยาททางธุรกิจและธรรมเนียมปฏิบัติ	23
1.12 ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์	29

บทที่ 2 เศรษฐกิจการค้า

2.1 ภาวะเศรษฐกิจ	32
2.2 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า	41
2.3 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า	43
2.4 โอกาสทางการค้าและปัญหาอุปสรรค	49
2.5 ระบบโลจิสติกส์ การส่งสินค้า	54

บทที่ 3 รายงานภาคการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของฟิลิปปินส์

3.1 พืชผลการเกษตร	57
3.2 ปศุสัตว์	59
3.3 ประมง	60
3.4 แร่ธาตุ	60
3.5 ถ่านหิน	61
3.6 น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ	62

บทที่ 4 รายงานตลาด (รายสินค้า) ที่น่าสนใจในตลาดฟิลิปปินส์

4.1 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์	64
4.2 ภาวะตลาดสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง (Personal Lifestyle)	72
4.3 ภาวะตลาดสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์	76
4.4 ภาวะตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างของฟิลิปปินส์	84
4.5 ภาวะตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์	89
4.6 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของฟิลิปปินส์	94
4.7 ภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของฟิลิปปินส์	99

บทที่ 5 การลงทุน

5.1 การลงทุนจากต่างประเทศของฟิลิปปินส์	106
5.2 กฎระเบียบด้านการลงทุนในประเทศ	108
5.3 การจัดตั้งธุรกิจในฟิลิปปินส์	111
5.4 สิทธิประโยชน์ในการลงทุน	119
5.5 อัตราภาษีในการลงทุน	122
5.6 ข้อมูลด้านแรงงาน	133
5.7 ระบบบัญชี	141
5.8 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน	144
5.9 ข้อเสนอแนะสำหรับนักลงทุนไทย	148
5.10 อุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์	148

บทที่ 6 คำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับการค้าและการลงทุน (FAQ)

Q1 : ทำไมตลาดฟิลิปปินส์จึงน่าสนใจ	152
Q2 : อุปสรรคสำคัญในการทำธุรกิจกับฟิลิปปินส์มีอะไรบ้าง	152
Q3 : ปัจจัยที่นักลงทุนไทยควรพิจารณา หากต้องการไปลงทุนในฟิลิปปินส์	152
Q4 : สินค้าส่งออกหลักของไทยไปยังฟิลิปปินส์ มีอะไรบ้าง	153
Q5 : ไทยสามารถส่งออกผลไม้ไปยังฟิลิปปินส์ได้หรือไม่	153

บทที่ 7 หน่วยงานติดต่อที่สำคัญ

7.1 หน่วยงานราชการของฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการนำเข้า/ ส่งออก	155
7.2 รายชื่อที่ติดต่อหน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจไทย	157
7.3 รายชื่อห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เกตในฟิลิปปินส์	157

1

ข้อมูลพื้นฐาน



1.1 สภาพภูมิประเทศ

ฟิลิปปินส์เป็นประเทศหมู่เกาะที่ประกอบด้วย 7,107 เกาะ โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 300,000 ตารางกิโลเมตร (ประมาณ 115,831 ตารางไมล์) ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีชายฝั่งยาวที่สุดมากเป็นอันดับ 5 ของโลก โดยมีความยาวมากกว่า 36,289 กิโลเมตร

ฟิลิปปินส์ตั้งอยู่ในพิกัดภูมิศาสตร์ระหว่าง 116° 40' และ 126° 34' ลองจิจูดตะวันออก และระหว่าง 4° 40' และ 21° 10' ละติจูดเหนือ โดยมีพรมแดนติดกับทะเลฟิลิปปินส์ทางตะวันออก ทะเลจีนใต้ทางตะวันตก และทะเลเซลิเบสทางตอนใต้ ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์มีระยะห่างจากเกาะบอร์เนียวประมาณ 200-300 กิโลเมตรทางตะวันตกเฉียงใต้ และได้วันทางตอนเหนือ



ฟิลิปปินส์ยังแบ่งเป็น 3 หมู่เกาะใหญ่ๆ ได้ดังนี้

- **ลูซอน** มีพื้นที่ 147,947.63 ตารางกิโลเมตร
- **วิซายาส** มีพื้นที่ 59,873.84 ตารางกิโลเมตร
- **มินดาเนา** มีพื้นที่ 135,626.85 ตารางกิโลเมตร

อย่างไรก็ดี ฟิลิปปินส์ไม่มีพรมแดนกับประเทศอื่นๆ ทางบก แต่มีระยะทางที่ใกล้กับได้วันทางตอนเหนือ มาเลเซีย และอินโดนีเซียทางตอนใต้ เวียดนามทางทิศตะวันตก และจีนทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ

แม่น้ำสายที่ยาวที่สุดของฟิลิปปินส์ คือ แม่น้ำคาากายัน (Río Grande de Cagayan) ซึ่งมีความยาวประมาณ 350 กิโลเมตร นอกจากนี้ ยังมีแม่น้ำอื่นๆ เช่น Abra, Bicol, Chico และ Pampanga ในขณะที่แม่น้ำที่มีความสำคัญคือแม่น้ำปาซิก (Pasig River) ที่มีความยาวเพียง 25 กิโลเมตร แต่เป็นทางน้ำหลักของประเทศที่ไหลระหว่าง Laguna de Bay ซึ่งเป็นทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในฟิลิปปินส์ ผ่านกลางกรุงมะนิลาและไหลลงสู่อ่าวมะนิลา

เนื่องจากฟิลิปปินส์เป็นส่วนหนึ่งของวงแหวนแห่งไฟ (Ring of Fire) ทำให้เกาะต่างๆ ของฟิลิปปินส์เป็นเกาะภูเขาไฟ และมีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขา โดยภูเขาที่สูงที่สุดของฟิลิปปินส์คือ Mount Apo ที่มีความสูงกว่า 2,956 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล ส่วนภูเขาที่สูงเป็นอันดับ 2 คือ Mount Dulang-Dulang ในเกาะลูซอน

ภูเขาไฟในฟิลิปปินส์จำนวนมากยังเป็นภูเขาไฟที่มีพลัง ซึ่งการระเบิดของภูเขาไฟที่มีการทำลายล้างสูงคือ การระเบิดของภูเขาไฟ Pinatubo ในปี 2534 ส่วนภูเขาไฟที่มีพลังอีกแห่งหนึ่งที่สำคัญและมีความสวยงามคือ ภูเขาไฟ Mayon ซึ่งได้ปะทุขึ้นอีกครั้งในช่วงเดือนมกราคม ปี 2561 นอกจากนี้ ยังมีภูเขาไฟ Taal ซึ่งเป็นภูเขาไฟที่มีขนาดเล็กที่สุดในโลก

เนื่องจากฟิลิปปินส์เป็นเกาะภูเขาไฟจึงทำให้มีทรัพยากรแร่ธาตุค่อนข้างมาก โดยทรัพยากรที่ฟิลิปปินส์มีจำนวนมาก เช่น ทอง ทองแดง นิกเกิล โครไมต์ และสังกะสี อย่างไรก็ตาม การจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ทรัพยากรธรรมชาติดังกล่าวยังไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังเป็นประเทศที่ผลิตพลังงานความร้อนใต้พิภพมากเป็นอันดับ 2 รองจากสหรัฐอเมริกาด้วย

1.2 สภาพภูมิอากาศ

ฟิลิปปินส์มีภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ซึ่งมักมีภูมิอากาศแบบร้อนและชื้น โดยฟิลิปปินส์มีฤดูกาล 3 ฤดูกาล ได้แก่ ฤดูร้อน (ตั้งแต่มีนาคม-พฤษภาคม) ฤดูฝน (ตั้งแต่เดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน) และฤดูหนาว (ตั้งแต่เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์)

ลมมรสุมที่มีผลต่อสภาพภูมิอากาศของฟิลิปปินส์ คือ มรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-ตุลาคม) และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-เมษายน)

อุณหภูมิเฉลี่ยของฟิลิปปินส์อยู่ที่ประมาณ 21-32 องศาเซลเซียส โดยเดือนที่มีอากาศเย็นที่สุดคือเดือนมกราคม และเดือนที่มีอากาศร้อนที่สุดคือเดือนพฤษภาคม อย่างไรก็ตาม ในบางภูมิภาคมีอุณหภูมิเฉลี่ยที่ต่ำกว่าปกติ เนื่องจากตั้งอยู่บนที่สูง เช่น เมืองบาเกียซึ่งมีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 18.3 องศาเซลเซียส และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฤดูร้อน

ฟิลิปปินส์ยังตั้งอยู่ในเขตพายุไต้ฝุ่น โดยต้องประสบกับปัญหาภัยพิบัติเกี่ยวกับไต้ฝุ่นทุกปี โดยช่วงที่ฟิลิปปินส์มีพายุไต้ฝุ่นมากคือเดือนกรกฎาคม-ตุลาคม ทั้งนี้ โดยเฉลี่ยพายุไต้ฝุ่นเข้าสู่ฟิลิปปินส์ประมาณ 19 ลูกต่อปี

1.3 เมืองหลวง/ เมืองสำคัญ

เมโทรมะนิลา

เมโทรมะนิลา หรือเขตนครหลวงมะนิลา (NCR) เป็นศูนย์กลางการบริหารประเทศและเป็นภูมิภาคที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุดในประเทศ และเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย

เขตนครหลวงมะนิลาเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การศึกษาและรัฐบาลของฟิลิปปินส์ เป็นศูนย์กลางทางการเงินและการพาณิชย์ มูลค่าทางเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ 37.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของฟิลิปปินส์

อุตสาหกรรมที่มีความโดดเด่นของเมโทรมะนิลา คือ อุตสาหกรรม BPO (Business Process Outsourcing) โดยพื้นที่สำนักงานในเมืองเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากความต้องการใช้พื้นที่ของอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยพื้นที่ที่เป็นที่นิยมมาก คือ

Makati, Bonifacio Global City ในเมือง Taguig, Ortigas Center, City of Manila, Pasay, Alabang และ Quezon City หลังบริษัทระดับโลกอย่าง Google และ HSBC เริ่ม outsource กิจกรรมทางธุรกิจมายังฟิลิปปินส์มากขึ้น ทั้งนี้ ในปัจจุบัน เมโทรมะนิลาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม BPO อันดับ 3 ระดับโลก รองจากบังกลาเด็ชและมูंबไฮ

นอกจากอุตสาหกรรม BPO ที่มีชื่อเสียงแล้ว เมโทรมะนิลายังเป็นศูนย์กลางของภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก เนื่องจากประชากรภายในประเทศมีกำลังซื้อมากขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น

เซบู

เซบูเป็นเมืองที่มีระดับการพัฒนามากที่สุดเมืองหนึ่งในฟิลิปปินส์ และยังเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจการค้า การศึกษาและอุตสาหกรรมในหมู่เกาะวิซายาส์

ปัจจุบันเซบูมีการพัฒนาค่อนข้างมากในด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากเซบูมีเกาะที่สวยงามจำนวนมาก เป็นสถานที่ดำน้ำและมรดกทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังมีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างดี ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งจากในและต่างประเทศจำนวนมาก นอกจากนี้ เซบูยังถือเป็นประตูสู่ภาคกลางและภาคใต้ของฟิลิปปินส์ด้วย

เซบูมีชื่อเสียงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการต่อเรือและการเดินเรือ โดยมีการผลิตเรือมากกว่า 70,000 DWT มีท่าเรือที่เชื่อมต่อกับเส้นทางเดินเรือหลักจำนวนมาก ทำให้มีบริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งโรงงานจำนวนมาก และยังมีเขตเศรษฐกิจพิเศษบนเกาะ Mactan คือ the Mactan Economic Processing Zone 1 (MEPZ-1) และ Mactan Economic Processing Zone 2 (MEPZ-2) นอกจากนี้ เซบูยังเป็นเมืองหลวงของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของฟิลิปปินส์ด้วย

ดาเวา

ดาเวาเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับ 4 ของฟิลิปปินส์ และเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในเกาะมินดาเนา ดาเวาถือเป็นศูนย์กลางด้านการค้าธุรกิจและอุตสาหกรรมของมินดาเนา และยังเป็นที่ตั้งของ Mount Apo ซึ่งเป็นภูเขาที่สูงที่สุดของฟิลิปปินส์และเป็นเมืองหลวงของทุเรียนในฟิลิปปินส์ด้วย

ภาคการเกษตรยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากที่สุดของดาเวา ซึ่งสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญคือ ทุเรียน กล้วย สับปะรด กาแฟ มะม่วง ส้มโอ มังคุด มะละกอ และมะพร้าว โดยพื้นที่เกือบร้อยละ 70 ของเมือง เป็นพื้นที่ของภาคเกษตรกรรม

นอกจากภาคเกษตรกรรมแล้ว ดาเวายังเป็นศูนย์กลางธุรกิจและอุตสาหกรรมในภูมิภาค ซึ่งมีโรงงานแปรรูปผลไม้เพื่อการส่งออกอยู่จำนวนมาก

ซูบิก

ซูบิกเป็นเมืองหลักเมืองหนึ่งที่ตั้งอยู่ในจังหวัด Zambales นับเป็นเมืองที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเคยเป็นเมืองที่เป็นที่ตั้งของฐานทัพเรือของสหรัฐอเมริกาที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง



ท่าเรือซูบิกและเขตนิคมอุตสาหกรรมโดยรอบยังเป็นเขตอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีโครงการการลงทุนกว่า 700 โครงการ รวมถึงโรงงานต่อเรือของบริษัท Hanjin Heavy Industries and Construction ที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก นอกจากนี้ ท่าเรือซูบิกยังมีการพัฒนาสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีการสร้างถนนเพื่อเชื่อมกับเขตเศรษฐกิจพิเศษคลาร์ก ผ่านทางหลวงระยะทาง 45 กิโลเมตร ซึ่งอาจทำให้ซูบิกเป็นศูนย์กลางด้านการบริการและโลจิสติกส์ชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ปามบังกา

ปามบังกาเป็นจังหวัดในภูมิภาคลูซอนกลาง เมืองหลวงคือ San Fernando ปามบังกามีสนามบินหลักของเมือง คือ Clark International Airport ซึ่งตั้งอยู่ในเขตท่าเรือเสรีคลาร์ก

ปามบังกานับเป็นเมืองเกษตรกรรมที่สำคัญ โดยมีการทำนาและการประมงเป็นอุตสาหกรรมสำคัญ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่สำคัญคือ ข้าว ข้าวโพด และอ้อย นอกจากนี้ ยังมีการทำเฟอร์นิเจอร์และงานฝีมือด้วย

เขตเศรษฐกิจพิเศษคลาร์กยังเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ อุตสาหกรรม การบิน การท่องเที่ยวและความบันเทิงของภูมิภาคลูซอนกลางอีกด้วย

สำหรับเมืองอื่นๆ ที่มีความสำคัญในฟิลิปปินส์ ได้แก่ Baguio, Dagupan, Angeles, Olongapo, Batangas, Naga, Iloilo, Bacolod, Cagayan de Oro, Zamboanga, Davao และ Iligan

1.4 การแบ่งเขตการปกครอง

ฟิลิปปินส์แบ่งเป็น 3 หมู่เกาะหลัก คือ ลูซอน วิสายาส์ และมินดาเนา ซึ่งแบ่งเป็น 17 ภูมิภาค 81 จังหวัด 144 เมือง 1,491 เทศบาล และ 42,028 หมู่บ้าน ทั้งนี้ เขตต่างๆ ของฟิลิปปินส์แสดงในตาราง

ภูมิภาค	เมืองศูนย์กลางของภูมิภาค
Ilocos Region (Region I)	San Fernando, La Union
Cagayan Valley (Region II)	Tuguegarao
Central Luzon (Region III)	San Fernando, Pampanga
CALABARZON (Southern Tagalog Mainland) (Region IV-A)	Calamba
MIMAROPA (Southern Tagalog Islands) (Region IV-B)	Calapan
Bicol Region (Region V)	Legazpi

ภูมิภาค	เมืองศูนย์กลางของภูมิภาค
Western Visayas (Region VI)	Iloilo City
Central Visayas (Region VII)	Cebu City
Eastern Visayas (Region VIII)	Tacloban
Zamboanga Peninsula (Region IX)	Pagadian
Northern Mindanao (Region X)	Cagayan de Oro
Davao Region (Region XI)	Davao City
SOCCSKSARGEN (Cotabato Region) (Region XII)	Koronadal
Caraga (Region XIII)	Butuan
Autonomous Region in Muslim Mindanao (ARMM)	Cotabato City
Cordillera Administrative Region (CAR)	Baguio
National Capital Region (NCR)	Metro Manila

1.5 ระบบการเมือง/ การปกครอง

ฟิลิปปินส์ได้รับเอกราชโดยสมบูรณ์เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2489 แต่ถึงวันที่ 12 มิถุนายนเป็นวันชาติ (ประกาศเอกราชจากสเปนเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2441) ปัจจุบันฟิลิปปินส์ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ แบ่งอำนาจอธิปไตยออกเป็น 3 ส่วน คือ อำนาจบริหาร อำนาจนิติบัญญัติ และอำนาจตุลาการ มีประธานาธิบดีซึ่งได้จากการเลือกตั้งเป็นประมุขและผู้นำรัฐบาล

ฟิลิปปินส์มีระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยรูปแบบสาธารณรัฐที่มีประธานาธิบดีเป็นประมุข และมีการปกครองแบบเป็นรัฐเดี่ยว ยกเว้นในเขตปกครองตนเองมุสลิมมินดาเนา

ประธานาธิบดีทำหน้าที่เป็นทั้งประมุขของรัฐ หัวหน้ารัฐบาลและผู้บัญชาการทหารสูงสุด การเลือกตั้งประธานาธิบดีจะจัดขึ้นทุก 6 ปี และประธานาธิบดีจะเป็นผู้แต่งตั้งคณะรัฐมนตรีเพื่อบริหารประเทศต่อไป

ฟิลิปปินส์ยังมีระบบสภาคู่ คือ วุฒิสภา ซึ่งมีระยะเวลาการทำงานทั้งหมด 6 ปี และสภาผู้แทนราษฎรซึ่งมีระยะเวลาการทำงาน 3 ปี การเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาเป็นการเลือกตั้งจากทั่วประเทศ ในขณะที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจะเป็นการเลือกตั้งในเขตและภาคส่วนต่างๆ

ระบบตุลาการของประเทศควบคุมโดยศาลฎีกา โดยประกอบด้วยประธานศาลฎีกา และคณะตุลาการทั้งหมด 14 คน

1.6 ประชากร/ สังคม/ วัฒนธรรม

ประชากร

มีประชากรจำนวน 104.25 ล้านคน (ข้อมูลปี 2560) ความหนาแน่นประชากร 330 คน/ ตารางกิโลเมตร เป็นเชื้อสายมาเลย์ ร้อยละ 96 เชื้อสายจีนร้อยละ 2 และอื่นๆ ร้อยละ 2 อัตราการเพิ่มของประชากรร้อยละ 2.04

กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ในฟิลิปปินส์เป็นชนชาติ Austronesian Descent โดยเผ่าที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ Tagalog, Ilocano, Cebuano, Bisaya/ Binisaya, Hiligaynon Ilonggo, Bikol, Waray

การจำแนกกลุ่มประชากรตามอายุ

อายุ (ปี)	วัย	จำนวน (ล้านคน)	ร้อยละของจำนวนประชากร
0-14	เด็ก	34.81	33.39
15-64	วัยทำงาน	64.76	62.72
65 ปีขึ้นไป	คนชรา	4.68	4.49

ฟิลิปปินส์มีประชากรที่อยู่ใต้เส้นความยากจน (Below Poverty Line) ประมาณร้อยละ 24.7 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ผู้มีฐานะดีมีจำนวนไม่มากเท่าใดนัก ในขณะที่อัตราประชากรที่รู้หนังสืออยู่ที่ร้อยละ 96.3

วัฒนธรรม

ชนกลุ่มแรกที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในฟิลิปปินส์คือชาว Melanesian แต่ในปัจจุบันคนกลุ่มนี้เหลืออยู่น้อยมาก แต่ยังคงรักษาวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้อย่างเข้มแข็ง หลังจากนั้นเริ่มมีกลุ่ม Austronesian ซึ่งคนกลุ่มนี้มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นที่สุดทั้งด้านภาษา อาหาร ศิลปะ คนกลุ่มนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์กับชนกลุ่มอื่น ไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย ญี่ปุ่น ตะวันออกกลางและบอร์เนียว

สเปนได้เข้ามาปกครองฟิลิปปินส์มากกว่า 3 ศตวรรษ ทำให้ฟิลิปปินส์มีรากฐานของวัฒนธรรมฮิสแปนิก (Hispanic) อยู่มาก โดยสเปนได้เข้ามามีอิทธิพลทั้งในเรื่องของศิลปะ ศาสนา ภาษา รวมถึงค่านิยมต่างๆ ทั้งนี้ หลังจากฟิลิปปินส์ได้รับเอกราชจากสเปน ฟิลิปปินส์ก็ตกอยู่ภายใต้การปกครองของสหรัฐอเมริกากว่า 50 ปี เพราะเหตุนี้ฟิลิปปินส์จึงได้รับอิทธิพลทางด้านความเป็นสมัยใหม่และภาษาอังกฤษมาจนถึงทุกวันนี้

วัฒนธรรมของฟิลิปปินส์จึงเป็นลักษณะวัฒนธรรมผสมผสานที่ได้รับอิทธิพลจากสเปน จีน เม็กซิกัน อเมริกา อาหรับ และมาเลเซีย ในปัจจุบันอิทธิพลที่เห็นได้เด่นชัดของฟิลิปปินส์น่าจะมีด้วยกันอย่างน้อย 3 สาย คือ สเปน จีน และอเมริกัน

อิทธิพลจากสเปน

อิทธิพลวัฒนธรรมจากสเปนและเม็กซิโก เรียกว่า Hispanic Influences ที่มีมากกว่า 300 ปีในช่วงการปกครองแบบอาณานิคม จะเห็นได้จากความเชื่อในศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก งานประเพณีทางศาสนา ซึ่งในทุกๆ ปีฟิลิปปินส์จะมีงานรื่นเริง เรียกว่า Barrio Fiesta เป็นการฉลองวันนักบุญของเมือง หมู่บ้านและเขตการปกครองต่างๆ มีการประกอบพิธีทางศาสนา การเดินขบวนในเมืองฉลองวันนักบุญ การจุดพลุไฟ การประกวดความงามและการเต้นรำ รวมทั้งมีการชนไก่ด้วย



มหาวิทยาลัยซานโต โทมัส (The Pontifical and Royal University of Santo Tomas) เป็นมหาวิทยาลัยในศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิกของฟิลิปปินส์ มีชื่อเรียกย่อๆ ว่า UST มีสถานะเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนในศาสนาคาทอลิก ตั้งอยู่ในกรุงมะนิลา ก่อตั้งเมื่อวันที่ 28 เมษายน ค.ศ. 1611 โดย archbishop Miguel de Benavides นับเป็นมหาวิทยาลัยที่เก่าแก่ที่สุดในฟิลิปปินส์และในเอเชีย รวมทั้งจัดเป็นมหาวิทยาลัยคาทอลิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก คือมีนักศึกษาประมาณ 37,000 คน

วัฒนธรรมของสเปนอีกอย่างหนึ่งที่มีความเด่นชัดคือชื่อและนามสกุลของชาวฟิลิปปินส์ แม้ว่าชื่อและนามสกุลเหล่านั้นจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับบรรพบุรุษ โดยชื่อและนามสกุลดังกล่าวเกิดขึ้นหลังจากสเปนออกกฎหมายให้ใช้ชื่อและนามสกุลแบบสเปนในฟิลิปปินส์

นอกจากชื่อของบุคคลแล้ว ชื่อของถนน เมืองและจังหวัดของฟิลิปปินส์จำนวนมากยังเป็นภาษาสเปนด้วย สถาปัตยกรรมหลายแห่งในฟิลิปปินส์ก็ยังเป็นรูปแบบแบบสเปน เช่น มีการออกแบบรอบๆ จัตุรัสของเมือง โดยเฉพาะโบสถ์ ที่ทำการของภาครัฐ และมหาวิทยาลัย

อิทธิพลจากจีน

อิทธิพลทางวัฒนธรรมจากจีนจะพบได้จากอาหาร ซึ่งอาหารของฟิลิปปินส์นั้นจัดได้ว่าคล้ายอาหารจีน มีรสชาติค่อนข้างไม่เผ็ดร้อนนัก ไม่เหมือนอาหารพื้นบ้านของไทย ฟิลิปปินส์นิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวที่เป็นเส้น เรียกว่า Mami เช่นเดียวกับอาหารจานเนื้ออื่นๆ นอกจากนี้คือ ภาษาที่ชาวจีนในฟิลิปปินส์นิยมพูดกันในหมู่ชุมชนของตน

อิทธิพลจากอเมริกัน

ประเทศฟิลิปปินส์อยู่ภายใต้การปกครองของประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่นาน แต่ได้รับอิทธิพลจากอเมริกันอย่างมาก ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นแหล่งที่คนมีการศึกษาในฟิลิปปินส์นิยมไปแสวงหาโชคและหางานทำมากที่สุด อิทธิพลทางวัฒนธรรมจากอเมริกันนับว่ามีการแพร่หลาย เช่น การพูดและใช้ภาษาอังกฤษ

ในด้านกีฬาจะเห็นได้จากกีฬาบาสเกตบอล (Basketball) ซึ่งจัดเป็นกีฬาอดนิมของชาติ กีฬาทำชื่อเสียงให้กับฟิลิปปินส์อื่นๆ ได้แก่ ชกมวย วัยน้ำ ศิลปะการต่อสู้ บิลเลียด หมากกรุก สำหรับกีฬาบาสเกตบอล ฟิลิปปินส์มีทีมอาชีพ มีการจัดการแข่งขันที่มีบริษัทและองค์กรสนับสนุนอย่างดีและมีผู้ชมหนาตา



อาหารการกิน

อาหารฟิลิปปินส์มีการพัฒนามาหลายศตวรรษตั้งแต่ชนชาติมาเลย์เข้ามาตั้งถิ่นฐานและได้รับอิทธิพลจากสเปน จีน อเมริกาและเอเชีย โดยอิทธิพลของเอเชียนั้น ได้มีการปรับเข้ากับส่วนผสมอาหารท้องถิ่นด้วย อาหารของฟิลิปปินส์มีตั้งแต่อาหารที่เรียบง่ายอย่างปลาเค็มและข้าว จนถึงอาหารที่มีความซับซ้อนในการปรุงที่ใช้ในงานเทศกาลอย่าง Paella และ Cocido

อาหารอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมในฟิลิปปินส์ ได้แก่ เลซอน ซีซิก โอโดโบ ซินิกัง คาเร-คาเร หมุกรอบ ปานชิต เปาะเปี๊ยะ และฮาโลฮาโล (น้ำแข็งไส)

ทั้งนี้ เมื่อรับประทานอาหาร ชาวฟิลิปปินส์ไม่นิยมทานอาหารกับตะเกียบ แต่ใช้อุปกรณ์ทานอาหารแบบตะวันตกอย่างช้อนและส้อม แต่ข้าวยังคงเป็นอาหารหลักของชาวฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ วิธีการรับประทานแบบดั้งเดิมโดยใช้มือก็ยังคงเป็นที่นิยมในเขตชนบทด้วยเช่นเดียวกัน

อาหารจานด่วน (Fast Food) อันเป็นวัฒนธรรมแบบตะวันตก สามารถเติบโตได้อย่างมากในประเทศฟิลิปปินส์ เช่น McDonald's จากสหรัฐอเมริกา หรือ Jollibee ร้านอาหารแบบ Franchise ที่ดำเนินการโดยชาวฟิลิปปินส์เอง

ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food) เป็นอิทธิพลมาจากอเมริกัน ซึ่งโดยเปรียบเทียบชาวฟิลิปปินส์จะชื่นชอบอาหารจานด่วนมากกว่าชาวไทย เครือร้านอาหารเหล่านี้ได้แก่ McDonald's, Pizza Hut, Burger King, KFC, Kenny Rogers Roasters, Wendy's, Shakey's และ Carl's Jr. นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหารจานด่วนของท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน ได้แก่ Jollibee, Greenwich Pizza, Chowking และ Max's Fried Chicken

ศาสนา

ศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก ร้อยละ 80.9 ศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์ ร้อยละ 2.8 อิสลามนิกายสุหนี่ ร้อยละ 5 Iglesia ni Kristo ซึ่งเป็นศาสนาคริสต์ลัทธิใหม่เฉพาะของฟิลิปปินส์ ร้อยละ 2.3 ศาสนาคริสต์นิกายอื่นๆ ร้อยละ 6.5 และศาสนาอื่นๆ ร้อยละ 1.8 ไม่ระบุศาสนา ร้อยละ 0.6 และไม่มีศาสนา ร้อยละ 0.1

ภาษา

ฟิลิปปินส์มีภาษากว่า 186 ภาษาในประเทศ โดยเป็นภาษาที่มีผู้ใช้จริง 182 ภาษา โดยภาษาส่วนใหญ่อยู่ในตระกูล Austronesian ยกเว้นภาษา Chavacano ที่มีรากฐานมาจากภาษาสเปน ทั้งนี้ ภาษาที่มีผู้ใช้มากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ Tagalog/ Filipino (52 ล้านคน) Cebuano (16 ล้านคน) Ilokano (7 ล้านคน) Hiligaynon (6 ล้านคน) และ Bikol (5 ล้านคน)

สำหรับภาษาทางการของประเทศ คือ ภาษาฟิลิปปินและภาษาอังกฤษ โดยภาษาฟิลิปปินมีรากฐานมาจากภาษา Tagalog ซึ่งใช้สื่อสารกันในเมืองมะนิลาและเมืองใหญ่ๆ ทั้งภาษาฟิลิปปินและภาษาอังกฤษมีการใช้ในหน่วยงานรัฐบาล การศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชนและธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ประชาชนส่วนหนึ่งที่อยู่ในชนบทอาจไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ แต่จะพูดภาษาฟิลิปปินและภาษาท้องถิ่นเป็นหลัก

สกุลเงิน

ใช้สกุลเงินเปโซ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 50.47 เปโซ ต่อ 1 เหรียญสหรัฐ (ปี 2560) หรือเทียบเป็นเงินไทย จะสามารถแลกได้ 1.51 เปโซ ต่อ 1 บาท

เวลา เร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง (โซนเวลาของฟิลิปปินส์คือ GMT +8)

1.7 วันหยุดนักขัตฤกษ์

วันที่	วันหยุด
1 มกราคม	วันปีใหม่
2 มกราคม	ชดเชยวันปีใหม่
19 กุมภาพันธ์	วันตรุษจีน
25 กุมภาพันธ์	EDSA Revolution Day
2 เมษายน	Maundy Thursday
3 เมษายน	Good Friday

วันที่	วันหยุด
4 เมษายน	Black Saturday
9 เมษายน	Araw ng Kagitingan
1 พฤษภาคม	วันแรงงาน
12 มิถุนายน	วันชาติ
21 สิงหาคม	Ninoy Aquino Day
31 สิงหาคม	National Heroes Day
1 พฤศจิกายน	All Saints Day
30 พฤศจิกายน	Bonifacio Day
24 ธันวาคม	วันหยุดชดเชยวันคริสต์มาส
25 ธันวาคม	วันคริสต์มาส
30 ธันวาคม	Rizal Day
31 ธันวาคม	วันสิ้นปี

1.8 เส้นทางคมนาคม

ทางเรือ

มีเรือที่มีระวางตั้งแต่ 1,000 GRT ขึ้นไปจำนวน 403 ลำ การคมนาคมขนส่งทางน้ำเป็นระบบที่สำคัญที่สุด เนื่องจากภูมิประเทศเป็นเกาะถึง 7,000 กว่าเกาะ ทำให้การคมนาคมทางน้ำเป็นวิธีหนึ่งที่ค่อนข้างสะดวก โดยใช้ขนส่งทั้งสินค้าและผู้โดยสาร แต่ใช้เวลานานมาก เช่น การเดินทางไปเมืองเซบู (เมืองสำคัญอันดับ 2) ใช้เวลา 24 ชั่วโมง ในขณะที่เดินทางโดยเครื่องบินใช้เวลา 1 ชั่วโมง

ท่าเรือที่สำคัญ ได้แก่ South Harbour, Manila International Container Port (MICP), Cebu, Batangas, Davao, Subic, Cagayan de Oro, General Santos และ Zamboanga นอกจากนี้ ยังมีเรือสำราญให้บริการเทียบท่า ณ อ่าวมะนิลา โดยเส้นทางหลักอยู่ระหว่างมะนิลาและเซบู

ท่าเรือ

ท่าเรือที่มีความหนาแน่นที่สุดในฟิลิปปินส์ คือ ท่าเรือมะนิลา โดยเฉพาะ Manila International Cargo Terminal สำหรับเมืองอื่นๆ ที่มีท่าเรือที่ค่อนข้างหนาแน่นได้แก่ Bacolod City, Batangas City, Cagayan de Oro, Cebu City, Davao City, Butuan, Iligan, Iloilo City, Jolo, Legazpi City, Lucena City, Puerto Princesa, San Fernando, Subic, Zamboanga City, Cotabato City, General Santos City, Allen, Ormoc, Ozamiz, Surigao และ Tagbilaran ซึ่งท่าเรือเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนหนึ่งของ Strong Republic Nautical Highway ซึ่งเป็นระบบขนส่งทางเรือ ที่สามารถเชื่อมโยงกับการขนส่งทางบก (Roll-on/ Roll-off) เพื่อเชื่อมโยงกับเกาะอื่นๆ ได้ ทั้งนี้ ท่าเรือหลักของฟิลิปปินส์ได้แก่ Batangas, Cagayan de Oro, Cebu, Davao, Liman และ Manila



เรือในแม่น้ำ

ในกรุงมะนิลา มีเรือเฟอร์รี่บริการคือ Pasig River Ferry Service ซึ่งมีท่าเรือทั้งหมด 17 ท่า โดยแล่นตั้งแต่ Plaza Mexico ใน Intramuros จนถึง Nagpayong ในเมือง Pasig

ถนน

ฟิลิปปินส์มีถนนความยาวรวมทั้งหมด 213,151 กิโลเมตร แต่ลาดยางแล้วเพียง 54,481 กิโลเมตร การคมนาคมขนส่งทางนี้เป็นระบบที่สำคัญรองลงมา แต่ไม่สะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากมีทางซูเปอร์ไฮเวย์เพียง 2 สาย คือ North Luzon Express Way และ South Luzon Express Way ซึ่งค่าผ่านทางสูงมาก นอกจากนี้ ถนนที่แยกจากซูเปอร์ไฮเวย์ซึ่งเรียกว่าถนนไฮเวย์ เป็นถนน 2 เลน และมีชุมชนอยู่ข้างทางเกือบตลอดทาง ทำให้เสียเวลาในการเดินทางมากกว่าที่ควรเป็นอย่างมาก

ถนนที่มีความสำคัญและเชื่อมโยงภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศ คือ Pan-Philippine Highway ซึ่งมีความยาวทั้งหมด 3,517 กิโลเมตร (2,185 ไมล์) โดยเป็นทั้งเครือข่ายถนน สะพานและเรือเฟอร์รี่ จากเกาะลูซอนไปที่ภูมิภาค Samar, Leyte และมินดาเนา ซึ่งเป็นกระดูกสันหลังของระบบการขนส่งของฟิลิปปินส์ โดยทางเหนืออยู่ที่ Laoag City และทางใต้สุดอยู่ที่ Zamboanga City



ส่วนถนนที่มีความสำคัญมากที่สุดในเมโทรมะนิลา คือ Epifanio de los Santos Avenue (EDSA) ซึ่งเป็นถนนสายหลักของเขตนครหลวงมะนิลา โดยตัดผ่าน 6 เมืองสำคัญในกรุงมะนิลา ได้แก่ Caloocan, Quezon City, Mandaluyong, San Juan, Makati และ Pasay นอกจากนี้ ยังมีปริมาณยานพาหนะในถนนที่หนาแน่นกว่า 2 ล้านคันต่อวัน ส่วนถนนอีกสายหนึ่งที่ค่อนข้างมีความสำคัญเช่นเดียวกัน คือ Commonwealth Avenue

ฟิลิปปินส์ยังมีทางด่วนหลายสายซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเกาะลูซอน โดยระบบทางด่วนแห่งแรกของประเทศคือ North Luzon Expressway (NLEX) และ South Luzon Expressway (SLEX) ซึ่งมีจุดเริ่มต้นในเขตนครหลวงมะนิลา

ทางด่วนอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือ Subic-Clark-Tarlac ซึ่งอยู่ในภูมิภาคลูซอนกลาง โดยทางด่วนดังกล่าวเชื่อมโยงกับ North Luzon Expressway เขตท่าเรือเสรีซุบิกและเขตท่าเรือเสรีคลาร์ก

ทั้งนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์และภาคเอกชนกำลังดำเนินการสร้างทางด่วนและถนนใหม่จำนวนมาก เพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ โดยดำเนินการหลักผ่านโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน (Public-private Partnership) เป็นหลัก

ทางรถไฟ

มีเส้นทางที่ดำเนินการในปัจจุบันเพียง 56.14 กิโลเมตร เป็นเส้นทางรถไฟสายเดี่ยวของกรุงมะนิลาที่ให้บริการจากสถานี Manila ในเขตนครหลวงมะนิลา ไปยังสถานี Calamba ในจังหวัด Laguna โดยฟิลิปปินส์มีทางรถไฟตั้งแต่สมัยที่ยังเป็นอาณานิคมของสเปน

นอกจากนี้ มะนิลายังมีระบบรถไฟฟ้าหรือ LRTA ซึ่งเก่าแก่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย โดยระบบรถไฟฟ้าของฟิลิปปินส์มีผู้โดยสารมากกว่าวันละ 1 ล้านคนในแต่ละวัน มีสถานีกว่า 31 สถานี ระยะทางทั้งหมด 31 กิโลเมตร ซึ่งระบบรางรถไฟดังกล่าวผ่านเมืองต่างๆ ในเขตนครหลวงมะนิลา ได้แก่ Caloocan, Manila, Marikina, Pasay, San Juan และ Quezon City

นอกจากระบบ LRTA แล้ว มะนิลายังมีระบบ MRTC ด้วย ซึ่งเป็นรถไฟฟ้ที่สร้างอยู่บนถนน Epifanio de los Santos Avenue (EDSA) โดยมีทั้งหมด 13 สถานี มีความยาวทั้งหมด 16.95 กิโลเมตร ผ่านเมืองต่างๆ ในเขตนครหลวงมะนิลา ได้แก่ Makati, Mandaluyong, Pasay และ Quezon City

ทางเครื่องบิน

ฟิลิปปินส์มีสนามบินทั้งหมดกว่า 247 แห่ง แต่มีรันเวย์ที่ลาดยางแล้วเพียง 89 แห่งเท่านั้น สนามบินหลักของประเทศซึ่งเป็นสนามบินนานาชาติที่สำคัญ เช่น Manila, Iloilo, Cebu, Davao, Clark, Subic, และ Laoag โดยมีสนามบินหลักคือ Ninoy Aquino International Airport (NAIA) ซึ่งเป็นประตูสู่ภูมิภาคอื่นๆ ในฟิลิปปินส์ สนามบินดังกล่าวตั้งอยู่ในเขตเมือง Parañaque และ Pasay ในเขตนครหลวงมะนิลา โดยแต่ละปีมีผู้โดยสารมากกว่า 30 ล้านคน ทำให้เป็นสนามบินที่หนาแน่นที่สุดในเอเชีย นอกจากนี้ ยังมีสนามบินนานาชาติ Clark International Airport ซึ่งจะเป็สนามบินที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์เชื่อมโยงภูมิภาคต่างๆ ในประเทศในอนาคต โดยสนามบิน Clark International Airport ให้บริการกับสายการบินต้นทุนต่ำเป็นหลัก เนื่องจากมีค่าธรรมเนียมต่ำกว่าสนามบิน NAIA ส่วนสนามบินภายในประเทศที่สำคัญ ได้แก่ Bacolod, Loakan, Lumbia, Awang, Sivulan, Legazpi, Roxas, Puerto Princesa, San Jose และ Tacloban



1.9 ระบบการเงินการธนาคาร

โดยทั่วไปการกำกับดูแลสถาบันการเงินประเภทต่างๆ ของฟิลิปปินส์ดำเนินการผ่าน 3 หน่วยงานหลัก ได้แก่

1. ธนาคารกลางแห่งฟิลิปปินส์ Bangko Sentral ng Pilipinas (BSP) กำกับสถาบันการเงินการธนาคาร
2. สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ Securities and Exchange Commission (SEC) กำกับดูแลด้านตลาดหุ้น
3. สำนักงานคณะกรรมการเกี่ยวกับการประกัน Insurance Commission (EC) กำกับดูแลด้านการประกันภัยภาคเอกชน

ทั้งนี้ ธนาคารกลางแห่งฟิลิปปินส์ (BSP) เป็นผู้กำกับดูแลสถาบันการเงินและกิจการที่เกี่ยวข้องหลักด้านนโยบายกฎหมาย ระเบียบการเงินการธนาคาร การกำหนดอัตราดอกเบี้ย การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ประเภทและจำนวนของสถาบันการเงิน

ตามข้อมูลของธนาคารกลางแห่งฟิลิปปินส์ล่าสุดจากเดือนพฤษภาคม 2561 พบว่ามีธนาคารในประเทศฟิลิปปินส์ทั้งหมด 12,023 ธนาคาร โดยมีสาขาธนาคารรวมทั้งหมดทั่วประเทศที่ 11,493 สาขา แยกเป็นธนาคารประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

ประเภทธนาคาร	จำนวนธนาคาร	จำนวนสาขา
1. ธนาคารแบบครบวงจร (Universal Banks)	6,003	5,982
1.1 ธนาคารเอกชนในประเทศ (Private Domestic Banks)	5,396	5,384
1.2 สถาบันการเงินของรัฐ (Government Banks)	595	592
1.3 สาขาของธนาคารต่างประเทศ (Foreign Bank Branches)	12	6
2. ธนาคารพาณิชย์ (Commercial Banks)	554	532
2.1 บริษัทย่อยของธนาคารต่างประเทศ (Foreign Bank Subsidiaries)	105	103
2.2 ธนาคารเอกชนในประเทศ (Private Domestic Banks)	430	425
2.3 สาขาของธนาคารต่างประเทศ (Foreign Bank Branches)	19	4

ประเภทธนาคาร	จำนวนธนาคาร	จำนวนสาขา
3. ธนาคารเพื่อการออม (Thrift Bank)	2,502	2,447
4. ธนาคารชนบทและสหกรณ์ (Rural and Cooperative Banks)	2,964	2,478
รวมธนาคารทั้งหมด	10,023	11,439

ทั้งนี้ ธนาคารแบบครบวงจรและธนาคารพาณิชย์ของฟิลิปปินส์ที่มีสินทรัพย์มากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่

1. BDO UNIBANK INC
2. METROPOLITAN BANK AND TRUST COMPANY
3. BANK OF THE PHILLIPPINE ISLANDS
4. LAND BANK OF THE PHILIPPINES
5. SECURITY BANK CORP
6. PHILLIPPINE NATIONAL BANK
7. DEVELOPMENT BANK OF THE PHILIPPINES
8. CHINA BANKING CORP
9. UNION BANK OF THE PHILIPPINES
10. UNITED COCONUT PLANTERS BANK

1.10 อินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต

ในปี 2560 ฟิลิปปินส์มีผู้ใช้โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมากกว่า 38 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 38 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าจะในปี 2561 จะเพิ่มขึ้นถึง 41 ล้านคน เนื่องจากคนฟิลิปปินส์เป็นเจ้าของโทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น ทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมากขึ้นเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีการคาดการณ์ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 ใน 3 ของฟิลิปปินส์ มีอายุน้อยกว่า 30 ปีด้วย อย่างไรก็ตาม อินเทอร์เน็ตของฟิลิปปินส์ยังคงค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค รหัสโดเมนของประเทศฟิลิปปินส์คือ .ph

1.11 มารยาททางธุรกิจและธรรมเนียมปฏิบัติ

คนฟิลิปปินส์ใช้การทักทายในรูปแบบเดียวกับตะวันตก กล่าวคือหากคู่สนทนาไม่มีความสนิทสนมให้ใช้วิธีการจับมือทักทายแบบตะวันตก และหากคู่สนทนาที่มีความสนิทสนมดีใช้วิธีหอมแก้มแบบแก้มชนแก้มในระหว่างหญิงกับหญิง หรือหญิงกับชาย และการสวมกอดระหว่างชายกับชาย ส่วนระหว่างการหอมแก้มระหว่างชายกับชายนั้นมักพบเฉพาะในกลุ่มชาวฟิลิปปินส์ที่นับถือศาสนาอิสลาม

คนฟิลิปปินส์มีการทักทายระบอบอาวุโสในระหว่างหมู่เครือญาติ เด็กชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ยังถูกรับบ่มให้ทักทายญาติผู้ใหญ่ด้วยการจับมือผู้อาวุโสมาแตะที่กลางหน้าผากเพื่อเป็นการแสดงความเคารพ

ในการพบปะเจรจาธุรกิจ ในงานสังคมทั่วไปทั้งชาย/ หญิง จะจับมือเพื่อทักทายและทำความรู้จัก และจับมืออีกครั้งเมื่ออำลา ลักษณะการจับมือควรจะเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการและไม่แน่นจนเกินไป ผู้ชายอาจบดหลังของอีกฝ่ายหนึ่งแบบเบาๆ ก็ได้ ฝ่ายชายควรจรอให้ผู้หญิงเป็นฝ่ายยื่นมือออกมาก่อน ในขณะที่การแสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสนั้นต้องเริ่มด้วยการทักทายผู้ที่อาวุโสมากที่สุดก่อน

ในส่วนของการชื่อและการเรียกชื่อนั้น มีข้อปฏิบัติและข้อควรรู้อย่างนี้

- ทั้งชาย/ หญิง การลำดับชื่อจะขึ้นด้วยชื่อตัว + อักษรตัวแรกของนามสกุลมารดา + นามสกุลบิดา การแนะนำบุคคลให้ใช้นามสกุลเต็ม อย่าเรียกอักษรย่อ
- พึงใช้ Mr. Mrs. Miss คำนำหน้าชื่อตามอาชีพ + นามสกุล จนกว่าเจ้าบ้านหรือผู้ร่วมงานของคุณจะอนุญาตให้เรียกชื่อตัวได้ และอาชีพ หมอ ครู ตำรวจ และอื่นๆ จะมีคำนำหน้าชื่อที่บอกอาชีพ
- ใช้ Sir, Mam เมื่อพูดกับผู้อาวุโสและผู้บังคับบัญชา หรือคำนำหน้าชื่อที่ได้รับอนุญาตให้เรียก + นามสกุล แม้ว่าจจะรู้จักคุ้นเคยกันแล้วก็ตาม
- เมื่อแต่งงานแล้ว ผู้หญิงหลายคนยังคงนามสกุลของตนเอง บางคนก็เพิ่มนามสกุลของฝ่ายสามีเข้าไปด้วย โดยเติมหลังเครื่องหมาย (-)
- ในการติดต่อเรื่องจดหมาย หากผู้ต้องการติดต่อด้วยคือ Mrs. Maria Bacani-Aquino ก็ควรขึ้นต้นด้วย Dear Mrs. Aquino แต่สำหรับการสนทนาทั่วไปให้เรียกเธอว่า Mrs. Aquino
- ครอบครัวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่มีชื่อเป็นภาษาสเปนเนื่องจากถูกสเปนครองมานานกว่า 3 ศตวรรษ

การเตรียมเงินเดินทาง

การถอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็มอาจมีการระบุปริมาณการถอนเงินสูงสุดแต่ละครั้งที่ 20,000 เปโซ ยกเว้นตู้เอทีเอ็มธนาคารในระดับสากล เช่น ธนาคาร HSBC ที่จำกัดปริมาณการถอนเงินที่มากกว่านั้น

ส่วนร้านแลกเงินมีกระจายอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะในเขตย่านการค้าธุรกิจ เช่น เมืองมากาตี เมืองมะนิลา เป็นต้น ทั้งนี้ ควรเลือกร้านแลกเปลี่ยนเงินที่นำเชื่อถือและควรนับเงินทุกครั้งหลังการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากมีชาวร้านแลกเปลี่ยนเงินให้เงินในจำนวนต่ำกว่าอัตราหรือขาดหายไปบ่อยครั้ง

เงินเหรียญสหรัฐฯ เป็นที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนในประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ ธนบัตรต้องไม่มีรอยหัก พับ ฉีกขาด ในการแลกเปลี่ยนเงินกับร้านแลกเปลี่ยนเงิน

การแต่งกาย

ชาวฟิลิปปินส์ถือเรื่องการแต่งกายเป็นสิ่งสำคัญ โดยต้องแต่งกายสุภาพสวมรองเท้าหุ้มส้นในการผ่านเข้าอาคารสำนักงาน โบสถ์ โรงแรม และร้านอาหารที่มีระดับหลายแห่ง อย่างไรก็ตาม หากเดินเข้าร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้าไม่มีข้อกำหนดเรื่องการแต่งกายดังกล่าว

การแต่งตัวเข้าร่วมงานประชุมหรืองานพิธีกับทางราชการ ผู้ชายชาวฟิลิปปินส์มักสวมเสื้อประจำชาติเรียกว่า *บารอง* ทำจากใยสับปะรดหรือใยกล้วยสีครีม และผู้หญิงมักใส่กระโปรงสุภาพกับเสื้อที่ค่อนข้างมีสีสันทัน

หากเป็นงานเลี้ยงกลางคืนผู้ชายยังสามารถสวมเสื้อบารองหรือสูทในการเข้าร่วมงาน ส่วนหญิงชาวฟิลิปปินส์มักนิยมใส่ชุดกระโปรงราตรียาวสีสดต่างๆ หรืออาจใส่เสื้อราตรีประจำชาติแขนยกสูงที่เรียกว่า *ฟิลิปปินเยียนา*

พิธีงานจัดเลี้ยงวันเกิด งานแต่งงาน งานศพ

ครอบครัวชาวฟิลิปปินส์มีพิธีความเชื่อในการฉลองจัดเลี้ยงวันเกิดเมื่อบุตรทั้งหญิงและชายครบรอบ 1 ปี 3 ปี 7 ปี และอีกครั้งเมื่อเด็กผู้หญิงมีอายุครบ 18 ปี หลังจากครบอายุดังกล่าวเป็นการจัดเลี้ยงฉลองส่วนตัว

พิธีแต่งงานของชาวฟิลิปปินส์แบ่งออกเป็นสองช่วงคล้ายกับของไทย คือ พิธีทางศาสนาในช่วงเช้าและงานเลี้ยงในโรงแรมในช่วงเย็น การจัดงานแต่งงานค่าใช้จ่ายในการจัดงานบางส่วนเจ้าสาวเจ้าบ่าวอาจขอเงินสนับสนุนจากสปอนเซอร์นอกเหนือจากวงศ์ญาติ เช่น เจ้านาย ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำทางการเมือง เป็นต้น ในระหว่างการร่วมงานต้องมีการเตรียมเงินสดเพื่อช่วยงาน เจ้าบ่าวเจ้าสาวอาจมีการเดินเพื่อเรียกให้แขกผู้มาร่วมงานสมทบเงินการจัดงาน หลังจากแต่งงานคู่สามีภรรยา มักนิยมจัดเลี้ยงเมื่อครบรอบการแต่งงาน 25 ปี และ 50 ปี

พิธีงานศพในระหว่างการจัดงานศพมีการทำพิธีทางศาสนาเป็นเวลา 3-5 วัน สำหรับงานศพชาวบ้านทั่วไป ในระหว่างงานมีการอนุญาตให้มีการพนันหน้างานเพื่อหาเงินสมทบทุนงานศพภายใต้ชื่อเรียก *Abuloy* ผู้เข้าร่วมงานแต่งกายสีสุภาพเน้นสีขาว รองลงมาได้แก่สีดำ

การรับประทานอาหาร

คนฟิลิปปินส์รับประทานอาหารวันละ 5 รอบ คือ เช้า เที่ยง ค่ำ และอาหารว่างระหว่างวันช่วงสายและบ่ายที่เรียกว่า *เมอร์เยียนดา* อาหารจานหลักของชาวฟิลิปปินส์คือข้าวเช่นเดียวกับชาวไทย งานกับข้าวของฟิลิปปินส์มักมีรสอ่อน ไม่เผ็ดร้อนเหมือนกับประเทศอื่นๆ ในเขตเพื่อนบ้าน และเน้นรับประทานอาหารที่ทำจากเนื้อมากกว่าผัก ทั้งเนื้อวัว เนื้อหมู เนื้อไก่ และเนื้อปลา โดยชาวฟิลิปปินส์นิยมบริโภคหมูหัน (*Lechon*) หรือปลานวลจันทร์ทะเล (*Bangus*) และผักที่ได้รับความนิยมในการบริโภค ได้แก่ แครอต มะเขือเทศ โปมะรุ้ม โปมันเทศ และผักบุง

คนฟิลิปปินส์สมัยใหม่นิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดจานด่วน เช่น ข้าวไก่ทอด สปาเก็ตตี้ พิซซ่า เบเกอรี่จากกลุ่มเครือร้านอาหารอเมริกัน เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี สตาร์บัค โดยระยะหลังมีการสร้างแบรนด์ร้านอาหารท้องถิ่นซึ่งมีเจ้าของเป็นชาวฟิลิปปินส์ที่มักเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เช่น ร้านฟาสต์ฟู้ดไก่ทอด Jollibee ร้านอาหารฟิลิปปินส์ Inasal ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ

มารยาทในการรับประทานอาหาร

- ใช้อุปกรณ์การรับประทานอาหารแบบตะวันตก ตามปกติแล้วอาหารจะเสิร์ฟในคราวเดียวมากกว่ามาทีละชุด
- ชาวฟิลิปปินส์อาจไม่ใส่ใจกับค่าเชิญไปร่วมทานอาหารหรือเลี้ยงสังสรรค์มากนัก แม้ว่าจะตอบรับแต่ใจว่าจะจริงจังกับคำตอบรับ ทางที่ดีควรโทร. ไปเชิญ/ เตือนความจำอีกครั้ง
 - รอนจนกว่าเจ้าภาพจะเชิญให้นั่ง การปฏิเสธค่าเชิญชวนให้นั่งทานอาหาร หรือรับเครื่องดื่มในครั้งแรกถือเป็นการแสดงความสุภาพ เมื่อออกปากเชิญครั้งที่ 2 จึงค่อยตอบรับ
 - โดยทั่วไปเจ้าภาพจะยกอาหารที่เสิร์ฟมาจานแรกให้แขก จานต่อไปจึงค่อยบริการตนเอง ระหว่างรับประทานอาหารให้วางมือของคุณบนโต๊ะเสมอ
 - กล่าวชมเจ้าภาพในเรื่องรสชาติอาหาร การรับประทานอาหารอย่างเอร็ดอร่อยถือเป็นการชมที่จริงใจที่สุด และเหลืออาหารในจานเล็กน้อยเมื่อทานเสร็จ ควรรวบรวมช้อนส้อมไว้ในจาน
 - เมื่อไปร่วมสังสรรค์มื้อค่ำในวันสุดสัปดาห์ ให้ลากลับประมาณเที่ยงคืน ส่วนวันธรรมดาให้ลากลับ 4 ทุ่ม
 - การดื่มอวยพรเป็นธรรมเนียมในฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะการพบปะสังสรรค์ทางธุรกิจ เจ้าภาพ/ แขกอาวุโสเป็นผู้เริ่มกล่าวอวยพรก่อน
 - การดื่มอวยพรเป็นภาษาอังกฤษถือเป็นความเหมาะสม

สำหรับในภัตตาคารนั้น มีข้อปฏิบัติดังนี้

- การดื่มเครื่องดื่มเล็กๆ น้อยๆ ก่อนสั่งอาหาร ถือเป็นเรื่องปกติ
- ผู้เชิญเป็นผู้จ่ายค่าอาหาร ไม่ต้องช่วยกันจ่าย
- เมื่อต้องการเรียกบริการให้ขู่มือขึ้น ฟังเรียกบริการหญิงว่า Miss

อุปนิสัย

ภายใต้การเป็นเมืองขึ้นของสเปนและสหรัฐอเมริกาเกือบ 400 ปี ทำให้ชาวฟิลิปปินส์ถูกหล่อหลอมเรื่องวัฒนธรรมบุญคุณเคารพเชื่อฟังผู้อาวุโส ระบบชนชั้นการปกครอง และความมีวินัย เช่น การต่อแถวรอคิวซื้อของ การต่อแถวขึ้นรถประจำทาง เป็นต้น

ชาวฟิลิปปินส์ยังมีอุปนิสัยรักความสนุกสนาน เปิดเผย เข้าถึงง่าย รู้สิทธิทางกฎหมายและการเมืองดี พูดสื่อสารเก่ง กล้าแสดงออก เชื่อมมั่นในตนเองสูงซึ่งอาจได้อิทธิพลมาจากการถูกปกครองโดยประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วง 50 ปีหลัง

จากการปกครองภายใต้สเปนและอเมริกาดังกล่าวเป็นเวลายาวนานทำให้ชาวฟิลิปปินส์มีรสนิยมการอุปโภคบริโภคคล้ายชาวตะวันตกมากกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน



นิสัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือชาวฟิลิปปินส์มักให้ความสำคัญกับพวกพ้องและพี่น้องมาก และมีนิสัยยกย่องปฏิบัติพิเศษคำร้องจากบุคคลนอกครอบครัวและกลุ่มเพื่อนฝูง แต่มักไม่ค่อยนิยมลดแลกแจกแถมของหรือเลี้ยงแบบฟรีเสียเปล่า แต่จะใช้ลักษณะหารค่าใช้จ่ายกันหรือหาผลประโยชน์ร่วมกัน

การจัดการปัญหาทั้งระดับปัญหาขนาดเล็กถึงใหญ่ชาวฟิลิปปินส์มักนิยมใช้การต่อสู้ในชั้นศาลเพื่อปกป้องสิทธิของตน โดยไม่นิยมการประนีประนอม อย่างไรก็ตาม หากเป็นไปได้ควรหลีกเลี่ยงวิธีชั้นศาลและใช้วิธีไกล่เกลี่ยด้วยเหตุผล เนื่องจาก การขึ้นศาลเป็นวิธีที่มีกระบวนการซับซ้อน ใช้เวลาและเสียค่าใช้จ่ายสูง

ค่านิยม

ชาวฟิลิปปินส์เป็นคนง่าย ๆ สบาย ๆ รักสนุก จิตใจอ่อนไหว และช่างต้อนรับขับสู้ เกียรติยศของครอบครัวและบุคคลถือเป็นเรื่องใหญ่ พอ ๆ กับการยอมรับนับถือและความภาคภูมิใจ การศึกษาเป็นสิ่งที่ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญมาก และครอบครัวจะทำทุกอย่างเพื่อให้ลูกหลานได้รับการศึกษา นอกจากนี้ ยังมีค่านิยม *บายานีฮัน (Bayanihan)* คือจิตวิญญาณร่วมที่ทำให้ชาวฟิลิปปินส์มารวมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันทันทีในคราวที่จำเป็น

ครอบครัว

ครอบครัวมีความสำคัญกว่าปัจเจกบุคคลและให้คุณค่ากับการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการพึ่งพาตนเอง ครอบครัวชายถือเป็นจุดเริ่มต้นของสังคม วงศาคุณญาติจะช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีความรู้สึกลดอดภัย การหย่าร้างเป็นเรื่องผิดกฎหมาย โดยมากครอบครัวชาวฟิลิปปินส์เป็นครอบครัวขนาดใหญ่ คำแนะนำของมารดาถือเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องฟังและปฏิบัติ

ภาษาท่าทาง

- ผู้คนยิ้มแย้มแจ่มใส เปิดเผย อบอุ่น และมีมิตรไมตรี ชาวฟิลิปปินส์จะถูกตัวกันมากกว่าชาติอื่นในเอเชีย
- หากชาวฟิลิปปินส์ไม่เข้าใจคำถาม จะทำท่าอ้าปากห่อ ส่วนการหัวเราะอาจหมายถึงความสุขหรือเขิน
- เมื่ออยู่ในสังคม ชาวฟิลิปปินส์จะค้อมตัวเมื่อเดินผ่านผู้คน
- ชาวฟิลิปปินส์มักไม่ชอบปฏิเสธ การแสดงออกว่าไม่ อาจตามด้วยคำพูดว่าใช่ ซึ่งคุณควรเข้าใจว่าเป็นการปฏิเสธนั่นเอง
- หลีกเลี่ยงการจ้องมองหน้านาน ๆ เพราะอีกฝ่ายหนึ่งจะเข้าใจว่าคุณกำลังหาเรื่อง แม้ว่าการจ้องหน้าจะเป็นการกระทำที่ไม่สุภาพ แต่ในพื้นที่ห่างไกลซึ่งไม่ค่อยมีชาวต่างชาติไปเยือน คนฟิลิปปินส์ก็อาจมองจ้องคุณหรือถึงกับมาสัมผัสตัวด้วยก็มี

- การยื่นเอามือเท้าสะเอวหมายถึงคุณกำลังโกรธ
- อย่ายกมือเรียกโดยใช้นิ้วชี้เพียง 1 นิ้ว เพราะหมายถึงการสบประมาท ควรยกแขนขึ้นและกำก็เรียกทั้งมือ
- เวลาต้องการพูดว่า 2 ใช้ชื่อนี้วาง + นิ้วก้อย
- การยกคิ้วคือวิธีการทักทายของชาวฟิลิปปินส์
- คนฟิลิปปินส์จะไม่ชี้ไปที่คน/ สิ่งของ แต่จะใช้การเลื้อยตามองไปที่ของชิ้นนั้น หรือทำท่าบ่นปาก
- ชาวฟิลิปปินส์ค่อนข้างคุ้นเคยกับท่าทางของชาวตะวันตก

วัฒนธรรมการทำงาน

โครงสร้าง

วัฒนธรรมเชิงธุรกิจ ฟิลิปปินส์ได้รับอิทธิพลจากสเปน จีน อเมริกา นักธุรกิจและบรรดาผู้บริหารประเทศส่วนใหญ่ จบการศึกษาจากสหรัฐฯ ทำให้ธรรมเนียมปฏิบัติแบบอเมริกาเป็นปกติวิสัยในวงธุรกิจ

เนื่องจากวัยและประสบการณ์คือเครื่องหมายภูมิปัญญาและอำนาจการบังคับบัญชา รูปแบบการจัดองค์กรเป็น “ระบบอุปถัมภ์” บริษัทต้องเกื้อกูลพนักงาน อย่างไรก็ตาม ชาวฟิลิปปินส์มีความรู้เรื่องสิทธิทางกฎหมายสูงรวมถึงความรู้เรื่องกฎหมายแรงงาน ในการทำงานของชาวฟิลิปปินส์มักทำงานเฉพาะในช่วงเวลาและหน้าที่ที่ระบุตามสัญญาจ้างงานอย่างเที่ยงตรง

ฟิลิปปินส์มีความเป็นหนึ่งกับกลุ่ม/ พวกพ้อง ทั้งญาติ ชุมชนในบริษัท ซึ่งทำให้บุคคลภายนอกประสบกับความยากลำบากในการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ๆ

การมีพรรคพวก/ เพื่อนพ้องทางธุรกิจจะช่วยและเอื้อประโยชน์ให้การทำธุรกิจง่ายขึ้น การสร้างความสัมพันธ์สำคัญในฐานะพื้นฐานทางธุรกิจ ความไว้วางใจ ซื่อตรงและจริงใจต่อกัน ก็เป็นคุณสมบัติที่เปรียบเหมือนอิฐที่ใช้ออกสร้าง ที่ต้องการความอดทนอดกลั้นเป็นซีเมนต์ประสานความมั่นคง

นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์จะรู้สึกว่าการวัดกรรมความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันเป็นเรื่องเสี่ยง และยังเชื่อว่านอกเสียจากความสามารรถและความพยายามแล้ว ความสำเร็จขึ้นอยู่กับโชคชะตาอีกด้วย

การประชุม

การเจรจาต่อรองอาจเริ่มด้วยหัวข้อสนทนาในเรื่องต่างๆ ไป ก่อนนำเข้าสู่ประเด็นทางธุรกิจ การมีบุคคลที่ 3 หรือคนกลางจะช่วยในการประนีประนอมให้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะประเด็นที่หาข้อสรุปยาก ผู้ชายชาวฟิลิปปินส์มักถกเถียงเรื่องราคาเป็นหลักกว่าจะตัดสินใจสั่งซื้อหรือไม่ การลดราคาสินค้าอาจเกิดขึ้นได้หากการต่อรองยืดเยื้อ สำหรับการเจรจาไม่ควรปล่อยเวลาให้นานเกินไป เพราะความกระตือรือร้นจะค่อยหมดไปเรื่อยๆ

นอกจากนี้ การทำงานกับคนฟิลิปปินส์ในการตกลงเรื่องธุรกิจควรให้มีพยานในการประชุม การบันทึกข้อความการประชุม การยืนยันและการทำการตกลงแบบมีลายลักษณ์อักษรแทนการตกลงทางคำพูด

การสื่อสาร

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาธุรกิจที่ใช้ติดต่อกัน คำ ชาวฟิลิปปินส์ใช้ภาษาอังกฤษได้ดีแม้ในระดับขั้นพื้นฐาน ทำให้การทำงานค่อนข้างไม่มีอุปสรรคทางด้านภาษา และใช้ได้สุภาพมากกว่าชาวตะวันตกใช้ นั่นคือการพูดความจริงจะทำอย่างระมัดระวัง การถกเถียงอาจทำแบบอ้อมๆ ไม่ว่าเนื้อหาในการสื่อสารเป็นรูปใด ชาวฟิลิปปินส์จะคำนึงถึงเรื่องการแสดงออกทางมารยาทชนิดที่ปากกับใจตรงกันมากเกินไป บางครั้งจะถูกมองว่าไร้วัฒนธรรม การวิพากษ์วิจารณ์ผู้ร่วมงานควรทำเป็นส่วนตัว อยากรู่มากเกินไปหรือต้อนใครให้จนมุม สำหรับชาวฟิลิปปินส์แล้ว เป็นเรื่องลำบากใจในการตอบปฏิเสธ โดยเฉพาะการทำต่อหน้าผู้บังคับบัญชา เตรียมใจไว้ว่าคุณจะพบกับคำตอบอ้อมๆ อย่าเข้าใจผิดว่าเป็นการหลอกลวง พวกเขาเพียงไม่ต้องการเผชิญหน้า

และอยากให้คุณสบายใจ หรือเอาใจคุณเท่านั้น การพยายามเอาใจอาจแสดงออกด้วยการเห็นด้วยกับข้อตกลง แต่กลับไม่ทำอะไร (ต้อเจียบ) เมื่อมีคำถามให้ตั้งคำถามง่ายๆ และหลีกเลี่ยงคำถามที่ต้องการคำตอบว่าใช่ หรือไม่ใช่ โดยเฉพาะคำถามปฏิเสธ อาทิ คุณจะไปทานข้าวกับผมหรือไม่ คำตอบอาจจะครับ แต่แท้จริงคือเขาไม่ไป

การเข้าพบเพื่อเจรจาเป็นที่นิยมมากกว่า การติดต่อผ่านอีเมลหรือโทรศัพท์นั้นไม่น่าเชื่อถือ ส่วนทางจดหมายคุณอาจไม่ได้รับคำตอบกลับ ระวังปัญหาการสื่อสารผิดความหมาย การเข้าใจผิดจากการสื่อสารด้วย

ส่วนเรื่องของเวลา ชาวฟิลิปปินส์ไม่เคร่งครัดเรื่องเวลานัก การนัดพบจึงมักช้ากว่ากำหนด และงานสังคมโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องตรงต่อเวลามากนัก

การรับรองแขก

- การรับรองส่วนใหญ่จะทำในร้านอาหารหรือในคลับ ถ้าเป็นภัตตาคารควรอยู่ระดับสากล
- คุณอาจถูกขอให้ขึ้นร้องเพลง ดังนั้นควรมีความสามารถในการร้องเพลงได้
- อย่างนำภรรยาหรือสามีไปในการนัดรับประทานอาหารกลางวัน เพราะส่วนใหญ่ไปเพื่อเจรจาธุรกิจ
- การนัดหมายสำหรับมือกลางวันหรือมือเย็นควรทำด้วยตนเองและควรติดตามผล
- โดยปกติชาวฟิลิปปินส์จะไม่ต่อรองในระหว่างมื้ออาหาร แต่จะเจรจาดตามงานสังคมทั่วไปเพราะชอบรวมธุรกิจกับความสนุกไว้ด้วยกัน

- หากคุณได้รับเชิญทานอาหารมือเย็นก็ควรหาโอกาสเลี้ยงตอบด้วยมื้ออาหารที่ราคาใกล้เคียงกัน

1.12 ข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์

สิ่งที่ควรทำ

- แสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสด้วยการทักทายเป็นท่านแรกและสละที่ให้ท่านนั่งกรณีไม่มีที่ว่าง
- ขออนุญาตก่อนทุกครั้งที่จะถ่ายรูป
- เตรียมใจว่าคุณอาจถูกไต่ถามเรื่องส่วนตัว ทางกลับกันคุณอาจถามคำถามเดียวกันกลับได้โดยเฉพาะเรื่องครอบครัว
- ควรพูดจานุ่มนวลและเก็บอารมณ์

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- อย่าทำให้ใครอาย/ เสียหน้า เพราะหมายถึงตัวเขาและครอบครัวเขาด้วย
- หลีกเลี่ยงการวิจารณ์บุคคล ครอบครัว ประเทศ วัฒนธรรม
- ไม่แสดงความคิดเห็นส่วนตัวเพราะอาจไปกระทบกับผู้อื่น
- อย่าชมหากคุณไม่รู้สึกลักษณะนั้นจริง
- ชาวฟิลิปปินส์มักไม่ตอบปฏิเสธแบบเต็มปากเต็มคำจะแสดงแบบคลุมเครือ

- อย่าโกรธหากคนฟิลิปปินส์หัวเราะเยาะในโชคร้าย/ ความเศร้าโศก ซึ่งเป็นวิธีการจัดการทางอารมณ์ทั่วไป
- ไม่ควรแสดงความคิดเห็นคัดค้านผู้อาวุโสอย่างรุนแรง

สภาพแวดล้อมในการดำรงชีวิต

ข้อแนะนำอื่นเกี่ยวกับสุขอนามัยและความปลอดภัย

- ไม่ควรดื่มน้ำประปาและน้ำบ่อ ควรดื่มน้ำต้มหรือน้ำดื่มขวด นม น้ำหวานที่มีบรรจุภัณฑ์ปลอดภัย
- หลีกเลี่ยงการว่ายน้ำในทะเลสาบน้ำจืดหรือว่ายน้ำในลำคลอง แม่น้ำ
- ระมัดระวังบริโภคน้ำแข็ง อาหารดิบ ผลิตภัณฑ์นมที่ไม่ผ่านการฆ่าเชื้อโรค
- ปฏิบัติตามคำแนะนำเพื่อป้องกันโรคไข้มาลาเรีย และระวังแมลงกัดต่อย
- หากป่วยหนักหรือได้รับบาดเจ็บให้หาแพทย์ในมะนิลาหรือเมืองใหญ่ใกล้เคียง
- โรงพยาบาลส่วนใหญ่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง
- อาชญากรรมประเภทไม่รุนแรงแต่พบบ่อย ได้แก่ การลักขโมยกระเป๋าเงินและของมีค่า และการให้เงินไม่ครบจำนวนจากร้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นกรณีที่พบได้บ่อยครั้งซึ่งผู้เดินทางควรระวังตัว
- อาชญากรรมรุนแรงที่อาจเกิดได้ในประเทศฟิลิปปินส์ เช่น การลักพาตัวเรียกค่าไถ่ จี้หรือมอมยาในเครื่องดื่มเพื่อปลดทรัพย์ ดังนั้นควรระวังการตอบรับเครื่องดื่มจากคนแปลกหน้า หากโดนจี้ไม่ควรใช้วิธีการขัดขืนหรือต่อสู้

หมายเลขฉุกเฉินสำคัญในมะนิลา

สถานที่	เบอร์ติดต่อ
โรงพยาบาลมาคาตีเมดิคอล	(632) 815-9911/ 892-5544
ศูนย์โรงพยาบาลหัวใจฟิลิปปินส์	(632) 925-2401-50
โรงพยาบาลเซนต์ลูค	(632) 789-7700
สายด่วนตำรวจ 24 ชั่วโมง	117

2

เศรษฐกิจการค้า



2.1 ภาวะเศรษฐกิจ

อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

2.1.1 ภาพรวมเศรษฐกิจสำคัญ/ ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

2.1.1.1 การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เติบโตร้อยละ 6.7 ในปี 2560 (จากร้อยละ 5.9 ในช่วงเดียวกันของปี 2559) ในไตรมาสสี่ปี 2560 ภาคอุตสาหกรรมเป็นภาคส่วนหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมีการเติบโตร้อยละ 7.3 (จากเดิมร้อยละ 7.9 ในไตรมาสสามปี 2559) ส่วนภาคบริการมีการเติบโตร้อยละ 6.8 (จากเดิมร้อยละ 7.2 ในไตรมาสสามปี 2559) ขณะที่ภาคการเกษตรเติบโตร้อยละ 2.4 (จากเดิมร้อยละ 1.3 ในไตรมาสสี่ปี 2559) รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 - อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของแต่ละภาคส่วนในไตรมาสสี่ปี 2560

ภาคส่วนเศรษฐกิจ	อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ)
เกษตรกรรม	2.4
อุตสาหกรรม	7.3
บริการ	6.8
รวม (เฉลี่ย)	6.6

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

ส่วนภาคการใช้จ่ายพบว่า การใช้จ่ายในครัวเรือน ณ ไตรมาสสี่ของปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 การใช้จ่ายของภาครัฐเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 และการลงทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559 รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 - อัตราการขยายตัวของใช้จ่ายในแต่ละภาคส่วนของฟิลิปปินส์

ภาคส่วน	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
	2560	2559	
	ไตรมาสสี่	ไตรมาสสี่	ตลอดปี
การบริโภคในครัวเรือน	6.1	6.2	5.8
การใช้จ่ายของภาครัฐ	14.3	4.5	7.3
การลงทุน	8.2	14.7	9.0

ภาคส่วน	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
	2560	2559	
	ไตรมาสสี่	ไตรมาสสี่	ตลอดปี
การส่งออก	18.6	13.4	20.7
การนำเข้า	17.5	15.4	17.6

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

2.1.1.2 ภาวะการลงทุน

ช่วง ม.ค.-ธ.ค. 2560 ฟิลิปปินส์มีการลงทุนจากต่างประเทศสุทธิ (Net Foreign Direct Investment - FDI) รวมทั้งสิ้น 8,725 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.1 จากช่วงเดียวกัน ในปี 2559 (ซึ่งมีการลงทุนจากต่างประเทศ 7,264 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแหล่งเงินทุนพบว่าการลงทุนที่ไม่ใช่การนำผลกำไรมาลงทุนเพิ่มอยู่ที่ 2,804 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ในช่วง ม.ค.-ธ.ค. 2560 เนเธอร์แลนด์มีการลงทุนในโครงการใหม่ในประเทศฟิลิปปินส์มากที่สุด ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 1,461 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามมาด้วยสิงคโปร์ (506.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และสหรัฐอเมริกา (457.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 - การลงทุนทางตรงสุทธิของต่างประเทศในฟิลิปปินส์ จำแนกตามประเทศและแหล่งที่มาของเงินทุน ในเดือน ม.ค.-ธ.ค. 2559 และ 2560

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

อันดับ	ประเทศ	2560 (ม.ค.-ธ.ค.)
	การลงทุนที่ไม่ใช่การนำผลกำไรมาลงทุนเพิ่ม (หรือการลงทุนใหม่)	2,804
1	เนเธอร์แลนด์	1,461
2	สิงคโปร์	506.4
3	สหรัฐอเมริกา	457.2
4	ฮ่องกง	103.6
5	คูเวต	60.0
6	เยอรมนี	42.1
7	ไต้หวัน	39.3
8	จีน	27.6

อันดับ	ประเทศ	2560 (ม.ค.-ธ.ค.)
9	ลักเซมเบิร์ก	25.6
10	มาเลเซีย	13.8
	อื่นๆ	67.4
	การนำผลกำไรมาลงทุนใหม่	717
	ตราสารหนี้	5,204
	การลงทุนทางตรงต่างประเทศรวม	8,725

ที่มา: กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

อุตสาหกรรมที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์มากที่สุด คือ การไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำและเครื่องปรับอากาศ, การผลิต, อสังหาริมทรัพย์, ก่อสร้าง, การเงินและการประกันภัย, ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางวิทยาศาสตร์และกิจการทางเทคนิค, การขนส่งและการจัดเก็บสินค้า, กิจกรรมด้านสุขภาพและกิจการเพื่อสังคม, การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ, การทำเหมืองแร่และเหมืองหินและอื่นๆ ตามลำดับ

สำหรับการลงทุนของต่างประเทศในตลาดหลักทรัพย์ ธนาคารกลางฟิลิปปินส์รายงานว่าเดือนมกราคม 2561 มีเงินลงทุนไหลเข้า 1,623.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีเงินทุนไหลออก 1,461.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้มีเงินทุนไหลเข้าสุทธิ 162.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

2.1.1.3 การบริโภคภายในประเทศ

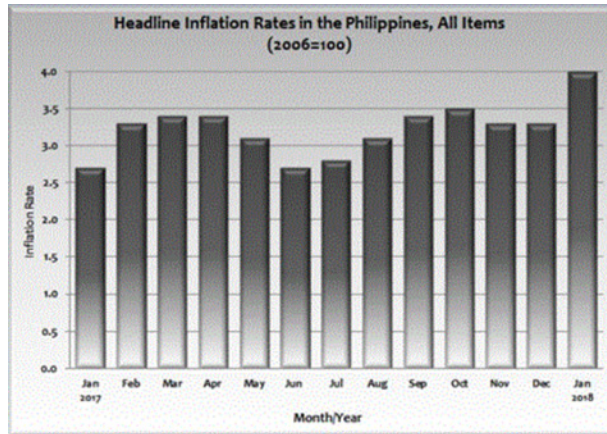
ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ในไตรมาสสี่ของปี 2560 ระบุว่าค่าใช้จ่ายในครัวเรือนของฟิลิปปินส์ อยู่ที่ 3.26 ล้านล้านเปโซ (ราคาปัจจุบัน) ขยายตัวร้อยละ 6.1 โดยเป็นการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าและบริการอื่นๆ และที่พักอาศัย น้ำ ไฟฟ้า ก๊าซและเชื้อเพลิงอื่นๆ

- อาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 7.84) มีมูลค่า 1.46 ล้านล้านเปโซ
- สินค้าและบริการอื่นๆ (ร้อยละ 9.76) มีมูลค่า 448,935 ล้านเปโซ
- ค่าที่พักอาศัย น้ำ ไฟฟ้า ก๊าซและเชื้อเพลิงอื่น ๆ (ร้อยละ 13.82) มีมูลค่า 356,367 ล้านเปโซ

2.1.1.4 อัตราเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อของฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม 2561 อยู่ที่ร้อยละ 4.0 โดยมากกว่าเดือนธันวาคม 2560 (ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 3.3) และมากกว่าอัตราเงินเฟ้อในเดือนมกราคม 2560 (ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.7)

แผนภูมิ 1 - อัตราเงินเฟ้อของฟิลิปปินส์ตั้งแต่เดือนมกราคม 2560-มกราคม 2561



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

2.1.1.5 อัตราการจ้างงานและอัตราการว่างงาน

อัตราการจ้างงานในเดือนตุลาคม 2560 อยู่ที่ร้อยละ 95.0 ซึ่งสูงขึ้นเล็กน้อย เมื่อเทียบกับอัตราการจ้างงานในเดือนกรกฎาคม 2560 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 94.4 หากเทียบตามกลุ่มแรงงาน พบว่าแรงงานในภาคบริการยังคงมีสัดส่วนสูงสุด อยู่ที่ร้อยละ 57 ของแรงงานทั้งหมด และประมาณร้อยละ 20 ของแรงงานกลุ่มนี้ทำงานอยู่ในภาคส่วนค้าส่ง ค้าปลีกและการซ่อมแซมยานยนต์ คิดเป็นสัดส่วนสูงสุดของการจ้างงานในภาคบริการ

ส่วนแรงงานภาคเกษตรกรรม มีจำนวนมากเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 25 ของแรงงานทั้งหมด ขณะที่แรงงานในภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 18.1 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 - สถิติด้านแรงงานของฟิลิปปินส์ในเดือนกรกฎาคม 2560 และเดือนตุลาคม 2560

สถิติ	กรกฎาคม 2560	ตุลาคม 2560
จำนวนประชากรที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป	70,164,000 คน	70,401,000 คน
อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate)	ร้อยละ 5.6	ร้อยละ 5
อัตราการทำงานต่ำกว่าระดับความรู้ความสามารถ/ วุฒิการศึกษา (Underemployment Rate)	ร้อยละ 16.3	ร้อยละ 15.9

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

2.1.2 สถานการณ์การค้า (การส่งออก-นำเข้า)

2.1.2.1 การส่งออก

การส่งออกของฟิลิปปินส์ในเดือน ม.ค.-ธ.ค. 2560 มีมูลค่า 4.72 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.91 เมื่อเทียบกับเดือน ม.ค.-ธ.ค. 2559 ทั้งนี้ มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกหลักของฟิลิปปินส์ ดังแสดงในตารางที่ 5-6

ตารางที่ 5 - มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกหลักของฟิลิปปินส์ ในเดือน ม.ค.-ธ.ค. 59/ 60 (จำแนกตามสินค้า)

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : พันล้าน เหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60		
1	ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์	29.42	32.70	52.02	11.17
2	เครื่องจักรและอุปกรณ์การขนส่ง	3.09	3.80	6.04	23.00
3	ชุดขดลวดที่ใช้ในยานพาหนะ เรือ และอากาศยาน	1.99	2.03	3.23	1.55
4	เครื่องมือและเฟอร์นิเจอร์	2.98	1.55	2.46	48.05
5	น้ำมันมะพร้าว	1.15	1.50	2.39	30.60
6	ส่วนประกอบโลหะ	1.21	1.50	2.38	23.67
7	สารเคมี	1.60	1.37	2.18	14.53
8	ผลิตภัณฑ์แร่อื่นๆ	0.13	1.27	2.02	914.40
9	ทองคำ	0.54	1.21	1.93	126.21
	อื่นๆ	15.30	15.94	25.37	9.44
	การส่งออกรวม	57.41	62.88	100.00	9.53

ที่มา: กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

ตารางที่ 6 - มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกไปยังตลาดหลัก ในช่วง ม.ค.-ธ.ค. 59/ 60 (จำแนกตามตลาด)

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : พันล้าน เหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60		
1	ญี่ปุ่น	11.67	10.19	16.20	12.71
2	สหรัฐอเมริกา	8.85	9.16	14.56	3.45

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : พันล้าน เหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60		
3	ฮ่องกง	6.62	8.64	13.74	30.57
4	จีน	6.37	6.91	10.99	8.43
5	สิงคโปร์	3.82	3.85	6.12	0.60
6	ไทย	2.18	2.63	4.18	20.27
7	เยอรมนี	2.33	2.62	4.16	12.26
8	เกาหลีใต้	2.18	2.51	4.00	15.21
9	เนเธอร์แลนด์	1.74	2.45	3.90	40.48
10	ไต้หวัน	2.13	2.27	3.61	6.86
	อื่นๆ	9.51	11.65	18.54	22.64
	การส่งออกรวม	57.41	62.88	100	9.53

ที่มา : กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

2.1.2.2 การนำเข้า

การนำเข้ารวมของฟิลิปปินส์ในเดือน ม.ค.-ธ.ค. 2560 อยู่ที่ 8.74 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.56 เมื่อเทียบกับเดือน ม.ค.-ธ.ค. 2559 ทั้งนี้ มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้านำเข้าหลักของฟิลิปปินส์ ดังแสดงในตารางที่ 7-8

ตารางที่ 7 - มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้านำเข้าหลักของฟิลิปปินส์ในช่วง ม.ค.-ธ.ค. 59/ 60 (จำแนกตามสินค้า)

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : พันล้าน เหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60		
1	ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์	22.30	23.33	25.18	4.63
2	น้ำมัน ยางมะตอยและวัตถุดิบที่เกี่ยวข้อง	7.97	10.59	11.43	32.95
3	อุปกรณ์การขนส่ง	9.45	10.03	10.82	6.04
4	เครื่องจักรอุตสาหกรรมและอุปกรณ์	6.03	5.90	6.37	2.02
5	เหล็ก	3.32	4.07	4.40	22.64
6	อาหารและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ	3.19	3.07	3.32	3.58

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : พันล้านบาทเหรียญ สหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60		
7	ชิ้นส่วนการผลิตเบ็ดเตล็ด	2.58	2.79	3.01	7.76
8	อุปกรณ์โทรคมนาคม เครื่องจักร อิเล็กทรอนิกส์	2.30	2.56	2.76	11.41
9	พลาสติก	2.24	2.23	2.41	0.40
10	แร่โลหะ และเศษโลหะ	0.44	2.06	2.22	363.80
	อื่นๆ	24.29	26.02	28.08	7.16
	การนำเข้ารวม	84.11	92.66	100	10.17

ตารางที่ 8 - มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้านำเข้าจากตลาดหลักของฟิลิปปินส์ในช่วง ม.ค.-ธ.ค. 59/ 60 (จำแนกตามแหล่งนำเข้า)

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : พันล้านบาทเหรียญ สหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60		
1	จีน	15.57	16.83	18.17	8.14
2	ญี่ปุ่น	9.88	10.56	11.39	6.81
3	เกาหลีใต้	5.57	8.07	8.71	44.99
4	สหรัฐอเมริกา	7.58	7.04	7.60	7.09
5	ไทย	6.58	6.60	7.13	0.39
6	อินโดนีเซีย	4.61	6.30	6.80	36.84
7	สิงคโปร์	5.46	5.47	5.91	0.16
8	ไต้หวัน	5.19	4.91	5.30	5.22
9	มาเลเซีย	3.40	3.62	3.91	6.82
10	ฮ่องกง	2.50	2.63	2.84	5.66
	อื่นๆ	17.80	20.61	22.24	15.79
	การนำเข้ารวม	84.11	92.66	100.00	10.17

ที่มา: กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

2.1.2.3 มูลค่าการค้าระหว่างไทย-ฟิลิปปินส์

ตารางที่ 9 - สรุปการค้าระหว่างประเทศ (ไทย-ฟิลิปปินส์) ในเดือน ม.ค.-ม.ค. 60 เทียบกับเดือน ม.ค.-ม.ค. 61

การค้าระหว่าง ไทย-ฟิลิปปินส์	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วนต่อการค้าโลก (ร้อยละ)	
	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61
มูลค่าการค้ารวม	761.85	920.52	13.18	20.83	2.28	2.28
ไทยส่งออกไปฟิลิปปินส์	537.92	648.88	9.78	20.63	3.15	3.23
ไทยนำเข้าจากฟิลิปปินส์	223.93	271.63	22.28	21.30	1.38	1.34
ดุลการค้า	313.98	377.25				

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2561 มูลค่าการค้ารวมของไทยกับฟิลิปปินส์ อยู่ที่ 920.52 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.83 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 (มูลค่า 761.85 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.28 ของการค้าทั่วโลก การส่งออกจากไทยไปยังฟิลิปปินส์ ในช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2561 มีมูลค่า 648.88 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.63 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 (มูลค่า 537.92 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.23 ของการส่งออกทั่วโลก ขณะเดียวกัน ไทยมีการนำเข้าจากฟิลิปปินส์ในช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2561 เป็นมูลค่า 271.63 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.30 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 (มูลค่านำเข้า 223.93 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.34 ของการนำเข้าจากทั่วโลก

สรุปการค้าระหว่างไทย-ฟิลิปปินส์ ในช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2561 ปรากฏว่าไทยได้เปรียบดุลการค้าฟิลิปปินส์ เป็นมูลค่า 377.25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

2.1.2.4 การส่งออกสินค้าของไทยไปยังฟิลิปปินส์

ตาราง 10 - การส่งออกสินค้าของไทยไปยังฟิลิปปินส์ ช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2560 เทียบกับช่วง ม.ค.-ม.ค. 2561

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านบาทสหรัฐ)		อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วน (ร้อยละ)	
		ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61
1	รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	180.7	229.6	-11.20	27.11	33.59	35.39
2	ข้าว	39.9	47.9	81.76	20.06	7.42	7.39
3	แผงวงจรไฟฟ้า	34.3	31.6	17.39	-7.83	6.37	4.87
4	เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของเครื่อง	15.1	29.8	-2.04	97.26	2.81	4.60
5	เม็ดพลาสติก	19.9	24.5	10.98	23.05	3.71	3.78

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

เมื่อพิจารณาการส่งออกสินค้าของไทยไปยังฟิลิปปินส์ ช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2561 พบว่าไทยส่งออกสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ มายังฟิลิปปินส์เป็นมูลค่าสูงสุด คือ 229.6 ล้านบาทสหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.11 จากช่วงเวลาเดียวกันในปี 2560 รองลงมาคือ ข้าว แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องและเม็ดพลาสติก

อย่างไรก็ตาม พบว่าในช่วง ม.ค.-ม.ค. 2561 สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวในการส่งออกอย่างมาก ได้แก่ สิ่งปรุงรสอาหาร ซึ่งมีมูลค่า 4.7 ล้านบาทสหรัฐฯ โดยขยายตัวร้อยละ 194.34 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง ซึ่งมีมูลค่า 29.8 ล้านบาทสหรัฐฯ โดยขยายตัวร้อยละ 97.26 และกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ ซึ่งมีมูลค่า 6 ล้านบาทสหรัฐฯ โดยขยายตัวร้อยละ 72.86

2.1.2.5 การนำเข้าของไทยจากฟิลิปปินส์

ตาราง 11-การนำเข้าของไทยจากฟิลิปปินส์ ช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2560 เทียบกับช่วง ม.ค.-ม.ค. 2561

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วน (ร้อยละ)	
		ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61	ม.ค.-ม.ค.60	ม.ค.-ม.ค.61
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์/ ส่วนประกอบ	41.5	70.7	-5.64	70.28	18.55	26.05
2	สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	21.8	40.8	99.80	86.95	9.74	15.02
3	แผงวงจรไฟฟ้า	39.6	35.9	16.01	-9.15	17.66	13.23
4	เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	25.2	29.2	31.65	15.96	11.25	10.75
5	ส่วนประกอบและ อุปกรณ์ยานยนต์	22.2	24.9	22.49	12.00	9.93	9.17

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

เมื่อพิจารณาการนำเข้าของไทยจากฟิลิปปินส์ ช่วงเดือน ม.ค.-ม.ค. 2561 พบว่าไทยนำเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบเป็นหลัก (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.05) มีมูลค่านำเข้า 70.7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 70.28 จากช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้ว รองลงมาได้แก่ สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ และส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์

2.2 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า

เป้าหมายหลักของนโยบายเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ คือ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม มีการสร้างตำแหน่งงาน และทำให้คนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีการลดความยากจนของคนในประเทศ ซึ่งยังเป็นสิ่งที่ฟิลิปปินส์ขาดอยู่ในตอนนี้ และส่งผลเสียอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์

เพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ฟิลิปปินส์จึงมีนโยบายเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องดังนี้

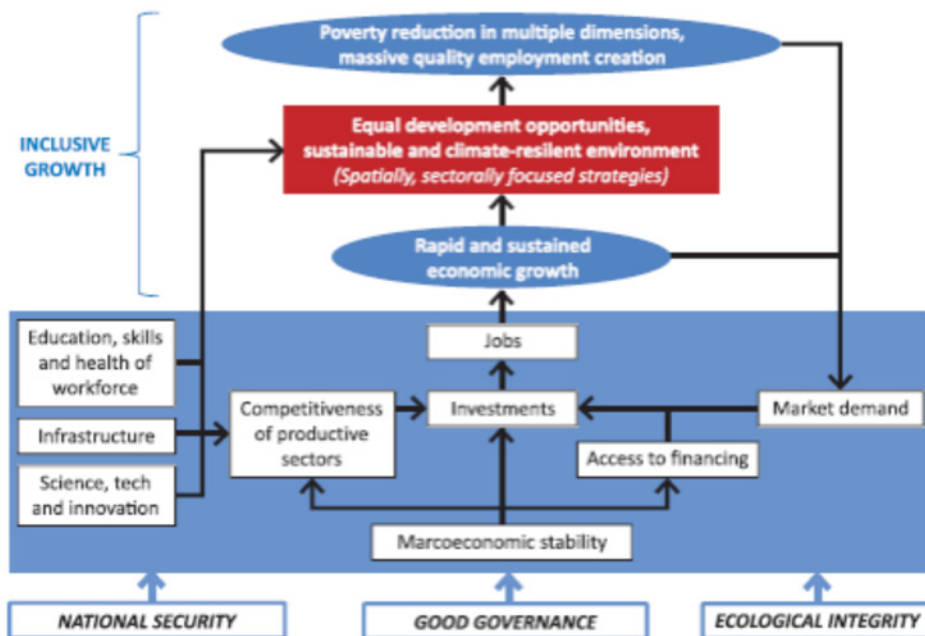
1. ลดความยากจนและปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อกระจายความมั่งคั่ง ซึ่งสิ่งที่รัฐบาลฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ

- การเพิ่มการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน สุขภาพและการศึกษา
- การเพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรม (ลดการผูกขาด)
- การทำกฎระเบียบให้ง่ายขึ้น เพื่อส่งเสริมการสร้างงานโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก

2. เพิ่มการลงทุนภายในประเทศโดยการปฏิรูปนโยบายภาษี ปัจจุบันฟิลิปปินส์ยังมีนโยบายภาษีที่ไม่เอื้อต่อการลงทุน และทำให้เกิดช่องว่างในการลงทุนหลายสาขา (เช่น การใช้จ่ายเงินร้อยละ 2.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน และร้อยละ 4.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในเรื่องบริการสาธารณะ เป็นต้น) ส่งผลให้เกิดความแออัดของท่าเรือและถนน รวมถึงการขาดแคลนพลังงาน นอกจากนี้ การเพิ่มการลงทุนยังจะทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันหลายอุตสาหกรรม อาทิ การบิน เริ่มมีการเปิดเสรีทางการแข่งขันมากขึ้น

นอกจากนโยบายดังกล่าว รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังมีความพยายามในการแก้ไขปัญหาการใช้จ่ายและคอขวดในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยมีการร่างกฎหมายงบประมาณซึ่งจะเป็นการทำระบบงบประมาณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความชัดเจนมากขึ้น

ทั้งนี้ กรอบนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ แสดงในแผนภูมิ



2.3 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า

ฟิลิปปินส์ห้ามนำเข้าสินค้าหลายประเภท ดังนี้

- สิ่งทอที่ใช้งานมาก่อน
- ยางรถยนต์ใช้แล้ว
- ของเล่นที่มีลักษณะเหมือนอาวุธหรือระเบิด
- ยานพาหนะที่มีพวงมาลัยอยู่ด้านขวา
- ผงซักฟอกที่มีส่วนผสมที่ทำให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้
- ไดนาไมต์ ดินปืน ระเบิดชนิดต่างๆ รวมถึงชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้อง
- สิ่งพิมพ์ที่มีข้อความอาจก่อให้เกิดการจลาจล ความไม่สงบ หรือการต่อต้านรัฐบาล รวมถึงการต่อต้านกฎหมายในประเทศ

หรือมีลักษณะทำให้เกิดอันตรายต่อบุคคลในประเทศ

- สิ่งพิมพ์หรือสื่อลามกอนาจารต่างๆ
- ยาเสพติดหรืออุปกรณ์ในการเสพยา
- อุปกรณ์สำหรับการเล่นพนัน
- สลากกินแบ่งหรือตั๋วพนัน เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลฟิลิปปินส์
- อาหารและยาที่มีสารปนเปื้อน ซึ่งฝ่าฝืนกฎหมายอาหารและยา
- ฝิ่น กัญชา ไบโคเคน เฮโรอีน หรือสารที่มีฤทธิ์ต่อประสาทชนิดอื่นๆ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก Dangerous Drugs Board เพื่อใช้ในการแพทย์เท่านั้น

ข้อกำหนดด้านเอกสาร

สำหรับกระบวนการนำเข้าสินค้า จำเป็นต้องตรวจสอบเอกสารและหนังสือรับรองเพื่อแสดงว่าเป็นผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ ค่าลงทะเบียนรายปีอยู่ที่ 1,500 เปโซ และค่าดำเนินการต่ออายุอยู่ที่ 500 เปโซ เอกสารที่จำเป็นสำหรับการขนส่งสินค้านำเข้าไปยังฟิลิปปินส์มีดังนี้:

1. ใบกำกับสินค้า
2. ใบตราส่งสินค้าทางเรือหรือใบตราส่งสินค้าสำหรับการขนส่งทางอากาศ
3. หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ถ้ามีการร้องขอ
4. ใบรายการบรรจุหีบห่อ
5. จำเป็นต้องนำหนังสือรับรองแบบพิเศษที่สามารถใช้งานได้ใช้งานตามลักษณะของสินค้าที่ขนส่ง/ ตามที่ผู้ประกอบการนำเข้า ร้องขอมา/ ธนาคาร/ การออกตราสารเครดิต อาทิ ใบอนุญาตของสำนักงานอาหารและยา (Bureau of Food and Drugs: BFAD)
6. ใบกำกับสินค้าของการส่งคืนสินค้าของฟิลิปปินส์และคำประกาศเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประเมินราคา
7. การออกตราสารเครดิต (L/C) ที่ตรงตามกำหนดรายการที่เกิดจากการใช้ตราสารเครดิต (L/C) รวมถึงใบเสนอราคา (Proforma Invoice) และใบขนส่งสินค้าขาเข้า (Import Entry Declaration) สำหรับภาษีนำเข้าที่ลูกค้าสำรองจ่าย (Advance Customs Import Duty: ACID)



8. สำหรับการรับรองที่ไม่ใช่ตราสารเครดิต (Non-L/C Transactions) ไม่ว่าจะเป็นการรับรองตัวแลกเงินเพื่อขอรับเอกสาร (Draft Documents against Acceptance: D/A) การชำระเงินเพื่อขอรับเอกสาร (Documents against Payment: D/P) การเปิดบัญชีซื้อเครดิต (Open Account: OA) หรือแม้แต่เป็นเจ้าของตนเอง รวมทั้งใบเสนอราคา (Proforma Invoice)

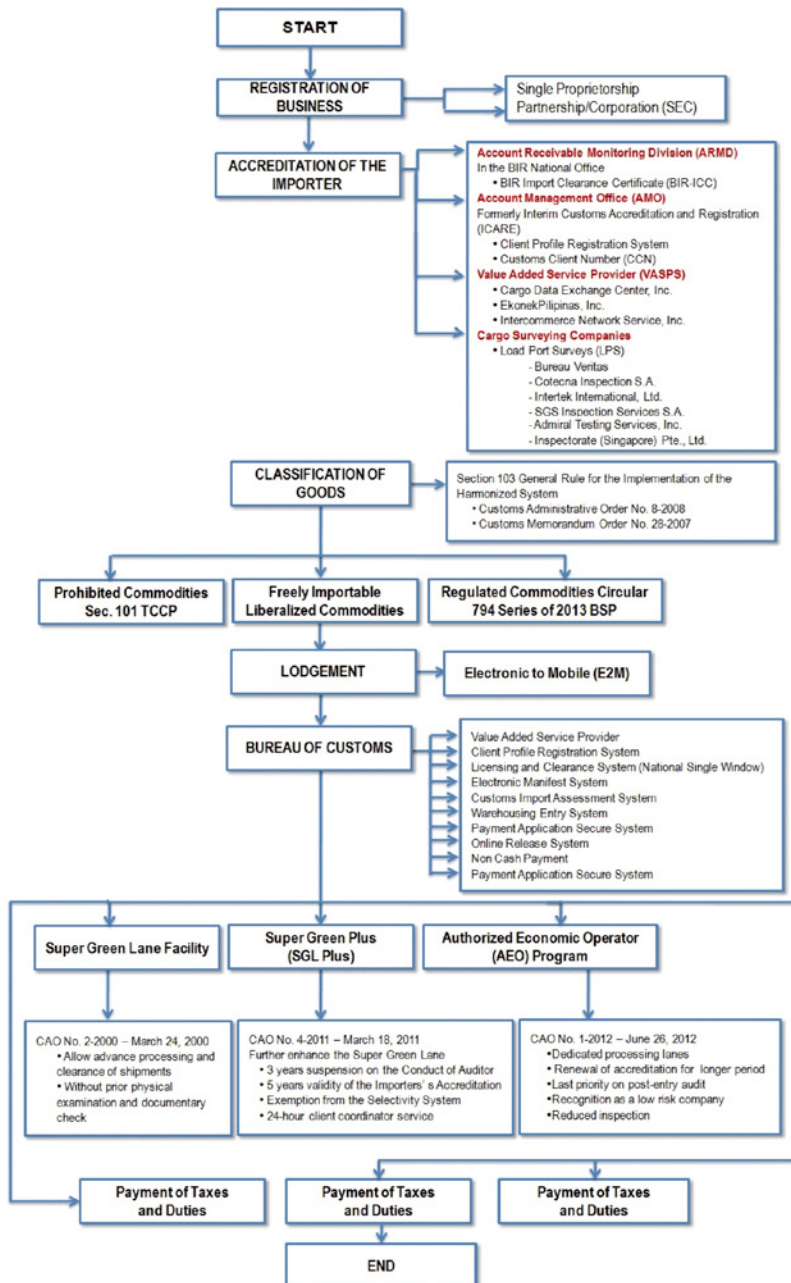
ข้อกำหนดก่อนการขนส่งสินค้า

การขนส่งสินค้าเทกอง (Bulk Cargo) และสินค้าหีบห่อ (Break-bulk Cargo) กำหนดให้ต้องมีการสำรวจเมืองท่าต้นทางที่ส่งออก โดยใช้ Surveyer เป็นผู้ตรวจสอบ (Load Port Survey: LPS) ข้อกำหนดนี้ได้ขยายครอบคลุมไปจนถึงการขนส่งสินค้าทางเรือทั้งแบบใช้ตู้คอนเทนเนอร์หรือไม่ใช้ตู้คอนเทนเนอร์ที่ขนส่งผ่านมหาสมุทรไปยังฟิลิปปินส์ ซึ่งเริ่มต้นในทางกฎหมายมาตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2557 ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการตรวจสอบสินค้าก่อนการขนส่งสินค้า (ปัจจุบันยังไม่มีผลบังคับใช้ในทางปฏิบัติ)

บริษัทที่สำรวจและตรวจสอบจะร่วมเป็นพยานในการบรรจุและปิดผนึกก่อนออกใบรายงานการสำรวจเมืองท่าต้นทางที่ส่งออก (Load Port Survey Report: LPSR) ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินพิธีการศุลกากรในฟิลิปปินส์

แผนภูมิขั้นตอนการนำเข้า

FLOWCHART OF THE GENERAL IMPORT PROCEDURES



ข้อบังคับและนโยบายจำแนกตามประเภทของสินค้า

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
<p>อาหาร อาหารทะเล สัตว์ปีก ข้าว ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Bureau of Food and Drugs: BFAD) สำนักงานอุตสาหกรรมสัตว์ (Bureau of Animal Industry: BAI) กระทรวงเกษตร (Department of Agriculture: DA) สำนักประมงและทรัพยากรทางทะเล (Bureau of Fisheries and Aquatic Resources: BFAR)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า</p> <ul style="list-style-type: none"> Administrative Order No. 37 series 1979 ที่ว่าด้วยการนำเข้าสินค้าจำพวกอาหารที่จำเป็นต้องลงทะเบียนจากหน่วยงาน BFAD เพื่อกระจายสินค้าในตลาดภายในประเทศ มีการจำแนกสินค้าออกเป็น 2 ประเภท ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนสำหรับการลงทะเบียนของสินค้า <p>1) ประเภทที่ I : อาหารสำเร็จรูป เนื้อสัตว์ พืชผักผลไม้ เนื้อปลา เป็นต้น</p> <p>2) ประเภทที่ II : แอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม เครื่องดื่มสมุนไพร สินค้าเกี่ยวกับสมุนไพร เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> กระทรวงเกษตร (Department of Agriculture) จะเป็นฝ่ายควบคุมการนำเข้าเนื้อสัตว์ตาม Administrative Order No. 26 และต้องมีใบรับรองคุณภาพจากสัตวแพทย์ (Veterinary Quarantine Certificate) หนังสืออนุญาตนำเข้า/ ควบคุมสำหรับการนำเข้าของพืชผักต้องมาจากกระทรวงเกษตร (Department of Agriculture) สำหรับการนำเข้าปลาและสัตว์น้ำต้องมีใบรับรองจากสุขภาพอนามัยระหว่างประเทศ (International Health Certificate) จากกรมประมง

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
<p>พอลิเมอร์ของเอทิลีน โพรพิลีน สำหรับใช้ใน ขั้นตอนการขึ้นรูปหลัก ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Bureau) กระทรวงสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Department of Environment or Natural Resources)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า - จำเป็นต้องตรวจสอบก่อนโดยสำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Bureau) คือการทดสอบ Pre-manufacturing and Pre-importation Notification (PMPIN) ก่อนการนำเข้าของสารเคมีซึ่งจะนำมาใช้ในขั้นตอนการขึ้นรูปของพอลิเมอร์ของเอทิลีนและโพรพิลีนอีกด้วย - สำหรับเคมีภัณฑ์ เช่น ปรอท ไฮยาไนต์ แรียทิน สารเคมีที่ทำลายชั้นบรรยากาศ และ PCBs จำเป็นต้องขออนุญาตผ่านฝ่ายควบคุมสารเคมี (Chemical Control Order: COO) ก่อนการนำเข้า</p>
<p>เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพลังงาน (Department of Energy) และสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Bureau of Product Standards)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า เครื่องจักรกลและอุปกรณ์ทางไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของ ASEAN ที่ได้ประกาศไว้ในโครงสร้างและมาตรฐานของ ASEAN (ASEAN Standards and Conformance) อาจจำเป็นต้องทำการทดสอบและอนุญาตโดยกระทรวงพลังงานและสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์</p>
<p>ชิ้นส่วนเครื่องยนต์และรถยนต์</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry) สำนักงานบริการการนำเข้า (Bureau of Import Services)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า สำหรับการนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนประกอบ สำนักงานบริการการนำเข้า (Bureau of Import Services) และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry) กำหนดให้ต้องมีใบอนุญาตการนำเข้าสำหรับชิ้นส่วนยานยนต์บางประเภท</p>

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
<p>สินค้าอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>สำนักมาตรฐานสินค้า (Bureau of Product Standards: BPS) ภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry: DTI)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า</p> <ul style="list-style-type: none"> • ICC (Import Commodity Clearance) และการรับรองมาตรฐานของฟิลิปปินส์ (Philippines Standards Certification Mark: PS) สำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด สำหรับสินค้าส่วนบุคคลจะต้องมีสติ๊กเกอร์ของ ICC กำกับไว้ก่อนที่จะได้รับอนุญาตให้จำหน่ายในฟิลิปปินส์ • การทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยสำนักมาตรฐานสินค้า
<p>เครื่องสำอางหรืออุปกรณ์ที่ใช้เตรียมแต่งหน้า สบู่และอุปกรณ์ที่ใช้ในการดูแลผิว</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>สำนักงานอาหารและยาของฟิลิปปินส์ (Philippines Bureau of Food and Drugs)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกสซ์ภัณฑ์ เครื่องมือทางการแพทย์และชุดตรวจวินิจฉัยโรคสำเร็จรูป จะต้องมี การลงทะเบียนไว้กับสำนักงานอาหารและยาของฟิลิปปินส์ - เครื่องสำอางที่นำเข้าจะต้องมีการลงทะเบียนไว้กับ Authority FAD เอกสารที่จำเป็นต้องใช้สำหรับการนำเข้า อาจรวมไปถึงหนังสือรับรองผลิตภัณฑ์อาหารและยา หนังสือรับรองการจำหน่าย หนังสือรับรองผลวิเคราะห์คุณภาพ และหนังสือรับรองการตรวจผ่านชื่อสินค้า หน่วยงานผู้ผลิตยาจำเป็นต้องเตรียมหนังสือรับรองมาตรฐานการผลิตยาเอาไว้ด้วย
<p>เชื้อเพลิงสำเร็จรูป</p>	<p>หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>กระทรวงพลังงานฟิลิปปินส์ (Philippines Department of Energy)</p> <p>หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า</p> <p>ใบอนุญาตนำเข้า การอนุมัติและรับรองจากหน่วยงานกระทรวงพลังงาน สำหรับการนำเข้าเชื้อเพลิง/ น้ำมันที่จัดว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีการควบคุมในฟิลิปปินส์</p>

ภาษีอากร

สำหรับการนำเข้าสินค้ามายังฟิลิปปินส์ จะมีการเรียกเก็บภาษีและภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) วิธีการประเมินราคาภาษีจะอ้างอิงกับ CIF (ราคา ประกัน และค่าขนส่ง) ที่ได้คำนวณภาษีและอากรเอาไว้แล้ว

1. อัตราภาษี

ช่วงอัตราภาษีในฟิลิปปินส์มีตั้งแต่ร้อยละ 0 ไปจนถึงร้อยละ 65 (โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 10.5) ขึ้นอยู่กับ CIF และผลิตภัณฑ์บางชนิดสามารถนำเข้ามาได้โดยไม่ต้องเสียภาษี

พิธีการศุลกากรแบบไม่เป็นทางการ

ตามกำหนดของข้อบังคับการค้าในการซื้อขาย การเจรจาต่อรอง หรือการว่าจ้างนั้น โดยทั่วไปไม่ควรจะมีมูลค่าภาษีเกิน 2,000 เปโซ

สินทรัพย์หรือข้อตกลงส่วนตัวและครอบครัว (ภายในกระเป๋าเดินทางของผู้โดยสาร หรือสิ่งอื่นที่เป็นของใช้ส่วนตัว) จะไม่ถือว่าเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์

พิธีการศุลกากรแบบเป็นทางการ (Formal Entry)

ตามกำหนดของข้อบังคับการค้าในการซื้อขาย การเจรจาต่อรอง หรือการว่าจ้างนั้นโดยทั่วไปจะมีมูลค่าภาษีเกินกว่า 2,000 เปโซ ขึ้นอยู่กับคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมดูแลภาษีศุลกากร (Tariff Commission) สำหรับป้องกันอุตสาหกรรมภายในท้องถิ่นหรือรายได้ของรัฐ จำเป็นต้องใช้ข้อบังคับของพิธีการศุลกากรแบบเป็นทางการโดยไม่ต้องคำนึงถึงมูลค่า และจุดหมายใดๆ และลักษณะของการนำเข้าสินค้า

2. ภาษีมูลค่าเพิ่ม

สินค้าที่นำเข้าไปยังฟิลิปปินส์จะถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ในอัตราร้อยละ 12 ตามมูลค่าของ CIF ของการนำเข้า

3. ภาษีอื่นๆ และค่าธรรมเนียมศุลกากร

สินค้าเครื่องใช้บางอย่าง เช่น รถยนต์ เครื่องประดับ แอลกอฮอล์ ยาสูบ เป็นต้น อาจจะต้องชำระภาษีตามมูลค่า (Ad Valorem Tax) เพิ่มเติมจากภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่มอีกด้วย

2.4 โอกาสทางการค้าและปัญหาอุปสรรค

โอกาสทางการค้า

ฟิลิปปินส์มีชุมชนทรัพยากรมากมายที่ซ่อนอยู่ ไม่ว่าจะเป็นโอกาสทั้งด้านการค้าและการลงทุน ตลาดฟิลิปปินส์นับเป็นตลาดขนาดใหญ่เนื่องจากมีประชากรมากกว่า 104.9 ล้านคน และประมาณร้อยละ 62 เป็นประชากรที่อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 15-64 ปี)



LG

TO SAVE
MOTHER
EARTH

BIG LOAD,
ONE WASH!



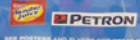
13Kg
LG's BIGGEST WASHER



ONLY
P50

One Araneta
Center Eco Bag
goes a long way
to help preserve
the environment.

Made from
muslin cloth,
these bags are
reusable,
biodegradable,
and built to last.



ขณะที่ประชากรสูงอายุมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 4 เท่านั้น และโดยอุปนิสัยของชาวฟิลิปปินส์ก็ยังคงเป็นผู้ที่ชื่นชอบการใช้จ่ายใช้สอยด้วย

นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังมีสัญญาณทางด้านเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงมากที่สุดแห่งหนึ่งของเอเชียในปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 6.1 ปริมาณการส่งเงินกลับเข้าประเทศของแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานอยู่ในต่างประเทศ (ซึ่งเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งของฟิลิปปินส์) เพิ่มขึ้นอย่างมีเสถียรภาพ โดยในปี 2560 มีเงินโอนกลับประเทศของแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานในต่างประเทศกว่า 2.4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 5.8 และการพัฒนาอุตสาหกรรม BPO (Business Process Outsourcing) หรือธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ ซึ่งกลายเป็นอุตสาหกรรมระดับแนวหน้าของโลก เนื่องจากแรงงานฟิลิปปินส์สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี โดยในปี 2560 อุตสาหกรรมมีรายได้อยู่ที่ 1.8 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 จากปี 2559 ซึ่งปัจจัยบวกดังกล่าวนี้ทำให้ชนชั้นกลางในประเทศฟิลิปปินส์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นและรูปแบบการใช้ชีวิตเริ่มเปลี่ยนไป

ส่วนภาครัฐและภาคธุรกิจต่างก็กำลังเร่งโครงการก่อสร้างจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นสิ่งปลูกสร้างเพื่อรองรับธุรกิจที่กำลังเติบโต การปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของประเทศซึ่งไม่ได้มีการพัฒนามาเป็นเวลานาน ทั้งถนน สนามบิน โครงการรถไฟฟ้าวุ่น ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างของฟิลิปปินส์ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้จ่ายของรัฐบาลก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังพยายามปรับปรุงกระบวนการและการดำเนินงานของภาครัฐให้มีความคล่องตัวและความโปร่งใสมากขึ้นด้วย

ปัจจัยบวกดังกล่าวนี้เป็นโอกาสทองของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคชนชั้นกลาง ทั้งนี้ สินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดฟิลิปปินส์ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งอาจใช้จุดขายในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทย สินค้าออร์แกนิก ความสะอาด หรือการสร้างความแตกต่างของตัวสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพด้วย

นอกจากนี้ สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ประเภท Personal Care ก็เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในตลาดนี้เช่นเดียวกัน เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์ใส่ใจเรื่องของความสวยงามและสุขอนามัยมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์สปา หรือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีส่วนผสมของสมุนไพรสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น

โอกาสอีกอย่างหนึ่งที่น่าเสียดายสำหรับนักธุรกิจไทย คือ การมองข้ามตลาดกลุ่มรายได้ต่ำ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 70 ของผู้บริโภคทั้งหมด เนื่องจากแท้จริงแล้ว ตลาดกลุ่มนี้มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเช่นกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการต้องปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้สามารถซื้อได้ เช่น การปรับบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กและจำหน่ายในราคาต่ำลง หรือบรรจุสินค้าเป็นซองๆ แทนที่จะบรรจุในขวด ซึ่งจะช่วยให้ปริมาณสินค้าลดลง ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่ำลง และราคาสินค้าถูกลงด้วย

ไม่เฉพาะสินค้าผู้บริโภคเท่านั้นที่มีโอกาสในตลาดฟิลิปปินส์ สินค้าอุตสาหกรรมอย่างวัสดุก่อสร้างก็มีศักยภาพมากเช่นเดียวกัน เนื่องจากรัฐบาลฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งการสร้างถนน ท่าเรือ สนามบิน

ปรับปรุงระบบรถไฟฟ้า การก่อสร้างที่พักอาศัยขนาดใหญ่สำหรับผู้มีรายได้น้อยและการฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ นอกจากนี้ ภาคเอกชนก็ดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงานเพื่อรองรับอุตสาหกรรม BPO คอนโดมิเนียมสำหรับพักอาศัย และสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สินค้าไทยในตลาดฟิลิปปินส์ที่ถือว่ามาแรงมากอีกอย่างหนึ่งคือ ชิ้นส่วนยานยนต์ เนื่องจากฟิลิปปินส์มียอดขายรถยนต์ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง โดยในปี 2560 ยอดขายรถยนต์ของฟิลิปปินส์อยู่ที่ 234,747 คัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.49) นอกจากนี้ สภาพถนนของฟิลิปปินส์ในหลายพื้นที่ยังไม่ค่อยดี และรถยนต์บางส่วนก็มีสภาพที่ค่อนข้างเก่า ทำให้ชิ้นส่วนรถยนต์มีการสึกหรอและเสียหายจึงต้องเปลี่ยนชิ้นส่วนบ่อยครั้ง ทำให้กลายเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่จะขยายตลาดเข้ามาที่นี่ โดยในปัจจุบัน ไทยถือเป็นผู้นำในการส่งออกสินค้ารถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์มายังฟิลิปปินส์ โดยมีส่วนแบ่งตลาดกว่าร้อยละ 30

ปัจจัยต่าง ๆ ในฟิลิปปินส์ ไม่ว่าจะเป็นรายได้ของประชากรและจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น วิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ และภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศ ผสมกับความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ อีกทั้งอัตราภาษีนำเข้าภายในอาเซียนที่ปรับเหลือร้อยละ 0 ทำให้นักธุรกิจไทยสามารถคว้าโอกาสจากตลาดที่ถูกลืมอย่างฟิลิปปินส์ได้ไม่ยาก

ตัวอย่างปัญหา/ อุปสรรค/ ประเด็นทางการค้าและการลงทุนกับไทย

สินค้า	รายละเอียด
ข้าว	ฟิลิปปินส์ได้ยื่นขอผ่อนผันพันธกรณีการเปิดตลาดข้าว โดยการขอต่ออายุการนำเข้าสินค้าข้าวแบบจำกัดปริมาณ MMA ไปอีกจนถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ฟิลิปปินส์ยังคงใช้มาตรการนำเข้าข้าวแบบจัดสรรโควตา Minimum Access Volume (MAV) ณ อัตราเรียกเก็บภาษีนำเข้าในโควตาที่ร้อยละ 35 และภาษีนำเข้าข้าวนอกโควตาที่ร้อยละ 50
น้ำตาล	ฟิลิปปินส์ยังคงขอรายการสินค้าน้ำตาลไว้ใน Sensitive List ภายใต้ ATIGA ทั้งนี้ ตั้งแต่ มกราคม 2558 อัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลจากประเทศในอาเซียนลดลงเหลือร้อยละ 5
ผักและผลไม้	ห้ามนำเข้าผักและผลไม้สดจากประเทศเขตร้อน เพื่อควบคุมการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคแมลงและโรคพืชที่ติดมากับผลไม้ ขณะนี้อนุญาตให้นำเข้าเฉพาะลองกองและมะขามหวาน อย่างไรก็ตาม ภาษีนำเข้าผลไม้ไทยหลายชนิด เช่น ลำไย ลิ้นจี่ ผ่านได้ทุกวัน/ สิงคโปร์ เป็นต้น
เนื้อวัวสดและแช่เย็น	ต้องได้รับอนุมัตินำเข้าจาก The National Meat Inspection และ The Bureau of Animal Industry
เนื้อสุกและผลิตภัณฑ์	ต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าจาก The National Meat Inspection และ The Bureau of Animal Industry และโรงงานผู้ส่งออก/ ผู้ผลิตจะต้องได้รับการตรวจรับรองเช่นกัน

สินค้า	รายละเอียด
อิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ	ต้องขออนุญาตการนำเข้าโดยได้รับอนุญาตจาก Philippine National Products Standards และยังมีข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าสำหรับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตและนำเข้า 70 รายการ ต้องมีใบตรวจสอบคุณภาพสินค้า
ยาและเคมีภัณฑ์	มาตรการควบคุมการนำเข้าโดยจะต้องได้รับการตรวจสอบเพื่อขอ Certification of Product Registration จาก Authority of Food and Drug ก่อนจึงจะนำเข้าได้ นอกจากนี้ ต้องมีเภสัชกรประจำสำนักงานผู้นำเข้าด้วย แม้จะไม่มีกำหนด ทำให้ค่าใช้จ่ายสูง
รถจักรยานยนต์ อะไหล่ และส่วนประกอบ	ต้องขออนุญาตการนำเข้าโดยต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น The Department of Trade & Industry, Board of Investment และ The Bureau of Import Service
เครื่องปรับอากาศ	มาตรฐานสินค้ากำหนด Minimum Efficiency Standard เกี่ยวกับการใช้พลังงานควบคุมการนำเข้า ต้องได้รับอนุญาตนำเข้าและมาตรฐานสินค้าจากสำนักงานมาตรฐานสินค้า (Philippines National Product Standards) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและตลาดในประเทศ
รถยนต์และส่วนประกอบ	ควบคุมการนำเข้าต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง Bureau of Import Service
อุปกรณ์การแพทย์	ต้องมีใบตรวจสอบคุณภาพสินค้า
สินค้าปิ่นเด็กเล่น	ห้ามนำเข้าสินค้าประเภทปิ่นเด็กเล่น

ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางการค้า

1. มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบราชการอยู่เสมอ กฎระเบียบเข้มงวดและหยาบหยาบ
2. มีการฉ้อราษฎร์บังหลวงสูงในทุกระดับ แม้แต่การเสนอขายสินค้าให้กับบริษัทห้างร้านใหญ่ๆ ก็ต้องจ่ายเบี้ยร้ายรายทาง
3. สหภาพแรงงานแข็งแกร่งและมีบทบาทมาก ทำให้ค่าจ้างแรงงานสูงและมีการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มเสมอ
4. ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีการจับตัวเรียกค่าไถ่ แม้รัฐบาลกำลังปราบปรามโจรก่อการร้ายอยู่ แต่ยังไม่หมดสิ้นลง ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศ ทั้งๆ ที่มีธรรมชาติสวยงามโดยเฉพาะทะเลทางตอนใต้ของประเทศซึ่งเป็นที่ยอดนิยมของผู้ก่อการร้าย
5. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีไม่เพียงพอ มีความแออัดของถนนและท่าเรือ ไฟฟ้าดับบ่อย โดยเฉพาะทางตอนใต้ของประเทศ เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก ไม่สามารถรองรับการขยายตัวด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมได้เต็มที่

2.5 ระบบโลจิสติกส์ การส่งสินค้า

เนื่องจากปัจจัยด้านลักษณะภูมิประเทศของฟิลิปปินส์ที่ประกอบด้วยหมู่เกาะมากกว่า 7,000 เกาะ และจากปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก ส่งผลให้ยังไม่มีการสร้างถนนเชื่อมต่อระหว่างแต่ละเกาะภายในฟิลิปปินส์ ทำให้การขนส่งทั้งจากภายนอกประเทศและภายในประเทศนั้นล้วนพึ่งพาการขนส่งทางเรือเป็นหลัก

การขนส่งสินค้าระหว่างไทยและฟิลิปปินส์ใช้การขนส่งทางเรือเป็นหลัก โดยไทยจะส่งสินค้าผ่านจากท่าเรือกรุงเทพฯ หรือท่าเรือแหลมฉบังไปยัง 1) ท่าเรือมะนิลา ซึ่งเป็นท่าเรือหลักของประเทศ ทั้งนี้ สำหรับสินค้าที่ต้องการส่งไปยังทางตอนกลางและตอนใต้ของฟิลิปปินส์ ไทยจะส่งไปยัง 2) ท่าเรือเซบู เพื่อจะได้กระจายสินค้าต่อไป เนื่องจากการขนส่งภายในประเทศจากท่าเรือมะนิลาไปยังท่าเรือเซบูหรือท่าเรืออื่นๆ ภายในประเทศ มีต้นทุนค่อนข้างแพง ผู้ประกอบการที่จะส่งสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ของฟิลิปปินส์จึงควรศึกษาสถานะตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ภายในประเทศให้ดีเสียก่อน

ข้อตกลง/ ความร่วมมือทางการค้ากับประเทศไทย

ความสัมพันธ์ไทย-ฟิลิปปินส์ดำเนินไปอย่างราบรื่นและใกล้ชิด มาเป็นระยะเวลาช้านาน มีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2492 (ค.ศ. 1949) โดยฟิลิปปินส์เป็นประเทศแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ไทยสถาปนาความสัมพันธ์ด้วย ฟิลิปปินส์มีความสัมพันธ์ต่อไทยในฐานะมิตรประเทศที่ร่วมก่อตั้งอาเซียน และเป็นแนวร่วมของไทยในเวทีระหว่างประเทศ เนื่องจากมีทัศนคติและแนวคิดคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือไทย-ฟิลิปปินส์ (Joint Commission on Bilateral Cooperation-JCBC) ขึ้นเมื่อปี 2536 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของทั้งสองฝ่ายเป็นประธานร่วม

ทั้งนี้ ได้มีการประชุมคณะกรรมการร่วมฯ ไปแล้ว 5 ครั้ง (ประชุมครั้งที่ 1 ที่กรุงมะนิลา เมื่อวันที่ 1-4 มีนาคม 2537 ครั้งที่ 2 ที่ภูเก็ต เมื่อวันที่ 27-29 เมษายน 2540 ครั้งที่ 3 ที่กรุงมะนิลา เมื่อวันที่ 10-13 มิถุนายน 2542 ครั้งที่ 4 ไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม JC เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2550 และครั้งที่ 5 ฟิลิปปินส์เป็นเจ้าภาพ เมื่อวันที่ 20-21 มิถุนายน 2556 ที่กรุงมะนิลา)

สำหรับความสัมพันธ์ทางการค้า ไทยและฟิลิปปินส์ได้มีความสัมพันธ์ตามข้อตกลงต่างๆ ดังนี้

1. ภาครัฐบาล

ความสัมพันธ์ทวิภาคี

- ความตกลงว่าด้วยการยกเว้นการตรวจลงตราหนังสือเดินทางทูตและราชการ ลงนามเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2505
- อนุสัญญาระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยและรัฐบาลแห่งสาธารณรัฐฟิลิปปินส์เพื่อการเว้นการเก็บภาษีซ้อนและการป้องกันการเลี่ยงการรัษฎากรในส่วนที่เกี่ยวกับภาษีเก็บจากเงินได้ลงนามเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2525
- การจัดตั้งคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีไทย-ฟิลิปปินส์ (Joint Commission on Bilateral Cooperation-JCBC) ลงนามเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2535
- ความตกลงว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน ลงนามเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2538



- ความตกลงทางการค้า (Trade Agreement) ลงนามเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2542 โดยภายใต้ความตกลงดังกล่าว ได้จัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือทางการค้าไทย-ฟิลิปปินส์ (Thailand-Philippines Joint Trade Commission-JTC) แต่จนถึงปัจจุบันยังไม่มีการประชุม JTC

ความสัมพันธ์ในกรอบอื่น

- อาเซียน: ปัจจุบันอาเซียนได้ตั้งเป้าหมายการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC) ในปี 2558

2. ภาคเอกชน

- ข้อตกลงจัดตั้งสภาธุรกิจไทย-ฟิลิปปินส์ลงนามเมื่อปี 2538

3

รายงาน

ภาคการเกษตรและ ทรัพยากรธรรมชาติ ที่สำคัญของฟิลิปปินส์



สินค้าการเกษตรที่มีความสำคัญของฟิลิปปินส์ ได้แก่ อ้อย มะพร้าว ข้าว ข้าวโพด ถั่วฝักยาว มันสำปะหลัง สับปะรด มะม่วง หมู ไช้ เนื้อวัว และอุตสาหกรรมประมง ทั้งนี้ ภาคการเกษตรของฟิลิปปินส์มีการจ้างแรงงานคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 32 ของแรงงานทั้งประเทศ

ในปี 2560 ภาคการเกษตรของฟิลิปปินส์ขยายตัวร้อยละ 2.4 ซึ่งมีปัจจัยบวกจากพืช ปศุสัตว์ และสัตว์ปีก โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 1.48 แสนล้านเปโซ เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วกว่าร้อยละ 8

ในส่วนของ การปลูกพืชที่คิดเป็นร้อยละ 51.71 ของภาคการเกษตรทั้งหมด เติบโตจากปีก่อนร้อยละ 3.25 โดยการผลิตร้อยละ 2.87 และ 5.33 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผลผลิตขั้นทางการเกษตรที่มีการเพาะปลูกมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อ้อย มะม่วง ยาสูบ มันสำปะหลัง และหัวหอม

สำหรับภาคปศุสัตว์มีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.02 และมีการผลิตคิดเป็นร้อยละ 16.10 ของภาคการเกษตรทั้งหมด โดยมีมูลค่าการผลิตกว่า 247.1 พันล้านเปโซ ในขณะที่ส่วนของการผลิตสัตว์ปีกขยายตัวเพียงร้อยละ 0.27 และมีการผลิตคิดเป็นร้อยละ 14.54

3.1 พืชผลการเกษตร

ฟิลิปปินส์มีพื้นที่เกษตรกรรมประมาณร้อยละ 20 ของพื้นที่ทั้งประเทศ พืชเศรษฐกิจสำคัญดังนี้

ข้าว

ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ผลิตข้าวได้มากที่สุดเป็นอันดับ 8 ของโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 2.8 ของผลผลิตข้าวทั่วโลก แต่ฟิลิปปินส์ยังนำเข้าข้าวเป็นจำนวนมาก และเป็นผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ของโลกเนื่องจากผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ทั้งนี้ การผลิตข้าวในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นมากตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 เนื่องมาจากการปฏิวัติเขียวภายในประเทศ และยังมี การก่อตั้งสถาบันวิจัยข้าวระหว่างประเทศในฟิลิปปินส์ ซึ่งทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นมาก

ผลผลิตข้าวของฟิลิปปินส์ในปี 2560 มีจำนวนกว่า 19.28 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 8.55 และมีพื้นที่เพาะปลูกกว่า 5 ล้านเฮกตาร์

ข้าวโพด

ข้าวโพดเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 ของฟิลิปปินส์ โดยมีครัวเรือนที่อยู่ในอุตสาหกรรม การปลูกข้าวโพดกว่า 600,000 ครัวเรือน และฟิลิปปินส์ยังปลูกข้าวโพดมากเป็นอันดับ 15 ของโลก โดยในปี 2560 มีผลผลิตอยู่ที่ 7.9 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 8.80 พื้นที่เพาะปลูกกว่า 3 ล้านเฮกตาร์



มะพร้าว

ฟิลิปปินส์มีการปลูกมะพร้าวเป็นจำนวนมากจนกลายเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกมะพร้าวรายใหญ่ของโลก ทั้งน้ำมันมะพร้าวและเนื้อมะพร้าวแห้ง ทั้งนี้ พบว่าผลิตภัณฑ์จากน้ำมันมะพร้าวเป็นที่นิยมมากในฟิลิปปินส์ โดยใช้ในการประกอบอาหาร ผลิตภัณฑ์สำอาง สบู่ แชมพู รวมถึงใช้ในกิจการสปา พื้นที่ที่ใช้ในการปลูกมะพร้าวคิดเป็นร้อยละ 25 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมดของประเทศ

ในปี 2559 ฟิลิปปินส์มีผลผลิตมะพร้าวกว่า 13.82 ล้านตัน ลดลงจากปี 2558 ประมาณร้อยละ 6.58 และมีพื้นที่เพาะปลูก 3.55 ล้านเฮกตาร์

กล้วย

เป็นผลไม้หลักอย่างหนึ่งของฟิลิปปินส์ โดยฟิลิปปินส์สามารถผลิตผลผลิตทั้งสิ้นได้กว่า 8.9 ล้านตันในปี 2559 ลดลงร้อยละ 1.98 จากปี 2558 และมีพื้นที่เพาะปลูก 445,935 เฮกตาร์

สับปะรด

นับเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญอีกชนิดหนึ่ง โดยผลผลิตรวมในปี 2559 ของฟิลิปปินส์อยู่ที่ประมาณ 2.6 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 1.13 มีพื้นที่เพาะปลูก 60,750 เฮกตาร์

อ้อย

มีปริมาณผลผลิตในปี 2559 ประมาณ 22.37 ล้านตัน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 2.42 และมีพื้นที่เพาะปลูก 437,068 เฮกตาร์ พื้นที่เพาะปลูกอ้อยที่สำคัญของฟิลิปปินส์คือจังหวัด Negros ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกอ้อยคิดเป็นร้อยละ 51 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งประเทศ

3.2 ปศุสัตว์

ตาราง มูลค่าและปริมาณการผลิตสินค้าประเภทปศุสัตว์ของฟิลิปปินส์

ประเภท	มูลค่าการผลิต (ล้านเปโซ)	ปริมาณ (พันตัน)
โคเนื้อ	23,367.23	266.30
สุกร	203,678.11	2,265.01
โคนม	628.91	22.76
ไก่	143,045.42	1,745.89
เป็ด	2,835.38	31.09
ไข่ไก่	40,160.10	492.41
ไข่เป็ด	3,660.35	45.43

3.3 ประมง

ฟิลิปปินส์มีทรัพยากรทางทะเลที่สมบูรณ์ โดยมีพื้นที่ทางทะเลใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และเป็นประเทศที่ประกอบด้วยเกาะต่างๆ มากถึง 7,107 เกาะ ซึ่งมีความยาวชายฝั่งรวม 17,460 กิโลเมตร พื้นที่ทางน้ำที่อยู่ในอาณาเขตมีพื้นที่รวมถึง 2.2 ล้านตารางกิโลเมตร

การผลิตในอุตสาหกรรมประมงและอาหารทะเลในฟิลิปปินส์ประกอบด้วย การประมงเชิงพาณิชย์ (Commercial Fishing) การประมงท้องถิ่น (Municipal Fishing) และการประมงแบบเพาะเลี้ยง (Aquaculture Fishing) โดยมีคำจำกัดความของการประมงแต่ละแบบ ดังนี้

1. การประมงเชิงพาณิชย์ (Commercial Fishing) คือ การจับปลาโดยใช้เรือประมงที่มีความจุมากกว่า 3 ตัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้า ทำธุรกิจหรือหาผลกำไร มีการดำเนินการห่างจากเขตของรัฐบาลท้องถิ่นมากกว่า 15 กิโลเมตร

2. การประมงท้องถิ่น (Municipal Fishing) คือ การจับปลาในน่านน้ำท้องถิ่นด้วยเรือประมงที่มีความจุน้อยกว่า 3 ตัน และไม่ใช้เรือประมงในการจับปลา นอกจากนี้ การดำเนินการอยู่ในรัศมีเขตของรัฐบาลท้องถิ่นภายใน 15 กิโลเมตร

3. การประมงแบบเพาะเลี้ยง (Aquaculture Fishing) คือ การเพาะเลี้ยงปลาและสัตว์อื่นในน้ำจืด น้ำกร่อยหรือน้ำเค็ม

มูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมประมงในปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 จากปี 2559

3.4 แร่ธาตุ

เนื่องจากฟิลิปปินส์ตั้งอยู่ในเขตวงแหวนแห่งไฟซึ่งมีการระเบิดของภูเขาไฟ ทำให้มีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์ ฟิลิปปินส์มีแร่ธาตุ ทอง ทองแดง และนิกเกิลอยู่จำนวนมาก โดยพื้นที่ประมาณ 9 ล้านเฮกตาร์ (หรือประมาณร้อยละ 30 ของพื้นที่ทั่วประเทศ) มีแร่ธาตุโลหะ ในขณะที่พื้นที่อีก 5 ล้านเฮกตาร์ เป็นแหล่งของแร่ธาตุโลหะ

อาณาเขตในทะเลของฟิลิปปินส์มีพื้นที่ประมาณ 2.2 ล้านตารางกิโลเมตร ยังเป็นแหล่งแร่หลายชนิด ได้แก่ ทองคำ แมงกานีส และทรายโครไมต์ด้วย

อย่างไรก็ตาม กิจการเหมืองแร่ในฟิลิปปินส์ต้องการพัฒนาอย่างมากเนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนเงินทุนและการสนับสนุนจากรัฐ โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน รัฐบาลจึงแก้ปัญหาโดยเปิดเสรีให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนได้เต็มที่ และเมื่อเดือนธันวาคม 2548 ศาลสูงของฟิลิปปินส์อนุมัติให้แก้ไขกฎหมายเหมืองแร่ ฉบับที่ 2538 (Philippines Mining Act of 1995) อนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนโดยตรงทั้งหมดในกิจการเหมืองแร่ขนาดใหญ่

ตลอดทั้งสายการผลิตได้ แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามกฎหมายทางด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด โดย DENR Administrative Order No. 96-40 กำหนดให้บริษัทเหมืองแร่ที่ได้เอกสาร Environmental Compliance Certificate (ECC) ต้องเข้าร่วมโปรแกรม Environmental Protection and Enhancement Program (EPEP) และบริจาคเงิน 5 ล้านเปโซ ให้แก่กองทุนเพื่อการฟื้นฟูเหมืองแร่ด้วย

สำหรับแร่ธาตุที่สำคัญ ได้แก่

- ทองคำ จังหวัดที่มีการทำเหมืองทองมาก ได้แก่ Baguio, Paracale, Masbate, Surigao และ Masara
 - ทองแดง มีมากกว่า 5.3 พันล้านตัน ส่วนใหญ่พบในบริเวณเดียวกับทองคำ
 - เงิน ส่วนใหญ่เป็นผลพลอยได้ที่ได้จากการทำเหมืองทองและทองแดง
 - โครเมียม พบมากในจังหวัด Zambales และเกาะ Dinagat ทางตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะมินดาเนา
- นอกจากนั้น ยังพบนิเกิลจำนวนมากบริเวณตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะมินดาเนา รวมถึงโคบอลต์ซึ่งเป็นผลพลอยได้สำคัญจากการผลิตนิกเกิล ทองคำขาว เหล็ก แมงกานีส พรอท และอะลูมิเนียม

ส่วนแร่โลหะที่พบมากในฟิลิปปินส์ ได้แก่ ถ่านหิน เกลือ หินปูน หินอ่อน เฟลด์สปาร์ ฟอสเฟต กำมะถัน รวมถึงแร่อัญมณีต่างๆ เช่น หยก, พลอย, Quartz, Rhodomite, Tektile, Obsidian, Diorite, Agate, Serpentine เป็นต้น

จากการที่มีแร่ธาตุและหินมีค่าจำนวนมาก อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงเป็นกิจการหนึ่งที่น่าสนใจ ปัจจุบันมีจำนวนโรงงานประมาณ 250 แห่ง ครึ่งหนึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่อยู่ใน Metro Manila, Bulacan, Carmarines Norte, Davao, Cebu และ Baguio City ผลิตภัณฑ์สำคัญได้แก่ เครื่องประดับทอง ไช่มุก และเงิน

สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ ส่วนมากเป็นการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนต่างชาติกับนักลงทุนท้องถิ่น

3.5 ถ่านหิน

ถ่านหินพบมากในบริเวณหมู่เกาะวิซายาส์และมินดาเนา ปัจจุบันมีแหล่งสำรวจและผลิตถ่านหินรวม 21 แห่ง รัฐบาลฟิลิปปินส์มีนโยบายสำรวจและพัฒนาการผลิตถ่านหินภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดได้เพิ่มพื้นที่สำรวจถ่านหินแหล่งใหม่อีก 14 แห่ง ดังนี้

- 1) General Nakar, Quezon
- 2) Calatrava, Negros Occidental
- 3) Bayawan City, Negros Occidental
- 4) Siay, Zamboanga Sibugay
- 5) Gigaquit, Surigao Del Norte

- 6) Kitcharao, Surigao Del Norte
- 7) Cagwait-Marihatag, Surigao Del Sur
- 8) San Agustin-Lingam, Surigao Del Sur
- 9) Tandag-Tago, Surigao Del Sur
- 10) Bunawan, Agusan Del Sur
- 11) Tento, Agusan Del Sur
- 12) Tarragona, Davao Oriental
- 13) Davao City, Cebu
- 14) Naga, Cebu

3.6 น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ

แม้ฟิลิปปินส์จะมีการผลิตน้ำมันและก๊าซธรรมชาติอยู่บ้างในบริเวณนอกชายฝั่งทะเลของหมู่เกาะปาลาวันซูลูและด้านใต้ของประเทศ แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ทำให้ต้องนำเข้าน้ำมันสำเร็จรูปจากต่างประเทศกว่าร้อยละ 90 ของความต้องการใช้

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลฟิลิปปินส์มีโครงการ “Philippine Energy Contracting Round (PECR) 2006” เพื่อเพิ่มแหล่งสำรวจน้ำมันและก๊าซธรรมชาติอีก 9 แห่ง

- 1) Cagayan
- 2) Central Luzon
- 3) Mindoro-Cuyo, Block 1
- 4) Mindoro-Cuyo, Block 2
- 5) East Palawan, Block 1
- 6) East Palawan, Block 2
- 7) East Palawan, Block 3
- 8) Visayas
- 9) Agusan-Davao

4

รายงานตลาด (รายสินค้า) ที่น่าสนใจ ในตลาดฟิลิปปินส์



4.1 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

ผู้บริโภคฟิลิปปินส์มีรายได้ในการจับจ่ายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมมีเสถียรภาพ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาที่ผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารและเครื่องดื่มมีการเปลี่ยนแปลง โดยหันมาใส่ใจสุขภาพและมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น

ทั้งนี้ อัตราการเพิ่มขึ้นของการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มในปี 2561 (ตัวเลขคาดการณ์) มีรายละเอียดดังนี้

- การบริโภคอาหารต่อหัวประชากร เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5
- มูลค่ายอดขายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2
- มูลค่ายอดขายของเครื่องดื่ม เพิ่มขึ้นร้อยละ 8
- มูลค่ายอดขายร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3

ในระยะกลาง-ระยะยาวคาดว่าเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง-สูงในเมืองใหญ่ซึ่งมีร้านค้าปลีกสะดวกซื้อจำนวนมากหันมาใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น โดยร้านค้าปลีกสะดวกซื้อจะเป็นช่องทางให้กับประชาชนส่วนมากซึ่งยังมีรายได้ไม่มากนัก สามารถบริโภคราคาถูกลงได้

อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ฟิลิปปินส์เป็นตลาดสำหรับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจคือเรื่องโครงสร้างประชากร เนื่องจากฟิลิปปินส์มีประชากรหนุ่มสาวคิดเป็นกว่าร้อยละ 60 ซึ่งอยู่ในวัยทำงาน และชอบการสังสรรค์หรือรับประทานอาหารนอกบ้าน ทำให้เป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

ในปี 2561 คาดว่าจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น อุปสงค์ที่แข็งแกร่งของอาหารและเครื่องดื่มนำเข้า รวมทั้งเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวของฟิลิปปินส์จะทำให้อุตสาหกรรมเติบโตขึ้นอีก และฟิลิปปินส์ยังคงเป็นประเทศนำเข้าอาหารต่อไป โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หลักๆ ได้แก่ ข้าว กาแฟ กระเทียม ถั่ว ปศุสัตว์ และสัตว์ปีก แม้ว่าประเทศจะสามารถผลิตอาหารได้มากขึ้นก็ตาม แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศ

อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ฟิลิปปินส์ต้องนำเข้าอาหารและเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง มาจากปัญหาในภาคการเกษตรซึ่งทำให้ฟิลิปปินส์ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความมั่นคงทางอาหารได้ และทำให้ราคาอาหารในประเทศค่อนข้างสูง แม้การปฏิรูปทางการเกษตรอาจช่วยในการพึ่งพาตนเองทางด้านอาหารได้บ้าง แต่ก็คาดว่าฟิลิปปินส์ยังจะต้องนำเข้าอาหารต่อไป โดยในปี 2561 คาดว่าฟิลิปปินส์จะนำเข้าอาหารเป็นมูลค่ามากกว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ตลาดอาหารสำเร็จรูปในฟิลิปปินส์มีการเติบโตจากปีก่อนประมาณร้อยละ 5 เนื่องจากเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและใช้จ่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมาจากความพยายามของผู้ผลิตในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีนวัตกรรม รวมทั้งการส่งเสริมทางการตลาดโดยการลดราคา อีกทั้งการโฆษณาด้วยรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เป็นต้น

ปัจจุบันผู้ผลิตอาหารในฟิลิปปินส์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลายในการบริโภคอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนในเมือง โดยการออกรสชาติใหม่ บรรจุกฎเกณฑ์ที่เน้นความสะดวกและประโยชน์ด้านสุขภาพ เพราะชาวฟิลิปปินส์มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น อีกทั้งใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นด้วย

ทั้งนี้ สำหรับผู้ประกอบการในตลาดพบว่า บริษัทเนสท์เล่ ฟิลิปปินส์ ยังมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดสำหรับสินค้าอาหารสำเร็จรูปในปี 2557 โดยบริษัทฯ ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดต่างๆ

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นช่องทางสำคัญที่สุดสำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นครึ่งหนึ่งของการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปทั้งหมด โดยกลยุทธ์การขยายกิจการของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น SM Investments Corp, Puregold Price Club, Philippine Seven Corp เป็นต้น ทำให้ช่องทางดังกล่าวมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

มีข้อสังเกตว่าเศรษฐกิจฟิลิปปินส์เติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่การกระจายรายได้ยังไม่เท่าเทียม มีช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนมาก ทำให้สินค้าบางประเภทมีอัตราการขยายตัวน้อยกว่าที่ควรจะเป็น โดยสินค้าที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าระดับกลาง-สูง แต่กลุ่มสินค้าที่มีเป้าหมายลูกค้าเป็นตลาดใหญ่ เช่น ขนมปัง ข้าว เกลือ มีแนวโน้มหดตัวเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม มีการคาดการณ์ว่าในระยะยาวตลาดอาหารสำเร็จรูปของฟิลิปปินส์น่าจะเติบโตได้เฉลี่ยปีละร้อยละ 3 เนื่องจากผู้บริโภคชนชั้นกลางฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะมีกำลังซื้อมากขึ้นและมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ใช่สินค้าจำเป็นอย่างข้าวหรือขนมปัง เช่น ขนมขบเคี้ยว นมถั่วเหลือง น้ำมันมะกอก นมสด เป็นต้น ขยายตัวขึ้น อีกทั้งวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้นของฟิลิปปินส์และการขยายตัวของอุตสาหกรรม BPO ทำให้ผู้บริโภคในเมืองหันมาบริโภคอาหารกล่องสำเร็จรูปเนื่องจากมีเวลาทำอาหารน้อยลง

นอกจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่แล้ว บริษัทต่างๆ ยังพยายามวางตำแหน่งของตราสินค้าใหม่ โดยให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-life Balance) และชีวิตครอบครัวมากขึ้น เช่น ตรา Selecta, Lucky Me เป็นต้น มีข้อความในการโฆษณาเพื่อสนับสนุนให้ครอบครัวใช้เวลาด้วยกัน และวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของครอบครัว เนื่องจากวัฒนธรรมชาวฟิลิปปินส์เป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับครอบครัวมาก การจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวจึงได้รับการตอบรับค่อนข้างดี และทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้น

เศรษฐกิจฟิลิปปินส์ทั้งในเมืองหลวงและเมืองอื่นๆ ทั่วประเทศที่ขยายตัวทำให้มีการจ้างงานมากขึ้น และทำให้คนมีเวลาทำอาหารและใช้เวลากับครอบครัวน้อยลง โดยเฉพาะผู้หญิงซึ่งมีแนวโน้มเข้าสู่ตลาดแรงงานมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต้องออกผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกับความต้องการของครอบครัวสมัยใหม่ที่มีชีวิตเร่งรีบ เช่น อาหารกล่องสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง ซีเรียลาอาหารเช้าสำหรับเด็ก เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสามารถประหยัดเวลาได้ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ อาทิ ประกอบอาหารได้เร็ว สามารถเข้าไมโครเวฟได้จึงเป็นที่ต้องการ



ปัจจัยเทคโนโลยีมีผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวฟิลิปปินส์เริ่มเปลี่ยนไปด้วยเช่นเดียวกัน โดยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและการออกไปเที่ยวต่างประเทศทำให้ชาวฟิลิปปินส์สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และใส่ใจในความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ยังชอบลองสินค้าใหม่ๆ ด้วย โดยเฉพาะสินค้าที่มีชื่อเสียง อาทิ ในกรณีของไอศกรีม Magnum ซึ่งวางตำแหน่งสินค้าไว้ในระดับสูง และได้รับความนิยม แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ ชอบลองสินค้าในระดับพรีเมียมมากขึ้น หรือในกรณีบริษัท Universal Robina Corp เปิดตัวขนมสำเร็จรูปรสชาติใหม่ๆ ได้แก่รส Lapaz bat choy ซึ่งเป็นรสอาหารดั้งเดิมของฟิลิปปินส์ และรสบาร์บีคิวหวานและเผ็ด เพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคที่ชอบลองของใหม่ๆ ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากเกาหลีหรือญี่ปุ่นด้วย การที่ผู้ผลิตเพิ่มความหลากหลายของตัวสินค้าในตลาดก็เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นและซื้อสินค้าเพื่อบริโภคมากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ บางบริษัทยังใช้ประโยชน์จากคุณภาพของส่วนผสมที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อทำให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดูดีขึ้น โดยมีการผสมวัตถุดิบของอาหาร เช่น เม็กซิกัน เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งเป็นที่นิยม ทุกรสชาติ ช็อกโกแลตยังเป็นรสชาติที่เป็นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในอาหารอย่างไอศกรีม เบเกอรี่และนม ในขณะที่อาหารฟิลิปปินส์ยังเป็นรสชาติที่ได้รับความนิยมในผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปมากที่สุด

สำหรับการส่งเสริมทางการตลาด ในสมัยก่อนผู้ประกอบการใช้การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น เพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์และสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีการใช้กลยุทธ์ราคา อาทิ การแถมสินค้าหรือส่วนลด เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งและสร้างอรรถประโยชน์ด้านราคา แต่ในปัจจุบัน นอกจากผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นร่วมกับกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ ที่ออกแบบให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ โดยตรงแล้ว ปัจจุบันมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าเป้าหมายโดยตรง โดยผู้บริโภคจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดทันที และยังมีกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์อีกด้วยกิจกรรมดังกล่าว เช่น สินค้าตรา Selecta จัดกิจกรรมให้ลูกค้าอัปโหลดรูปภาพเค้กไอศกรีมที่ทำเองลงในแฟนเพจ หรือตรา Snickers สร้างแฟนเพจในเว็บไซต์เฟซบุ๊กเพื่อใช้ในกิจกรรม “You’re Not You When You’re Hungry” รวมทั้งตรา Maggi ที่อัปโหลดวิดีโอ คนดัดทำอาหารในเฟซบุ๊กอีกด้วย ทั้งนี้ แม้แต่โฆษณาในโทรทัศน์ก็ยังมีข้อความให้ผู้บริโภคเข้าไปดูในแฟนเพจเฟซบุ๊กด้วยเช่นเดียวกัน

นอกจากโซเซียลมีเดีย กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนิยมนำมาใช้ ได้แก่ การสนับสนุนงาน/ นิทรรศการที่เกี่ยวกับสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์บริษัทที่รักสุขภาพตามกระแสสุขภาพของฟิลิปปินส์ รวมทั้งการเป็นผู้สนับสนุนหลัก การวิ่งหรือกิจกรรมเกี่ยวกับการกีฬาอื่นๆ เพื่อเป็นการต่อยอดภาพลักษณ์การเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเพื่อสุขภาพที่ดี ของชาวฟิลิปปินส์

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม

สินค้าอาหารและสินค้าเกษตรนำเข้าในฟิลิปปินส์ต้องปฏิบัติตามกฎหมายสุขภาพและสุขอนามัยของฟิลิปปินส์ ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้ามาในฟิลิปปินส์หากเป็นอันตรายต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ภายใต้กฎหมายสุขภาพและสุขอนามัย กระบวนการและระเบียบการนำเข้าของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมีความใกล้เคียงกับสากล โดยผู้นำเข้าเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายด้านสุขภาพและสุขอนามัย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเป็นผู้ตรวจสอบสินค้าและเอกสารเพื่ออนุมัติการนำเข้าสินค้าเข้ามาในฟิลิปปินส์ หากสินค้านำเข้าไม่ปฏิบัติตามกฎของฟิลิปปินส์ สินค้านั้นจะต้องถูกทำลายหรือกำจัด

ฉลาก

ข้อมูลต่อไปนี้ต้องระบุในฉลากของผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้า

1. ชื่ออาหาร
2. รายชื่อส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (เรียงลำดับจากสัดส่วนมากไปน้อย) รวมถึงสารปรุงแต่งและผงชูรสที่ใช้ในอาหาร
3. ปริมาณสุทธิและน้ำหนัก
4. ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้บรรจุ รวมถึงประเทศที่ผลิต และชื่อและที่อยู่ของผู้กระจายสินค้า/ ผู้นำเข้าชาวฟิลิปปินส์
5. Lot Identification

การจดทะเบียนของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปทั้งหมดที่วางขายในตลาดฟิลิปปินส์ต้องจดทะเบียนกับสำนักอาหารและยา (Bureau of Food and Drugs) โดยผู้ที่มาจดทะเบียนผลิตภัณฑ์นำเข้าต้องเป็นชาวฟิลิปปินส์เท่านั้น ผู้ส่งออกอาจต้องเตรียมเอกสารบางอย่าง เช่นเดียวกัน อาทิ ตัวอย่างสินค้า ทั้งนี้ การจดทะเบียนของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ประเภท 1 ได้แก่ เบเกอรี่ เครื่องดื่มที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ ลูกอมและของหวาน โกโก้ กาแฟ ชา ครีมเทียม ซอสปรุงรส เกลาติน ผลิตภัณฑ์นม แป้ง ผลิตภัณฑ์จากปลาและอาหารทะเล ผักและผลไม้ เนื้อสัตว์ พาสต้า ถั่วแระ ผลิตภัณฑ์จากถั่ว น้ำมัน ขนมอบเคี้ยวและซีเรียล น้ำตาล

ประเภท 2 ได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาหารเสริม เช่น ชาสมุนไพร น้ำเปล่าบรรจุขวด อาหารสำหรับเด็กอ่อนและเด็ก อาหารที่ผ่านกระบวนการพันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพ และอาหารท้องถิ่นที่มีส่วนผสมเฉพาะและหายากในฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ การขออนุญาตสำหรับการนำเข้าควรดำเนินการโดยผู้นำเข้าชาวฟิลิปปินส์ ผลิตภัณฑ์ที่มีใบอนุญาตการจดทะเบียนอย่างถูกต้องเท่านั้นจึงจะได้รับอนุญาตให้จำหน่ายแบบปลีกในฟิลิปปินส์

เอกสารที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนนำเข้าในแต่ละประเภท มีดังนี้

ประเภทที่ 1

- จดหมายขอยื่นจดทะเบียนสำหรับผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า
- Affidavit of Undertaking
- รายชื่อผลิตภัณฑ์แยกตามประเภท สำเนา 3 ชุด
- ใบอนุญาตดำเนินการของผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า (ออกโดย BFAD) พร้อมรายชื่อซัพพลายเออร์และแหล่งนำเข้าสินค้า
- สำเนา Sales Invoice
- ตัวอย่างของแต่ละผลิตภัณฑ์และสำเนาของฉลากที่เป็นไปตามกฎระเบียบของ Codex และ BFAD ทั้งนี้ อาจสามารถส่งรูปสี่ของแต่ละผลิตภัณฑ์ และสติกเกอร์ที่ระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าต้องติดอยู่บนตัวผลิตภัณฑ์ หากไม่ได้มีการพิมพ์ข้อมูลนั้นบนฉลาก
- ค่าจดทะเบียน 200 เปโซต่อผลิตภัณฑ์

ประเภทที่ 2

- จดหมายขอยื่นจดทะเบียนจากผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า
- ใบอนุญาตดำเนินการของผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า (ออกโดย BFAD)
- ข้อมูลของผลิตภัณฑ์
- รายละเอียดของส่วนประกอบไล่จากมากไปน้อย รวมถึงสารเติมแต่ง
- ตัวอย่างสินค้าเพื่อการวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ
- ฉลากที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์
- รายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาที่สามารถเก็บผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่เน่าเสีย รวมถึงวิธีการเก็บ
- คำอธิบายโดยย่อและแผนผังของกระบวนการผลิต
- ใบรับรองการวิเคราะห์ รวมถึงวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ รวมถึงหลักฐานอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการขอใบอนุญาต
- ค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบตั้งแต่ 250-1,000 เปโซต่อผลิตภัณฑ์บวกค่าวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ

การทดสอบในห้องปฏิบัติการจาก BFAD เป็นข้อบังคับหนึ่ง เพื่อกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และต้นทุนในการตรวจสอบในห้องปฏิบัติการจะจัดเก็บจากผู้นำเข้า

ใบรับรองการจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ (CPR) ที่ออกโดย BFAD จะมีอายุ 1 ปี และการต่อใบอนุญาตจะมีผล 5 ปีและเสียค่าธรรมเนียมในการต่อใบอนุญาต 5,000 เปโซ

นอกจากนี้ ผู้ส่งออกควรตระหนักว่าผู้นำเข้าฟิลิปปินส์ต้องมีใบอนุญาตการดำเนินการ (LTO) ที่ออกโดย BFAD จึงจะสามารถดำเนินการขออนุญาตจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งใบอนุญาตนี้จะมีรายชื่อของซัพพลายเออร์สินค้าด้วย ดังนั้น ผู้นำเข้าอาจจำเป็นต้องขอข้อมูลเหล่านี้จากผู้ส่งออก

- สัญญาตัวแทนจัดจำหน่ายในต่างประเทศที่รับรองโดยกงสุลฟิลิปปินส์ในประเทศนั้นๆ
- ใบรับรองการผลิตของผู้ส่งออกซึ่งออกโดยหน่วยงานด้านสาธารณสุขของประเทศที่ผลิตสินค้า และรับรองโดยกงสุลฟิลิปปินส์

BFAD ยังออกกฎระเบียบเพิ่มเติมให้ผู้นำเข้าขอใบหนังสือรับรองการจำหน่าย (CFS) จากหน่วยงานของประเทศส่งออกด้วย

ทั้งนี้ ต้นทุนของใบอนุญาตการค้า (LTO) คือ 4,000 เปโซ และการต่อใบอนุญาตใหม่ (มีอายุ 2 ปี) มีค่าธรรมเนียม 8,000 เปโซ

หากมีข้อสงสัยหรือต้องการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ผู้ส่งออกสามารถเข้าเว็บไซต์ของ BFAD ได้ที่ <http://www.bfad.gov.ph/default.cfm>

สำหรับอัตราภาษีนำเข้าสินค้านั้น สินค้าอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ของไทยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ตามข้อตกลง ASEAN-CEPT ยกเว้นสินค้าอ่อนไหวบางอย่าง เช่น ข้าวและน้ำตาล

สินค้าอาหารและเครื่องดื่มไทยในฟิลิปปินส์

ซูเปอร์มาร์เก็ตในฟิลิปปินส์จำนวนมากมีผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากไทยวางจำหน่ายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะนม น้ำผลไม้ ผงปรุงรส ซอสปรุงรส ขนมขบเคี้ยว น้ำพริก เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง-บนเป็นหลัก แต่บางผลิตภัณฑ์มีการเจาะตลาดไปยังลูกค้าทั่วๆ ไป และยังมีมีการปรับบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็ก เพื่อให้ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำสามารถซื้อได้ด้วย

ทั้งนี้ เราสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าอาหารไทยในฟิลิปปินส์ได้ ดังนี้

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีความแข็งแกร่งและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารที่มากที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 2. รัฐบาลไทยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหาร ในการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ 3. ชาวไทยเป็นผู้ที่มีความพิถีพิถันเรื่องอาหาร ทำให้มีความหลากหลายของอาหารและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลให้อาหารไทยมีคุณภาพเป็นแนวหน้าของโลก 4. อาหารไทยบางชนิดมีคุณสมบัติประโยชน์ต่อสุขภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อุตสาหกรรมอาหารของไทยยังเป็นอุตสาหกรรมที่กระจาย (Fragmented Industry) คือมีบริษัทขนาดเล็กในอุตสาหกรรมจำนวนมาก ส่งผลให้เป็นข้อจำกัดต่อการพัฒนานวัตกรรมและมีการใช้ทรัพยากรที่ทับซ้อนกัน 2. อุตสาหกรรมบริการเกษตรของไทย ยังไม่มีนวัตกรรมที่ก้าวหน้ามากนัก นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเชิงระบบซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเพื่อการส่งออกในอนาคตได้ 3. ต้นทุนการผลิตสินค้าอาหารไทยค่อนข้างสูง เนื่องจากต้นทุนแรงงานและต้นทุนโลจิสติกส์ภายในประเทศ



โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<p>1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 (ยกเว้นสินค้าบางรายการเช่นข้าวและน้ำตาล) เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาคที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีร้อยละ 3-40</p> <p>2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและให้สรรพประโยชน์ รวมถึงเริ่มมีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะ อาทิ สมุนไพร</p> <p>3. ชาวฟิลิปปินส์มีนิสัยชอบรับประทานและลองของใหม่ๆ และยังมีรสนิยมเกี่ยวกับอาหารที่ใกล้เคียงกับคนไทย (ยกเว้นไม่ชอบทานรสเผ็ด)</p> <p>4. การพัฒนาของเครือข่ายค้าปลีกภายในประเทศ อาจทำให้มีโอกาสในการกระจายสินค้าสำหรับผู้ผลิตภายในประเทศมากยิ่งขึ้น</p>	<p>1. ผู้บริโภคฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ยังคงใช้ราคาเป็นปัจจัยหลักในการเลือก</p> <p>2. บริษัทขนาดใหญ่ฟิลิปปินส์มีเงินทุนมากและครอบครองตลาดมาเป็นเวลานาน ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเจาะตลาดได้ค่อนข้างยาก</p> <p>3. คู่แข่งในตลาดมีเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขัน</p> <p>4. การพัฒนาของร้านค้าปลีกที่ค่อนข้างช้าในต่างจังหวัด ทำให้การเติบโตของยอดขายยังเป็นไปได้อย่างจำกัด</p>

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง ทำให้เราสามารถสรุปกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบและส่วนผสมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด นอกจากนี้ อาจเพิ่มการใส่สมุนไพรเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม สำหรับบรรจุภัณฑ์นั้น อาจปรับเปลี่ยนให้เป็นขนาดเล็กเพื่อให้ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ปานกลาง-ต่ำ มีกำลังซื้อเพียงพอ แต่ถ้าหากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือตลาดระดับพรีเมียม ควรทำบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดลูกค้ากลุ่มดังกล่าวด้วย
ราคา (Price)	หากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลางโดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไปเพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับสรรพประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ หากต้องการให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคทุกๆ กลุ่ม ผู้ประกอบการควรจำหน่ายราคาต่ำในปริมาณน้อยแทน

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้ติดต่อกับเครือข่ายห้างค้าปลีกและร้านค้าเหล่านี้เอง สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้านั้นสามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การติดต่อกับผู้นำเข้าที่อยู่ในรายชื่อผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ตามที่แนบหลังรายงานนี้ หรือสามารถเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ MAFBEX, WOFEX, Asia Food Expo และ IFEX ที่จัดงานทุกปี และเป็นงานระดับนานาชาติ มีผู้นำเข้าและผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อกับสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรงในการจัดหาผู้นำเข้า และขอแนะนำด้านตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต แฟนเพจในเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์ ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก นอกจากนี้ ยังสามารถจัดกิจกรรมทางการตลาดตามห้างสรรพสินค้าเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทหรือสร้างความภักดีต่อตราสินค้าได้อีกทางหนึ่ง แต่หากผู้ประกอบการมีงบประมาณเพียงพอก็สามารถประชาสัมพันธ์โฆษณาผ่านสื่อแบบดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ได้

4.2 ภาวะตลาดสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง (Personal Lifestyle)

ข้อมูลทั่วไป

ในปี 2560 สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลตนเองมีการขยายตัวร้อยละ 4.9 โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลผม ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก แต่ยอดขายก็ยังมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคระดับชนชั้นกลางเริ่มซื้อผลิตภัณฑ์ความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียง รวมถึงมีความพิถีพิถันเกี่ยวกับเรื่องความงามมากขึ้น อาทิ เลือกซื้อครีมนวดผม เพิ่มจากการซื้อยาสระผมปกติ ในขณะที่กลุ่มนักเรียนและวัยรุ่นยังเลือกซื้อตราสินค้าที่มีราคาถูก แต่ก็เริ่มมีการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทดูแลผิวหนังหรือเครื่องสำอางสำหรับแต่งหน้าแล้วเช่นเดียวกัน อันแสดงให้เห็นว่าธุรกิจเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองในฟิลิปปินส์เป็นธุรกิจหนึ่งที่มีศักยภาพในประเทศนี้ โดยยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองในปี 2560 อยู่ที่ 171,201.3 ล้านเปโซ

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยังคงให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและรูปลักษณ์ภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งทำให้ชาวฟิลิปปินส์ใช้จ่ายกับผลิตภัณฑ์ด้านความงามและผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลตนเอง นิยามของคำว่า “งาม” ของชาวฟิลิปปินส์เปลี่ยนไป

ตามกาลเวลา แต่ยังคงให้ความสำคัญกับผิวขาวและหน้าที่ไม่มีริ้วรอยเป็นหลัก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ชาวฟิลิปปินส์นิยมใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและการดูแลตนเอง ควบคู่กับการใช้วิตามินและอาหารเสริมซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผิว นอกจากนี้ ผู้บริโภคในปัจจุบัน ยังมีความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับวัตถุดิบจากธรรมชาติที่บำรุงผิว เช่น มะละกอ ชะเอมเทศ กลูตาไทโอน คาลามันซี (มะนาวขนาดเล็ก) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม คำว่าผิวสวยของชาวฟิลิปปินส์ไม่ได้หมายถึงการมีผิวขาวเท่านั้น แต่ยังคงต้องมีผิวที่อมชมพูด้วย

ค่านิยมดังกล่าวมีผลมาจากอิทธิพลของประเทศตะวันตก ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของชาวฟิลิปปินส์เกี่ยวกับความงาม และทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทไวท์เทนนิ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวค่อนข้างมาก โดยมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์แบบใหม่ มากมายในตลาด นอกจากนี้ ผู้ผลิตรายใหญ่ยังทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

การประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์ส่งเสริมทางการตลาด

การโฆษณาส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์การดูแลตนเอง ส่วนใหญ่ยังใช้สื่อโทรทัศน์เป็นหลัก เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้จำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีการใช้คนดังและศิลปินดาราคือดั่งเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ตราสินค้าอีกด้วย เนื่องจากศิลปินดารานี้มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้สินค้าค่อนข้างมาก

อย่างไรก็ดี โซเชียลมีเดียเริ่มเข้ามามีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้น เพราะอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตราสินค้าตั้งแต่ระดับล่างถึงบนเริ่มใช้โซเชียลมีเดียในการเข้าถึงลูกค้า ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ เฟซบุ๊ก ซึ่งมีการสร้างแฟนเพจของตราสินค้ายี่ห้อต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตราสินค้านานาชาติ เช่น Palmolive, Ever Bilena, Olay, Pond's, Sunsilk เป็นต้น แฟนเพจเหล่านี้มีผู้ติดตามหลายแสนคน และเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่รวมถึงการจัดกิจกรรม เช่น การประกวด การแข่งขัน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางโซเชียลมีเดียนี้ถือเป็นช่องทางที่มีประโยชน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เนื่องจากใช้งบประมาณการลงพุงค่อนข้างต่ำ และเหมาะกับการทำตลาดแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

ค่านิยมของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคา

ผู้บริโภคในฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสุขอนามัยและความงามมากขึ้น แต่รายได้ที่ใช้จ่ายได้ของชาวฟิลิปปินส์ที่ยังไม่มากนักทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์บริโภคสินค้าราคาถูกมากกว่า ดังนั้นแม้ชาวฟิลิปปินส์จะเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพอยู่บ้าง แต่ราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตราสินค้าส่วนใหญ่ยังคงใช้บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย สบู่ ยาสีฟัน ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ อยู่ที่ประมาณ 5-20 เปโซ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีกำลังเพียงพอที่จะซื้อได้

นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังคงเลือกที่จะใช้กลยุทธ์ไม่ขึ้นราคาเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาด รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด มักเกี่ยวข้องกับการลดราคาเป็นหลัก จึงไม่น่าแปลกใจว่ายอดขายของตราสินค้าในระดับพรีเมียมมีส่วนแบ่งตลาดไม่ถึงร้อยละ 5 ในฟิลิปปินส์

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันมีผู้บริโภคที่เป็นชนชั้นกลางมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคเหล่านี้ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ความงาม และเริ่มซื้อสินค้าโดยใช้คุณภาพเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ จึงทำให้ตราสินค้าระดับกลาง-บนจะมียอดขายที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ทั้งนี้ ไทยมีส่วนแบ่งตลาดในฟิลิปปินส์เป็นอันดับ 1 ในหลายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม ผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ ซึ่งล้วนมีส่วนแบ่งมากกว่าร้อยละ 30 ในตลาดทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจตลาดพบว่าสินค้าของตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงจากตะวันตกนั้น มีฐานการผลิตในประเทศไทย จึงทำให้มีการนำเข้าจากไทยค่อนข้างมาก แต่ยังไม่พบสินค้าที่เป็นตรายี่ห้อของไทยเองในตลาดมากนัก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าดังกล่าว แต่ยังคงขาดการเพิ่มมูลค่าโดยการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ

กฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง

1. เอกสารในการนำเข้า-ส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง

สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองสามารถดำเนินการส่งออกไปฟิลิปปินส์ได้เสรี ไม่มีข้อจำกัดการนำเข้า ในส่วนของเอกสารการส่งออก สินค้าในกลุ่มนี้เป็นไปตามหลักสากล กล่าวคือ มี Commercial Invoice, Packing List, Pro-forma Invoice, Insurance certificate และ Certificate origin แต่ผู้ส่งออกสินค้านี้ไปฟิลิปปินส์ต้องปฏิบัติตามระเบียบขององค์การอาหารและยาของฟิลิปปินส์ (Food and Drug Administration: FDA) โดยมีเอกสารที่ผู้ส่งออกต้องส่งให้ผู้นำเข้าเพื่อขออนุญาตนำเข้าสินค้านี้ดังต่อไปนี้

1. หนังสือรับรอง การจดทะเบียนผลิตภัณฑ์จากคณะกรรมการอาหารและยา
2. Certificate of Free Sale จากประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิดสินค้า
3. หนังสือสัญญาซื้อ ขาย ระหว่างผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าฟิลิปปินส์ พร้อมรายการสินค้า
4. หนังสือรับรอง Production Flow หรือ Production Procedure ของผู้ผลิต/ ผู้ส่งออก

ทั้งนี้ สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากไทยต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form D) จึงจะได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีตามข้อตกลง CEPT

2. ฉลาก

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองในฟิลิปปินส์ต้องระบุข้อมูลดังต่อไปนี้บนฉลาก โดยฉลากต้องเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาฟิลิปปินส์ (Filipino) เท่านั้น

1. ชื่อผลิตภัณฑ์
2. ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า
3. ปริมาณ
4. เลขที่ทะเบียน
5. ส่วนประกอบที่อาจทำให้เกิดผลข้างเคียงต่อผู้ใช้และคำเตือน
6. วิธีการใช้

สำหรับอัตราภาษีนำเข้าชิ้นนี้ สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองส่วนใหญ่ของไทยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ตามข้อตกลง ASEAN-CEPT ทั้งนี้ จากข้อมูลข้างต้นเราจึงสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง (SWOT) ของสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองของไทยในฟิลิปปินส์ได้ดังแผนภูมิ

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ไทยไม่ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองจากต่างประเทศ เนื่องจากสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ภายในประเทศ 2. ประเทศไทยมีกำลังและความสามารถในการผลิตสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองได้จำนวนมาก 3. เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งทางด้านรูปลักษณ์และกลิ่น นอกจากนี้ ยังมีชื่อเสียงไปทั่วโลก ทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องจักรและกระบวนการการผลิตของไทยยังไม่ทันสมัยเทียบเท่ากับต่างประเทศ 2. การวิจัยและพัฒนาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองของไทยยังค่อนข้างน้อย 3. ต้นทุนแรงงานของไทยยังค่อนข้างสูงหากเทียบกับต่างประเทศ
โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาคที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีร้อยละ 7-10 2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและให้อรรถประโยชน์ รวมถึงเริ่มมีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะ อาทิ สมุนไพร มากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงใช้ราคาเป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง ทำให้เกิดสงครามราคาภายในตลาด 2. บริษัทขนาดใหญ่มีเงินทุนมากและครอบครองตลาดมาเป็นเวลานาน ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่สามารถเจาะตลาดได้ค่อนข้างยาก

ทั้งนี้ สามารถสรุปกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ ในตลาดฟิลิปปินส์ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบและส่วนผสมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด นอกจากนี้ อาจเพิ่มการใช้สมุนไพรเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม สำหรับบรรจุภัณฑ์นั้นอาจปรับเปลี่ยนให้เป็นแบบใช้ครั้งเดียวหรือเป็นแบบซองขนาดเล็ก เพื่อให้ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ปานกลาง-ต่ำ สามารถหาซื้อได้ แต่ถ้าหากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือตลาดระดับพรีเมียม ควรทำบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดลูกค้ากลุ่มดังกล่าวด้วย

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ราคา (Price)	หากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลาง โดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไป เพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับอรรถประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านขายสินค้าเกี่ยวกับความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง นอกจากนี้ ยังมีการขายตรงด้วย โดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้ติดต่อกับเครือข่ายห้างค้าปลีกและร้านค้าเหล่านี้เอง สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้านั้น สามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การติดต่อกับผู้นำเข้าที่อยู่ในรายชื่อผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ตามที่แนบหลังรายงานนี้ หรือสามารถเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงสินค้าประเภทความงามอย่าง PhilBeauty ที่จัดงานทุกปี และเป็นงานระดับนานาชาติ มีผู้นำเข้าและผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อกับสำนักส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรง ในการจัดหาผู้นำเข้าและขอแนะนำด้านตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง สามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต แพนเพจในเฟซบุ๊ก หรือวิดีโอ ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก นอกจากนี้ ยังสามารถจัดกิจกรรมทางการตลาดตามห้างสรรพสินค้า เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทหรือสร้างความภักดีต่อตราสินค้าได้อีกทางหนึ่ง

4.3 ภาวะตลาดสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไปและสภาพตลาด

อุตสาหกรรมยานยนต์ในฟิลิปปินส์เป็นอุตสาหกรรมที่บริษัทต่างชาติมีบทบาทเป็นส่วนใหญ่โดยเฉพาะญี่ปุ่น เช่น Toyota Motor Phils. Corp. (TMPC), Mitsubishi Motor Phils. Corp. (MMPC), Honda Cars Phils., Inc. (HCPI) เป็นต้น บริษัทข้ามชาติเหล่านี้ใช้ฟิลิปปินส์เป็นฐานในการประกอบชิ้นส่วนหรือการผลิตทั้งคัน เนื่องจากต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก ทั้งนี้ บริษัทเหล่านี้มุ่งเน้นการขายตลาดภายในประเทศเป็นหลัก เพราะอัตราการเป็นเจ้าของรถยนต์ค่อนข้างต่ำอยู่ ทำให้มีโอกาสที่ตลาดในอนาคตจะเติบโตได้มาก

การบริโภคของภาคเอกชนเป็นปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเงินโอนของแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานอยู่ในต่างประเทศเป็นตัวผลักดันเศรษฐกิจสำคัญ นอกจากนี้ ตลาดรถระดับพรีเมียมก็มีอัตราการขยายตัวมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

ยอดขายรถยนต์ของฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.9 ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 ขณะที่ยอดการผลิตในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.1 ในช่วงเวลาเดียวกัน ในแง่ของยอดขายรถยนต์มีเพียงฟิลิปปินส์ เมียนมา และไทยที่เติบโตเป็นเลข 2 หลัก ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 ทั้งนี้ ยอดขายรถยนต์ในภูมิภาครวมอยู่ที่ 2.44 ล้านคัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 จากช่วงเดียวกันปี 2559 อยู่ที่ 2.31 ล้านคัน ในขณะที่เดียวกันยอดการผลิตรถยนต์ภายในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นจาก 86,244 คัน เป็น 112,171 คัน มี 3 ประเทศคือ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเมียนมา ที่มียอดการผลิตรถยนต์ภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดโดยเมื่อเทียบกับการผลิตในปี 2559 ทั้งนี้ โดยรวมในภูมิภาคการผลิตรถยนต์ชะลอตัวจากปี 2559 ร้อยละ 0.9 และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ

ส่วนหนึ่งของงบประมาณสำหรับโครงการ CARS ได้ถูกแบ่งออกมาเพื่อสนับสนุนด้านรถสาธารณะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ รัฐบาลยังพยายามจะปรับปรุงรถจักรยานยนต์กว่า 2 แสนคันทั่วประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพยายามจัดการระบบขนส่งที่ปลอดภัยสำหรับผู้โดยสารและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมลพิษทางอากาศ

ASEAN AUTOMOTIVE FEDERATION															
SALES : JANUARY - SEPTEMBER 2017															
Page 1 of 2															
1. MOTOR VEHICLES															
Country	Month	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec	YTD Sep	
Brunei	2017	882	920	968	815	1,158	1,326	1,044	887	788					8,799
	2016	973	890	1,027	851	1,125	1,459	1,061	1,879	920					9,447
	Y-O-Y	-9.5%	3.4%	-5.6%	-14.3%	2.3%	-5.7%	-1.6%	-17.8%	-19.5%					-7.2%
Indonesia	2017	86,250	95,179	102,327	89,588	95,739	66,289	80,594	97,299	87,648					869,752
	2016	85,285	88,278	94,595	84,179	88,817	91,488	91,891	96,282	93,241					789,841
	Y-O-Y	1.5%	7.9%	8.8%	6.7%	5.9%	-27.4%	-12.8%	1.6%	-5.3%					10.2%
Malaysia	2017	44,687	43,455	53,718	42,745	50,800	59,271	48,531	51,728	49,981					429,171
	2016	44,589	37,874	48,752	42,232	44,668	57,362	42,483	52,219	48,123					418,277
	Y-O-Y	0.2%	12.4%	10.2%	1.3%	13.3%	-12.4%	14.2%	-1.6%	14.9%					1.8%
Myanmar	2017	493	426	597	382	842	834	699	796	778					5,369
	2016	294	347	387	299	360	294	344	422	454					3,262
	Y-O-Y	70.2%	25.6%	65.1%	64.5%	68.2%	210.8%	76.7%	87.2%	70.9%					62.9%
Philippines	2017	38,425	27,840	36,961	29,538	35,493	37,637	36,951	35,309	34,445					302,869
	2016	29,888	25,150	27,811	27,891	30,317	32,992	29,987	32,472	31,451					261,379
	Y-O-Y	27.8%	7.2%	32.9%	4.8%	17.2%	14.1%	23.2%	8.7%	9.9%					15.9%
Singapore	2017	8,866	7,491	10,593	7,273	10,919	10,386	10,077	10,412	7,868					80,226
	2016	8,871	6,984	9,772	9,688	10,319	10,198	8,989	9,102	9,779					83,664
	Y-O-Y	-0.6%	7.3%	8.4%	-18.6%	1.3%	1.8%	12.1%	14.4%	-19.3%					0.7%
Thailand	2017	57,254	68,426	84,801	68,327	66,425	65,728	65,178	67,965	77,582					620,178
	2016	51,821	67,023	72,642	54,588	65,023	65,045	69,026	63,619	83,841					586,523
	Y-O-Y	10.5%	18.9%	16.7%	25.7%	1.9%	0.7%	7.2%	6.8%	-21.9%					11.9%
Vietnam	2017	18,618	17,136	22,793	21,242	37,402	22,795	19,341	26,748	13,257					184,811
	2016	21,879	11,168	23,182	22,273	27,023	21,861	24,393	26,967	24,130					192,822
	Y-O-Y	-10.4%	53.6%	-1.4%	-7.1%	-3.2%	4.1%	-21.3%	0.9%	-39.2%					-6.2%
TOTAL	2017	248,483	269,892	312,483	255,152	280,496	299,182	287,118	299,085	269,378					2,438,271
	2016	237,282	227,714	277,387	243,249	283,890	289,362	229,962	276,782	271,011					2,408,699
	Y-O-Y	4.7%	12.8%	12.8%	4.9%	6.2%	-7.9%	16.2%	3.4%	-18.9%					9.9%

ASEAN AUTOMOTIVE FEDERATION															
PRODUCTION : JANUARY - SEPTEMBER 2017															
Page 2 of 2															
1. MOTOR VEHICLES															
Country	Month	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec	YTD Sep	
Indonesia	2017	98,663	106,429	111,341	101,923	106,818	73,332	95,587	112,297	99,994					992,422
	2016	91,658	91,535	102,567	104,412	105,957	109,512	88,367	105,582	101,371					876,799
	Y-O-Y	8.4%	16.2%	8.6%	-2.4%	-9.1%	-36.8%	39.8%	4.5%	-7.4%					13.2%
Malaysia	2017	48,838	42,127	49,359	37,696	47,474	32,179	43,962	43,888	38,278					383,171
	2016	48,851	35,130	42,816	44,794	47,822	49,628	38,287	43,432	41,463					388,983
	Y-O-Y	-2.4%	22.8%	3.2%	-15.9%	-8.8%	-21.4%	12.4%	0.5%	-7.8%					-1.5%
Myanmar	2017	114	107	148	200	244	416	478	593	638					3,264
	2016	94	76	107	48	57	82	131	114	51					708
	Y-O-Y	21.2%	119.7%	225.2%	316.7%	303.9%	407.3%	264.9%	390.4%	1151.8%					329.9%
Philippines	2017	10,968	11,680	13,542	11,182	13,798	12,903	13,781	12,385	12,439					112,171
	2016	8,826	8,792	7,690	8,623	10,267	10,648	9,491	10,765	10,921					80,244
	Y-O-Y	24.2%	32.9%	78.4%	28.8%	33.1%	14.2%	45.6%	15.1%	13.8%					39.1%
Thailand	2017	152,281	154,496	178,788	126,423	169,485	175,443	198,091	177,415	199,272					1,477,744
	2016	147,651	169,432	192,811	198,237	188,394	179,879	193,909	194,397	179,269					1,478,738
	Y-O-Y	3.1%	-7.2%	-7.3%	-12.3%	6.7%	-2.9%	3.3%	13.5%	9.9%					0.1%
Vietnam	2017	13,446	14,299	19,480	17,917	17,388	16,789	16,199	15,291	14,657					148,809
	2016	16,196	10,676	20,551	21,291	20,753	18,954	21,548	14,421	20,899					175,156
	Y-O-Y	-18.2%	34.6%	-4.3%	-15.9%	-13.2%	-11.7%	-25.6%	-21.2%	-29.9%					-16.2%
TOTAL	2017	227,602	229,249	272,646	208,249	224,675	219,424	224,024	219,612	204,295					2,223,791
	2016	216,449	212,623	271,374	217,215	203,196	206,799	202,574	205,612	207,344					2,207,860
	Y-O-Y	3.4%	5.6%	6.4%	-8.8%	9.9%	-12.8%	12.8%	7.1%	-2.4%					8.9%

เมื่อพิจารณาตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ตลาดรถยนต์ฟิลิปปินส์มีความแตกต่างกับตลาดอื่น เนื่องจากตลาดยานยนต์ยังคงจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่กว่า 2 ใน 3 ซึ่งทำให้ผู้ผลิตรถยนต์เพื่อการพาณิชย์เป็นผู้ครอบครองตลาดนี้ และเนื่องจากฟิลิปปินส์ยังไม่สามารถผลิตยานพาหนะประเภทดังกล่าวได้เองจึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งนี้ รถที่ค่อนข้างเป็นที่นิยมได้แก่รถเพื่อการพาณิชย์ขนาดเล็ก เนื่องจากสามารถใช้ได้เป็นทั้งยานพาหนะสำหรับครอบครัว และเครื่องมือในการทำธุรกิจ

ตลาดรถยนต์ขนาดเล็กมีแนวโน้มจะมีผู้ซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานที่มีอายุน้อย ส่วนรถยนต์ประเภท SUV และรถยนต์เชิงพาณิชย์ขนาดเล็กก็มีแนวโน้มที่ดีเช่นกัน โดยผู้บริโภคนจำนวนมาก มองเห็นความจำเป็นสำหรับการซื้อ SUV มากขึ้น หรือรถยนต์ที่มีความสูงมากกว่าเดิมเพื่อการใช้งานในสภาวะน้ำท่วม ประกอบกับปัจจัยบวกอื่น ๆ ได้แก่ ราคาน้ำมันที่ลดลง ผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลาย ราคารถยนต์ที่ต่ำลง และสมรรถนะของรถที่สูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคต้องการซื้อรถเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้านผู้ผลิตรถยนต์ท้องถิ่นอย่างเช่นโตโยต้าฟิลิปปินส์ ได้มีการเพิ่มทุนการผลิตแล้วเพื่อตอบสนองต่อนโยบายสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ของรัฐบาล ทั้งนี้ โตโยต้าฟิลิปปินส์ได้ลงทุนกว่า 700 ล้านดอลลาร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของโรงงานในจังหวัด Laguna โดยในปัจจุบันโตโยต้าเป็นผู้นำตลาดรถยนต์ มีส่วนแบ่งตลาดกว่าร้อยละ 44.5 และคาดว่านโยบายใหม่ของภาครัฐจะทำให้อุตสาหกรรมมีความยั่งยืนและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันมากขึ้น

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ในฟิลิปปินส์รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานของฟิลิปปินส์อย่างถนนที่มีสภาพไม่ดีนัก ทำให้เครื่องยนต์สึกหรอได้ง่ายตาม นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังไม่มีห่วงโซ่อุปทานที่แข็งแกร่งเท่ากับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะในเรื่องของวัตถุดิบและชิ้นส่วนในการผลิตที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศได้อย่างเพียงพอ จึงนับเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้ามาบุกตลาดที่มีศักยภาพสูงแห่งนี้ได้

สินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในฟิลิปปินส์

1. เพลาลูกเบี้ยวและเพลาช้อเหวี่ยง สำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายใน
2. เกียร์และระบบเกียร์ ยกเว้นเฟือง
3. กระจุกเกียร์หรืออุปกรณ์เปลี่ยนความเร็ว
4. ระบบสายไฟที่ใช้กับยานพาหนะ
5. ส่วนประกอบและชิ้นส่วนของคลัตช์
6. ยางรถยนต์และส่วนประกอบ
7. ส่วนประกอบอื่นๆ ของรถยนต์
8. หม้อน้ำ
9. ระบบดักเสียงและท่อไอเสีย
10. ยางเรเดียล และระบบนิวมแมติก
11. ยางอื่นๆ และระบบนิวมแมติกที่ใช้กับรถบัสและรถขนาดใหญ่
12. อุปกรณ์กรองอากาศสำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายใน
13. เครื่องรับวิทยุ
14. อุปกรณ์ไฟและให้สัญญาณสำหรับรถยนต์

ไทยมีศักยภาพในการส่งออกสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์มายังฟิลิปปินส์ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะสินค้าประเภทลวดและเคเบิล และส่วนประกอบของยานยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 10 ทั้งยังมีแนวโน้มการเข้าสู่ตลาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ คู่แข่งสำคัญของไทยโดยเฉพาะสินค้าประเภทชิ้นส่วนยานยนต์และชิ้นส่วนจักรยานยนต์คือ อินโดนีเซียและจีน โดยเฉพาะอินโดนีเซียซึ่งกำลังมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในสินค้าหลายประเภท ในขณะที่จีนมุ่งเน้นขายสินค้าโดยใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขันเป็นหลัก

ช่องทางการกระจายสินค้า

ช่องทางการกระจายสินค้าสำหรับสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์สามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวทางหลัก คือ การจำหน่ายสินค้าให้กับโรงงานผลิต และการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้าที่จำหน่ายให้กับลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนอะไหล่ โดยช่องทางการกระจายสินค้าแสดงในแผนภูมิ



จากแผนภูมิ ทั้งผู้ผลิตและผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จะเป็นผู้ส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบรถยนต์ในฟิลิปปินส์ เนื่องจากฟิลิปปินส์ยังผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ได้ไม่มากนัก จึงต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศรวมถึงประเทศไทยด้วย ซึ่งเมื่อได้ชิ้นส่วนมาแล้ว ผู้ประกอบรถยนต์จะประกอบรถยนต์และจำหน่ายให้กับผู้บริโภครถต่อไป



จากแผนภูมิ ทั้งผู้ผลิตและผู้นำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์จะส่งสินค้าให้กับผู้ค้าส่ง โดยผู้นำเข้าบางรายอาจจะทำหน้าที่เป็นผู้ค้าส่งด้วย หลังจากนั้นผู้ค้าส่งจะส่งต่อไปให้ผู้ค้าปลีกหรืออยู่ซ่อมรถทั่วประเทศ ซึ่งจะนำไปขายต่อไปให้กับผู้บริโภครถต่อไป เพื่อเปลี่ยนอะไหล่หรือซ่อมแซมจากของเดิม

ช่องทางในการเข้าสู่ตลาดที่สำคัญคือ การติดต่อกับผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า ซึ่งผู้ส่งออกสามารถหาผู้นำเข้าได้จากหลากหลายช่องทาง เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่เกี่ยวข้องในฟิลิปปินส์ เช่น งาน Philauto ซึ่งจัดขึ้นช่วงเดือนพฤษภาคมทุกปีและมีผู้เข้าชมงานกว่า 2,000 ราย สินค้าที่มีโอกาสสูง ได้แก่ ชุดแต่งรถ Auto Gas System อุปกรณ์ที่ใช้ในการติดตั้งแก๊ส อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของรถยนต์ หลังการรถยนต์ ลูกสูบ ฝาสูบ ตัวถังรถ ล้อรถ ชิ้นส่วนที่ใช้ในการขับเคลื่อนรถยนต์ ชิ้นส่วนรถยนต์และอุปกรณ์รถยนต์ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

นอกจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าแล้ว อีกช่องทางหนึ่งที่สามารถทำได้คือ การขอรายชื่อจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศและติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้าที่มีศักยภาพ

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์

นอกเหนือจากเอกสารนำเข้าทั่วไป ได้แก่ Commercial Invoice, Packing List, Pro-forma Invoice, Insurance certificate และ Certificate Origin การนำเข้าสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ของรถยนต์ที่อยู่ภายใต้รหัสมาตรฐานสินค้า PSCC 781 (รถยนต์และยานพาหนะอื่นๆ) ที่ออกแบบสำหรับรถขนส่งผู้โดยสารนอกเหนือจากการขนส่งสาธารณะ รวมถึงรถแข่งและรถ Station Wagon) มีกฎระเบียบข้อบังคับพิเศษ กล่าวคือสินค้าต่อไปนี้ผู้นำเข้าต้องขออนุญาตนำเข้าจาก Bureau of Import Services ก่อน โดยผู้นำเข้าต้องยื่นใบอนุญาตที่ออกโดย Bureau of Import Services ก่อนที่จะออกของจากศุลกากรด้วย สินค้าดังกล่าวได้แก่

แผงหน้าปัดด้านหน้าของรถ	ฟลอร์บอร์ด
กันชนรถยนต์	ฝากระโปรงรถยนต์
ตะแกรงหน้าหม้อรถยนต์	แบริกหลังคา
กระโปรงรถ	บันไดที่จะก้าวขึ้นรถยนต์
แท่นใส่ป้ายทะเบียน	กระโปรงหลังรถยนต์
ฝากันหม้อน้ำ	สปอยเลอร์
เครื่องบังแสงอาทิตย์ที่กระจกรถยนต์	พรมรถยนต์
บังโคลน	โครงรถยนต์ที่รวมทั้งเครื่องยนต์และล้อ
ตัวถังรถยนต์	โครงช่วงล่าง
ประตู	

สำหรับรถจักรยานยนต์นั้น ฟิลิปปินส์ห้ามนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ใช้แล้วทุกประเภท ในขณะที่การนำเข้าสินค้าต่อไปนี้เป็นต้องขออนุญาตก่อน

เบาะ	คลัตช์
เบรก	สตาร์ทเตอร์
ถังน้ำมัน	โซ้ก้อพ
กันโคลน	สแตน
ล้อ	ส่วนประกอบด้านข้างของมอเตอร์ไซด์

อัตราภาษี

HS Code	ผลิตภัณฑ์	อัตราภาษีทั่วไป	อัตราภาษีสำหรับประเทศในอาเซียน
87	ยานยนต์และส่วนประกอบ	0-30	0
8408	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบชนิดจุดระเบิดด้วยการอัด	1-10	0
8544	ลวดและเคเบิล (รวมถึงเคเบิลร่วมแกน) ที่หุ้มฉนวน (รวมถึงชนิดเคลือบหรือชนิดแอนโนไดส์) และตัวนำไฟฟ้าอื่นๆ ที่หุ้มฉนวน	0-20	0
8708	ชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถยนต์	1-30	0
8714	ชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถจักรยานยนต์	1-15	0

จากตารางดังกล่าว จะเห็นว่าประเทศในอาเซียนมีความได้เปรียบประเทศนอกกลุ่มสำหรับสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์ เนื่องจากเสียภาษีในอัตราร้อยละ 0 ในขณะที่ประเทศนอกกลุ่มหากต้องการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในฟิลิปปินส์ อาจต้องเสียภาษีมากถึงร้อยละ 30 ในหลายรายการ ดังนั้นการได้รับยกเว้นภาษีตามข้อตกลง ATIGA จึงนับเป็นความได้เปรียบอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการไทยที่ทำให้มีต้นทุนต่ำลง ทั้งนี้ สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากไทยต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form D จึงจะได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีตามข้อตกลง CEPT (เสียภาษีอัตราร้อยละ 0)

จากข้อมูลข้างต้นและการวิเคราะห์อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เราจึงสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยในฟิลิปปินส์ได้ดังแผนภูมิ

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีความชำนาญในการผลิต รวมถึงแรงงานมีประสบการณ์และทักษะการผลิตมาก ซึ่งช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้มาก นอกจากนี้ ยังมีค่ายรถยนต์จากต่างประเทศเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีความแข็งแกร่ง อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เข้มแข็ง เช่น แม่พิมพ์ การขึ้นรูปโลหะและพลาสติก เป็นต้น ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้รับมาตรฐานสากล อาทิ ISO 9000, ISO 14000 ทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือจากนานาชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบเช่น เหล็ก และเทคโนโลยีต่างๆ จากต่างประเทศ ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งจากจีน ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยหลายรายยังไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ผู้ผลิตไทยยังไม่มี การเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายและมีอุปสรรคด้านภาษา

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<p>1. อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของฟิลิปปินส์ยังไม่ก้าวหน้ามากนัก และยิ่งขาดชิ้นส่วนการผลิตรถยนต์ ต้องมีการนำเข้า</p> <p>2. ตลาดฟิลิปปินส์ยังมีศักยภาพมากในระยะยาว เนื่องจากอัตราการเป็นเจ้าของรถยนต์ยังต่ำ และรายได้ของประชากรยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความสามารถในการเป็นเจ้าของรถยนต์มากขึ้น สะท้อนจากตัวเลขยอดขายรถยนต์ของฟิลิปปินส์ที่เพิ่มสูงสุดในอาเซียน</p> <p>3. โครงสร้างพื้นฐานของฟิลิปปินส์โดยเฉพาะถนนยังไม่มามีประสิทธิภาพ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงอะไหล่ ชิ้นส่วนยานยนต์ค่อนข้างบ่อย</p> <p>4. ความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้าของอาเซียนทำให้ต้นทุนภาษีลดลง และผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น</p>	<p>1. มีการลักลอบการนำเข้าและเริ่มแย่งส่วนแบ่งตลาดของซัพพลายเออร์ที่ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย</p> <p>2. ความล่าช้าในการออกนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมรถยนต์ของรัฐบาล อาจทำให้อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร</p> <p>3. ผู้บริโภคในฟิลิปปินส์จำนวนมากยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา และนิยมใช้สินค้าที่มีราคาต่ำ</p>

ทั้งนี้ สามารถสรุปกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมต่างๆ รวมถึงลดต้นทุนการผลิตสินค้า เพื่อให้มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ยังควรรักษามาตรฐานและดำรงจุดแข็งด้านคุณภาพของตัวสินค้า เพราะถือเป็นจุดแข็งสำคัญของผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในฟิลิปปินส์
ราคา (Price)	ราคาไม่ควรตั้งสูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคฟิลิปปินส์เป็นผู้ที่มีความอ่อนไหวทางด้านราคาค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม หากสินค้ามีตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แข็งแกร่งก็สามารถเจาะตลาดระดับบนและตั้งราคาสูงกว่าเดิมได้ โดยราคาที่ตั้งควรสูงกว่าสินค้าที่ลักลอบนำเข้าหรือสินค้าคุณภาพต่ำ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคสับสน

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	<p>ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภท ชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ ร้านค้าปลีกจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ โดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้ติดต่อกับร้านค้าเหล่านี้เอง (หรือบางครั้งผู้นำเข้าจะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ด้วย) สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้านั้น สามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การติดต่อกับผู้นำเข้าที่อยู่ในรายชื่อ ผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ หรือสามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง ชิ้นส่วนยานยนต์อย่าง PhilAuto ที่จัดงานทุกปี และเป็นงานระดับนานาชาติ มีผู้นำเข้าและผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศเพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรงในการจัดหาผู้นำเข้า และขอแนะนำด้านตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจ</p>
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	<p>กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ สามารถทำได้โดยการใช้กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับผู้ค้าปลีกหรือผู้ผลิตเป็นหลัก เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้หรือแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค ทั้งที่เป็นผู้ใช้โดยตรงและนำไปจำหน่ายต่อได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ค้าสำหรับสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ จึงถือว่ามีค่าสำคัญมาก</p>



4.4 ภาวะตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างของฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไปและแนวโน้มความต้องการของสินค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์

เศรษฐกิจฟิลิปปินส์เริ่มก้าวสู่ยุคแห่งการฟื้นตัวและรุ่งโรจน์อีกครั้ง รวมถึงอุตสาหกรรมก่อสร้างที่ชะงักงันหลายทศวรรษก็เริ่มกลับมามีชีวิตชีวาเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รัฐบาลชุดปัจจุบันของฟิลิปปินส์ได้พยายามเร่งดำเนินการโครงการก่อสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการขยายและปรับปรุงโครงข่ายถนนและการขนส่งทางราง การขยายสนามบิน และการพัฒนาท่าเรือที่สำคัญต่างๆ

ในปัจจุบัน ระบบการขนส่งในกรุงมะนิลาจำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งในรูปแบบการขนส่งทางราง การขนส่งแบบมวลชนและถนน บริษัทน้ำประปาในมะนิลาซึ่งแปรรูปเป็นบริษัทเอกชนมากกว่า 10 ปี กำลังมีโครงการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อปรับปรุงระบบน้ำและน้ำทิ้ง สำหรับเมืองใหญ่อื่นๆ อย่างเช่นเซบูและดาเวาก็อยู่ระหว่างการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่เช่นเดียวกัน ส่วนทางตอนใต้ของประเทศแถบมินดาเนาที่กำลังขยายกิจการเหมืองแร่อย่างต่อเนื่อง

ในปีนี้รัฐบาลฟิลิปปินส์มีแผนที่จะใช้จ่ายผ่านโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานถึง 2.284 ล้านล้านเปโซ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการในลักษณะโครงการความร่วมมือของภาครัฐ-ภาคเอกชน (Public-Private Partnership) ที่มีมูลค่าหลายพันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งรัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ตั้งศูนย์ PPP Center เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานนโยบายระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ลงทุน

ในส่วนของภาคเอกชนนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจ BPO (Business Process Outsourcing) และธุรกิจเหมืองแร่ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จะเป็นปัจจัยผลักดันสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมก่อสร้างในฟิลิปปินส์

ในส่วนของภาคที่พักอาศัย การขยายตัวของ การก่อสร้างบ้านเรือนและที่พักอาศัยเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวและแรงงานต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจในฟิลิปปินส์ รวมถึงแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานอยู่ในต่างประเทศและมีความต้องการจะย้ายถิ่นฐานกลับประเทศฟิลิปปินส์ ตลอดจนกลุ่มชนชั้นกลางและบนที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ต่างก็เป็นแรงสนับสนุนสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ด้วยอุปสงค์ในประเทศฟิลิปปินส์ที่เพิ่มมากขึ้นตามที่ได้กล่าวไปแล้ว จึงนับเป็นโอกาสอันดีสำหรับการเข้ามาติดต่อธุรกิจการค้า/ การลงทุนในอุตสาหกรรมก่อสร้างที่ฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้างไม่ควรพลาดโอกาสนี้ เพราะสินค้าวัสดุก่อสร้างถือเป็นส่วนสำคัญในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง

อย่างไรก็ดี การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการค้าหรือการลงทุนในอุตสาหกรรมก่อสร้างของฟิลิปปินส์ยังมีความเสี่ยงอยู่ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่พร้อม กฎระเบียบที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงบ่อย และปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบ รูปแบบการลงทุน สภาพตลาดและปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ในฟิลิปปินส์เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ สินค้าและวัสดุอุปกรณ์การก่อสร้างที่มีโอกาสขยายตลาดในประเทศฟิลิปปินส์ ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าสำคัญ 7 กลุ่ม ได้แก่ เซรามิก อะลูมิเนียม เหล็ก ปูนซีเมนต์ หินอ่อนและแกรนิต แก้วและกระจก หลังคาและอุปกรณ์

แผนภูมิ ห่วงโซ่อุปทานของการค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์เพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการไทย



สำหรับห่วงโซ่อุปทานของการค้าในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างเพื่อการส่งออกนั้น ผู้ประกอบการไทยจะส่งออกมายังพันธมิตรทางธุรกิจในฟิลิปปินส์ ซึ่งก็จะส่งสินค้าต่อไปยังตัวแทนจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าอีกทีหนึ่ง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยก็อาจส่งออกตรงมายังพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายในฟิลิปปินส์ได้ด้วยเช่นกัน



เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างไทยในฟิลิปปินส์นั้น พบว่าในหลายสินค้าไทยถือว่ามีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างมากในตลาด เช่น

- แผง แผ่น กระเบื้อง ก้อนเหลี่ยมและของที่คล้ายกัน ที่ทำด้วยเส้นใยพืช ฟาง หรือทำด้วยซีกบ ชันไม้ สะเก็ดไม้ ซีลี้อยหรือเศษไม้อื่นๆ เกาะหรือติดรวมกันด้วยซีเมนต์ พลาสติกหรือสารยึดจำพวกแร่อื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 45
- ของทำด้วยพลาสติกหรือที่มีส่วนผสมของพลาสติกเป็นหลัก มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 29
- ของทำด้วยแอสเบสตอสซีเมนต์ เซลลูโลสไฟเบอร์ ซีเมนต์หรือทำด้วยของที่คล้ายกัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 79

- บล็อกปูพื้นแผ่นหนา บล็อกปูพื้นแผ่นสี่เหลี่ยมจัตุรัส อิฐ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.2
- กระเบื้อง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.6
- วัสดุอื่นๆ ทำด้วยแก้วและเครื่องแก้ว มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 0.9
- อะลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5
- ของทำด้วยหิน ปูนปลาสเตอร์ ซีเมนต์ แอสเบสทอส ไมกาหรือวัสดุที่คล้ายกัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 39

นอกจากนี้ สินค้าไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้างยังมีแนวโน้มที่จะส่งออกมายังฟิลิปปินส์ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย อย่างไรก็ตาม คู่แข่งที่สำคัญในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างของไทยคือจีนซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

สำหรับสินค้าหลายตัวของไทยที่มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างมากในฟิลิปปินส์ ผู้ประกอบการเหล่านี้ ควรรักษาส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่ด้วยการขยายขอบเขตการดำเนินงาน การหาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ควรมองฟิลิปปินส์เป็นโอกาส เนื่องจากยังมีการขยายตัวของอุปสงค์อย่างต่อเนื่องดังที่ได้กล่าวแล้วในช่วงต้น

ทั้งนี้ จากการสำรวจตลาดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและของตกแต่งบ้าน ได้พบผลิตภัณฑ์ของไทยอยู่หลายตราสินค้าเช่นกัน เช่น กระเบื้องตรา Susuco บล็อกแก้วตรา Chang Kaew ไม้ฝา Shera เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบผลิตภัณฑ์ของฟิลิปปินส์ที่มีบริษัทไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่คือ กระเบื้องตรา Mariwasa ด้วย

กฎระเบียบและอัตราภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าวัสดุก่อสร้าง

ในส่วนของเอกสารการนำเข้าสินค้าในกลุ่มนี้เป็นไปตามหลักสากล กล่าวคือมี Commercial Invoice, Packing List, Pro-forma Invoice, Insurance certificate และ Certificate origin

อย่างไรก็ดี สินค้าวัสดุและอุปกรณ์การก่อสร้างที่จำหน่ายในฟิลิปปินส์จำเป็นต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้ใช้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้ ต้องได้รับการรับรองเครื่องหมาย PS หรือ ICC

1. ท่อเหล็กกล้าไนซ์ และ Black iron
2. ซีเมนต์แบบ Portland
3. ซีเมนต์แบบ Pozzolan
4. กระเบื้องเซรามิก
5. เหล็กข้ออ้อย (Deformed steel bars)
6. เหล็กฉาก (Angle steel)
7. กระจกเรียบ
8. ท่อโพลีบูทิลีน
9. ท่อโพลีเอทิลีนสำหรับน้ำดื่ม
10. ท่อพีวีซีที่ไม่ใช่พลาสติกสำหรับน้ำดื่ม

11. ท่อหนาพิเศษหรือท่ออาร์เอสซีแบบไวไนล
12. ท่อไวไนลสำหรับ Drain Waste
13. แผ่นไม้อัด
14. เหล็กแบบ Rerolled Steel
15. เครื่องสุขภัณฑ์
16. แผ่นเหล็กสำหรับหลังคา
17. ลวดเหล็กกล้าคาร์บอนต่ำ
18. ตะปู



ภาพตรามาตรฐาน PS และ ICC ของฟิลิปปินส์

Imports Commodity Clearance (ICC)

สำหรับผลิตภัณฑ์นำเข้าสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีมาตรฐาน ICC ซึ่งระบุไว้ในกฎหมายมาตรา 5:2001 โดยมาตรฐานนี้ออกให้กับผู้นำเข้าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานแห่งชาติของฟิลิปปินส์หรือมาตรฐานที่สากลรับรองนอกจากการทดสอบสิ่งของที่นำเข้ามาแล้ว สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยังทำการตรวจสอบร้านค้าต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้านำเข้าเหล่านี้ตรงกับมาตรฐานของฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ ผู้นำเข้าจะต้องเป็นผู้ขออนุมัติมาตรฐานดังกล่าวในการลำเลียงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งถ้าหากผลิตภัณฑ์นั้นไม่ได้บังคับให้แสดงมาตรฐาน ผู้นำเข้าไม่จำเป็นต้องดำเนินการขออนุมัติ แต่หากกฎหมายบังคับให้ขออนุมัติมาตรฐาน ผู้นำเข้าจะต้องยื่นตัวอย่างสินค้าให้สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตรวจสอบและหากผลิตภัณฑ์ผ่านการทดสอบทั้งหมดสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์จึงจะอนุญาตให้กระจายสินค้าในประเทศได้

Philippines national standard (PNS)

มาตรฐานแห่งชาติฟิลิปปินส์ (PNS) เป็นเอกสารที่เขียนขึ้นโดยคณะกรรมการ ผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคและผ่านการอนุมัติโดยสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับกฎ วิธีการและผล มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้มีการวัดมาตรฐานของสินค้าในประเทศอย่างเหมาะสม โดยผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีมาตรฐานตามที่กำหนด

อัตราภาษีนำเข้า

สำหรับสินค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์ ประเทศในกลุ่มอาเซียนเสียภาษีในอัตราร้อยละ 0 ในขณะที่ประเทศนอกกลุ่มหากต้องการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในฟิลิปปินส์อาจต้องเสียภาษีมากถึงร้อยละ 15-20 ดังนั้นภาษีจึงนับเป็นความได้เปรียบอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการไทยที่ทำให้มีต้นทุนต่ำลง

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมก่อสร้างไทยและตลาดวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์ สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง ได้ตามแผนภูมิ

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการไทยมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เช่น การผลิตเหล็กที่มีคุณภาพ มีรูปแบบตรงตามความต้องการของลูกค้า คุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ บริษัทหรือโรงงานต่างๆ ของไทยได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ISO 9002 ISO 14001 และ ISO GUIDE25 ต้นทุนโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าจากไทยมายังฟิลิปปินส์ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับคู่แข่งประเทศอื่นๆ ที่มีระยะทางห่างไกลกว่าไทย ผู้ประกอบการไทยมีฐานลูกค้าอยู่ในฟิลิปปินส์อยู่แล้ว 	<ol style="list-style-type: none"> ต้นทุนของสินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่งบางราย (เช่น จีน เวียดนาม) เนื่องจากไทยมีค่าแรงงานและค่าขนส่งที่สูงกว่า ขาดการวิจัยและพัฒนาสินค้าต่างๆ ให้ทันสมัยเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ
โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<ol style="list-style-type: none"> ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าสำหรับวัสดุก่อสร้างของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 ตลาดภายในฟิลิปปินส์เริ่มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากรายได้ประชากรที่เพิ่มสูงขึ้นและการขยายตัวของชนชั้นกลางในประเทศ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง อย่างเช่น BPO และการท่องเที่ยวยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลฟิลิปปินส์เร่งการใช้จ่ายในโครงการโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง 	<ol style="list-style-type: none"> รัฐบาลของฟิลิปปินส์มีความล่าช้าในการดำเนินโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน (Public-Private Partnership) ความเสียหายที่เกิดจากพายุไต้ฝุ่นไต้เยียน อาจทำให้รัฐบาลใช้จ่ายในด้านโครงสร้างพื้นฐานลดลง การกระจายรายได้ให้แก่ประชากรที่ยากจนยังไม่ดี สินค้าจากจีนยังมีแนวโน้มที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากประเทศคู่แข่งอื่นๆ เนื่องจากมีราคาต่ำกว่า

สำหรับกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ แสดงในแผนภูมิ

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	สินค้าที่ต้องการทำตลาดในกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไปควรเน้นด้านคุณภาพ ความคงทน แข็งแรง รูปลักษณ์ที่สวยงามทันสมัย ควรมีการส่งมอบสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนด และควรมีการบริการหลังการขาย

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ราคา (Price)	นำเสนอราคาระดับกลางคือ ต่ำกว่าราคาของผู้นำตลาด แต่ต้องสูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันจากประเทศจีน แต่หากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในระดับราคาต่ำ จะทำให้สามารถขายได้มากขึ้น
การจัดจำหน่าย (Place)	ฟิลิปปินส์มีช่องทางการกระจายสินค้าที่หลากหลาย โดยกลุ่มของผู้บริโภคระดับกลาง-บน มักซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างใน Depot ขนาดใหญ่ นอกจากนี้ อาจนำเสนอต่อบริษัทในอุตสาหกรรมก่อสร้างขนาดใหญ่ต่างๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรใช้ช่องทางติดต่อกับผู้นำเข้าและผู้แทนจำหน่ายที่มีเครือข่ายกระจายสินค้าหลายแห่งโดยตรง โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในฟิลิปปินส์ ซึ่งนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะนำสินค้าเข้าสู่ตลาด เพราะผู้ประกอบการฟิลิปปินส์จะเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ เช่น งาน Worldbex หรือ Philconstruct ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าวัสดุก่อสร้างที่สำคัญของประเทศ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	ควรดำเนินกลยุทธ์ต่อผู้ขายสินค้าเป็นหลัก เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ผู้ขายจะต้องมีความรู้และทำหน้าที่เป็นผู้แนะนำสินค้าแก่ลูกค้าด้วย ดังนั้นกลยุทธ์การส่งเสริมการขายจึงควรให้เกิดผลต่อผู้ขายสินค้าเป็นสำคัญ ซึ่งอาจเป็นกลยุทธ์เรื่องราคาหรือการให้ความรู้แก่ผู้ขายว่าสินค้าคืออะไร เป็นต้น

4.5 ภาวะตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

ผู้บริโภคฟิลิปปินส์ในปัจจุบันเริ่มหันมาพิถีพิถันกับสิ่งที่ซื้อในชีวิตประจำวันมากขึ้น (ไม่พิจารณาราคาเป็นปัจจัยหลักเหมือนแต่ก่อน) ประกอบกับกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีการสื่อสารรวมถึงการขนส่งที่ก้าวหน้า ทำให้ผู้บริโภคฟิลิปปินส์มีรายได้ในการจับจ่ายและมีความพิถีพิถันกับการซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมถึงสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านด้วยการขยายตัวของเศรษฐกิจ รายได้ของประชากร และตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านมีโอกาสในการเจาะตลาดฟิลิปปินส์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาเน้นคุณภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านมากขึ้น หรืออาจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในฟิลิปปินส์ก็ได้ โดยในปี 2560 นั้น มูลค่าตลาดของตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าฟิลิปปินส์มากกว่า 2.4 หมื่นล้านเปโซ

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

เครื่องใช้ไฟฟ้าในปัจจุบันเริ่มเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

นอกจากจะมีคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าเดิมแล้ว ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์ในปัจจุบันยังมีคุณสมบัติที่สามารถประหยัดพลังงานและน้ำได้มากกว่าเดิม เนื่องจากผู้บริโภคในฟิลิปปินส์และหน่วยงานต่างๆ ของ

ภาครัฐต่างให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากขึ้น นอกจากนี้ อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือการปรับขึ้นค่าสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้นบ่อย ก็ทำให้ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำและพลังงานมากขึ้นกว่าเดิม

การส่งเสริมทางการตลาดโดยใช้อินเทอร์เน็ตมีเพิ่มมากขึ้น

เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์นิยมใช้โซเชียลมีเดีย ทำให้อินเทอร์เน็ตเริ่มมีความสำคัญสำหรับผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกในการทำกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด โดยความเร็วและความสะดวกในการรวบรวมข้อมูลนั้น นับเป็นข้อได้เปรียบสำคัญสำหรับผู้บริโภคเมื่อเทียบกับสื่อแบบดั้งเดิม ทำให้ในปัจจุบันบริษัทต่างๆ เริ่มใช้โซเชียลมีเดียกระจายข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ และจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด รวมถึงสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

ร้านขายผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยังคงมีอิทธิพลมากกว่าผู้ค้าปลีกออนไลน์

ร้านที่ขายผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โดยตรงยังเป็นช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้ามากกว่าร้านค้าปลีกออนไลน์ แม้ว่าร้านค้าปลีกออนไลน์จะทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเปรียบเทียบราคาและคุณสมบัติของสินค้า รวมถึงร้านออนไลน์ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดอยู่บ้าง แต่ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดบนร้านค้าออนไลน์ยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก เนื่องจากร้านขายผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไปก็มีกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาดเช่นเดียวกัน อีกทั้งยังมีทางเลือกในการผ่อนจ่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายอีกด้วย

หน่วยงานรัฐบาลให้การสนับสนุนเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดพลังงาน

เนื่องจากฟิลิปปินส์มีอัตราค่าไฟฟ้าที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ ในเอเชีย หน่วยงานรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับประชาชนเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้าเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย โดยกระทรวงพลังงานได้ออกโครงการ Energy Labelling Program เพื่อลดเครื่องใช้ไฟฟ้าและหลอดไฟที่ไม่มีประสิทธิภาพในตลาด ซึ่งฉลากเหล่านี้จะต้องติดกับผลิตภัณฑ์อัตราส่วนประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศ (EER) และ Energy Efficiency Factor (EEF) ของตู้เย็น โดยถ้า EER และ EEF สูง จะมีประสิทธิภาพของเครื่องไฟฟ้าที่ดีกว่าและมีต้นทุนค่าไฟฟ้าที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ กระทรวงพลังงานยังวางแผนจะสร้างศูนย์ทดสอบมาตรฐานของประสิทธิภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าอีกด้วย

ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ยังคงเป็นช่องทางกระจายสินค้าหลัก

ผู้บริโภคยังคงชอบที่จะซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวโดยตรงมากกว่า โดยเฉพาะการซื้อสินค้าที่มีมูลค่าสูง โดยมียอดขายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านช่องทางดังกล่าวกว่าร้อยละ 74 นอกจากนี้ จำนวนสาขาของร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

สำหรับ SM Appliance Center นั้นมีการเปิดสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงการพัฒนาร้านออนไลน์ โดยการขยายขอบเขตการขนส่งในเมืองหลักนอกจากเมโทรมะนิลา แต่เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลในเรื่องของความปลอดภัยในการทำรายการออนไลน์ รวมถึงนโยบายการคืนสินค้าและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ทำให้การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตยังอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 0.4 เท่านั้น

การส่งเสริมทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางที่สำคัญในการเข้าถึงลูกค้าสำหรับธุรกิจหลายประเภท รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านด้วย ซึ่งผู้ที่ใช้การส่งเสริมทางการตลาดมีทั้งผู้ผลิตเองและร้านค้าปลีกด้วย อาทิ Automatic Centre ที่เคยให้ส่วนลดกับผู้ที่ซื้อผ่านเฟซบุ๊กกว่าร้อยละ 65

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทำให้การเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่เฟื่องฟูทำให้สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านได้รับผลดีไปด้วย และเนื่องจากการเข้าถึงสินค้าอสังหาริมทรัพย์ง่ายขึ้นเมื่อเทียบกับแต่ก่อนที่ทำให้ผู้บริโภคเริ่มซื้อคอนโดมิเนียมจำนวนมาก อีกทั้งยังทำให้กระแสการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเปลี่ยนไปด้วย โดยกระแสเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดพื้นที่และเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบอเนกประสงค์เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยนวัตกรรมที่ถือว่ามาแรง เช่น เครื่องปั่นแบบไร้สาย ตู้เย็นพร้อมจอสัมผัส เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังไม่นิยมที่จะใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบ Built-in มากนัก เพราะเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบที่ไม่ใช่ Built-in มีความยืดหยุ่นในการพกพาไปยังที่ต่างๆ ได้ง่ายกว่า ดังนั้นนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หรือมัณฑนากรมักไม่ใส่เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบ Built-in ในการออกแบบหรือแบบแปลนก่อสร้าง เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง นอกจากนี้ เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบ Built-in ยังเหมาะสำหรับผู้ใช้ที่มีรายได้สูงเป็นส่วนใหญ่ ทำให้สินค้าดังกล่าวเป็นตลาดกลุ่มเฉพาะและใช้ในคอนโดมิเนียมระดับบน

กฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของฟิลิปปินส์ มีการควบคุมจากทั้งกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม รวมถึงกระทรวงพลังงาน โดยกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมนั้น ควบคุมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าของฟิลิปปินส์ผ่านหน่วยงานสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์หรือ Bureau of Products Standards (BPS) ในการบังคับใช้มาตรฐานแห่งชาติของฟิลิปปินส์สำหรับเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ยังมีหน้าที่ออกใบรับรอง PS Quality และ/หรือ Safety Certification Mark สำหรับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เหล่านี้อีกด้วย

สำหรับการออกใบรับรองให้กับผู้ผลิตนั้น สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะดำเนินการทั้งการตรวจโรงงานเพื่อตรวจสอบว่าโรงงานมีการจัดตั้งระบบการจัดการคุณภาพที่เหมาะสมหรือไม่ และการประเมินผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจสอบความปลอดภัย



เครื่องหมาย ICC



นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายห้องปฏิบัติการเพื่อการทดสอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและหลอดไฟ ควบคุมโดยกระทรวงพลังงาน ในการบังคับใช้มาตรฐานพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์และโครงการฉลากของเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยโครงการดังกล่าว มีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดค่าไฟฟ้าของผู้ใช้

ทั้งนี้ ในการนำเข้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าเข้ามาในฟิลิปปินส์ ผู้นำเข้าต้องมี Import Commodity Clearance ก่อน เพื่อให้สามารถทำพิธีการศุลกากรได้ และในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศนั้น ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องมีเครื่องหมาย PS Quality และ/ หรือ Safety Certification Mark สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ และมีเครื่องหมาย ICC Quality สำหรับผลิตภัณฑ์นำเข้า และยังต้องมีฉลากแสดงพลังงานที่ต้องใช้อีกด้วย นอกจากนี้ กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมอาจดำเนินการ สุ่มตรวจผลิตภัณฑ์ในการขนส่งแต่ละครั้งด้วย ซึ่งเมื่อผ่านการตรวจสอบแล้วกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมจะออกใบอนุญาต ให้ประทับเครื่องหมาย PS หรือ ICC ต่อไป

นอกจากกฎดังกล่าวแล้ว ฟิลิปปินส์ยังกำหนดให้ผู้ประกอบการติดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าบนผลิตภัณฑ์ด้วย ประกอบด้วย ตราสินค้า ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตและผู้นำเข้า ชื่อรุ่น การใช้ ระบบการทำงานและค่าเดือน

ทั้งนี้ สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกประเภทที่ส่งออกจากไทยมายังฟิลิปปินส์สามารถใช้สิทธิประโยชน์จากอัตราภาษี ASEAN-CEPT ที่กำหนดให้สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในอาเซียนเสียภาษีร้อยละ 0 แต่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 12 เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ

ทั้งนี้ เราสามารถสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าไทยในฟิลิปปินส์ได้ในแผนภูมิ SWOT ดังแสดงในแผนภูมิ

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ไทยเป็นฐานการผลิตที่มีศักยภาพมายาวนาน สินค้าที่ผลิตในไทยมีคุณภาพมาตรฐานระดับโลก ด้วยราคาเหมาะสม เป็นที่ยอมรับในตลาดส่งออก 2. มีอุตสาหกรรมสนับสนุนจำนวนมาก 3. แรงงานฝีมือมีทักษะดีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อุตสาหกรรมสนับสนุนยังขาดการเชื่อมโยง 2. ต้นทุนด้านโลจิสติกส์สูงและขาดประสิทธิภาพ 3. มีแนวโน้มขาดแคลนแรงงานฝีมือและบุคลากรเพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ 4. ขาดการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบตั้งแต่การทำวิจัยและพัฒนา รวมถึงอุตสาหกรรมต้นน้ำ
โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศไทย เสียภาษีร้อยละ 0 2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น และซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้น 3. ไม่มีนโยบายกีดกันการค้าสำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าราคาถูกจากจีนที่เข้ามาตีตลาดฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง 2. ผู้บริโภคฟิลิปปินส์จำนวนมากยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา และผู้บริโภคบางส่วนยังไม่ให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายมากนัก 3. กฎระเบียบการนำเข้าค่อนข้างมีความซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย

ทั้งนี้ สามารถสรุปกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรรักษาจุดแข็งในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะยกระดับการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าให้ทันสมัยมากขึ้น และยั้งเน้นเรื่องประโยชน์ใช้สอยและการประหยัดพลังงาน ซึ่งจะเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าได้
ราคา (Price)	เนื่องจากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้นหากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลางโดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไปเพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับบรรดประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าคือ ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยตรง รวมถึงไฮเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ได้แก่ SM และ Abenson ในขณะที่ช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์เริ่มมีเพิ่มมากขึ้นแต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าฟิลิปปินส์เน้นกลยุทธ์ราคา และการจัดรายการส่งเสริมทางการตลาดเป็นหลัก ทั้งนี้ ในช่วงหลังผู้ประกอบการในตลาด เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการหลังการขายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

4.6 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

ผู้บริโภคในตลาดฟิลิปปินส์มีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นด้วย ผู้บริโภคเหล่านี้ไม่เพียงแต่พิถีพิถันเฉพาะสินค้าที่บริโภคในชีวิตประจำวันเท่านั้น แต่ยังมีความพิถีพิถันกับสัตว์เลี้ยงของตนเอง ผู้บริโภคจำนวนมากมองสัตว์เลี้ยงเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกครอบครัว โดยในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มใช้อาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปแทนการใช้อาหารเหลือจากมื้ออาหาร พฤติกรรมดังกล่าวทำให้การใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ฟิลิปปินส์จึงกลายเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารและอุปกรณ์สำหรับดูแลสัตว์เลี้ยงในที่สุด

ตลาดสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของฟิลิปปินส์เป็นตลาดที่มีศักยภาพเชิงปริมาณ แม้ประชากรส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 70) จะยังเป็นผู้บริโภคระดับ D-E แต่ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับปานกลาง-สูง และมีความพิถีพิถันกับสัตว์เลี้ยง ก็มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของฟิลิปปินส์มีมูลค่ากว่า 250.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2560 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 24.62

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

แม้ว่าครัวเรือนฟิลิปปินส์จะมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นมาก แต่ครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลางจำนวนมากยังคงเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงที่มีราคาต่ำกว่า ทำให้อาหารสัตว์เลี้ยงที่ราคาต่ำและราคาปานกลางมีการขยายตัวมากกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีราคาแพง อย่างไรก็ตาม ราคาสินค้าของบริษัทข้ามชาติคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยง แต่ราคาสินค้าท้องถิ่นยังใช้กลยุทธ์เพื่อแข่งขันอย่างเข้มข้นเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดโดยกลยุทธ์ที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์ราคาเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม บริษัทข้ามชาติเริ่มเสนอส่วนลดและจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดเช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความได้เปรียบด้านราคายังเป็นเครื่องมือทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในตลาดนี้

ช่องทางการกระจายสินค้าที่สำคัญของผู้ประกอบการ

สำหรับช่องทางการกระจายสินค้านั้น แม้ว่าในปัจจุบันจะมีพื้นที่ศูนย์การค้าหรือพื้นที่เชิงพาณิชย์ที่เปิดสำหรับสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ เช่น ย่าน Cartimar และ Pet Village ใน Tiendesitas โดยร้านเหล่านี้เป็นเหมือน

ศูนย์บริการครบวงจรสำหรับผู้รักสัตว์เลี้ยง และทำให้ผู้เลี้ยงสามารถเปรียบเทียบราคาและเลือกซื้อตราสินค้าที่ถูกใจได้ง่ายกว่าเดิม แต่อย่างไรก็ดี สำหรับตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงจะพบว่าซูเปอร์มาร์เก็ตได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้ร้านค้าสัตว์เลี้ยงต้องเสียส่วนแบ่งบางส่วนให้กับซูเปอร์มาร์เก็ต

ศูนย์การค้าที่มีนโยบายเป็นมิตรต่อสัตว์เลี้ยง ช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของฟิลิปปินส์

ในปัจจุบันเริ่มมีศูนย์การค้าที่มีนโยบายเป็นมิตรต่อสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น โดยบางศูนย์การค้าจัดลานกลางแจ้ง สำหรับทำกิจกรรมกับสัตว์เลี้ยง เพื่อให้เจ้าของสามารถนำสัตว์เลี้ยงมาที่ศูนย์การค้าได้ในช่วงวันหยุด ในบางห้างยังอนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในห้างหรือในพื้นที่อาณาเขตได้ เช่น Eastwood City ในกรุงมะนิลา หรือ PARKMALL ในเมืองเซบู นอกจากนี้ ยังมีศูนย์การค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ ได้แก่ Cartimar Pet center และ Pet Village ใน Tiendesitas ด้วย

ศูนย์การค้าที่มีนโยบายเป็นมิตรต่อสัตว์เลี้ยงเหล่านี้รวมถึงศูนย์การค้าครบวงจรสำหรับสัตว์เลี้ยงนั้น ทำให้ผู้บริโภคเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงมากยิ่งขึ้น ครอบครัวบางส่วนที่ยังไม่มีสัตว์เลี้ยงเมื่อมาเดินศูนย์การค้าเหล่านี้ก็อาจเริ่มสนใจเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะสำหรับเด็กๆ ที่จะขอพ่อแม่เลี้ยงสัตว์ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมียอดขายเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถหาของเหล่านี้จากแหล่งการค้าได้มากขึ้น ทั้งนี้ คาดว่าในอนาคตห้างสรรพสินค้าที่มีนโยบายเป็นมิตรต่อสัตว์เลี้ยงจะมีเพิ่มมากขึ้นอีก เนื่องจากต้องการดึงดูดลูกค้าให้มาจับจ่ายในวันหยุดหรือจับจ่ายเพื่อกิจกรรมนันทนาการ เนื่องจากผู้บริโภคที่ต้องการนำสัตว์เลี้ยงมาเดินห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้สูง อีกทั้งยังเป็นไปได้ว่าในอนาคต ผู้ประกอบการจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง เช่น ประโยชน์ต่อสุขภาพของสัตว์เลี้ยง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงกิจกรรมทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อเจาะตลาดกลุ่มเฉพาะ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์และบริการของสัตว์เลี้ยงเริ่มมีความใกล้เคียงกับมนุษย์ยิ่งขึ้น

เนื่องจากชุมชนเมืองขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจำนวนประชากรที่มีสถานภาพโสดมีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตเมือง สัตว์เลี้ยงได้กลายเป็นเพื่อนรู้ใจของคนจำนวนมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ของสัตว์เลี้ยงเหล่านี้มีความใกล้เคียงกับมนุษย์มากขึ้น เช่น รสชาติของอาหารสัตว์เลี้ยงที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงสปาสัตว์เลี้ยงและโรงแรมสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะในเขตเมโทรมะนิลา สถานบริการสัตว์เลี้ยงเหล่านี้เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และบางร้านยังมีภาพลักษณ์เป็นร้านสำหรับลูกค้าระดับพรีเมียมด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มใส่ใจต่อสัตว์เลี้ยงมากขึ้น

ผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับปานกลางเริ่มมีค่านิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงให้เหมือนกับมนุษย์มากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ยอมที่จะใช้จ่ายในเรื่องของการดูแลสัตว์เลี้ยงมากขึ้นด้วย ทำให้สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มขยายตัว ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในอนาคตอาจใช้วิธีการให้ความรู้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับความต้องการของสัตว์เลี้ยงที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้บริโภคดูแลสัตว์เลี้ยงอย่างเหมาะสม รวมถึงเปิดโอกาสให้บริษัทเหล่านี้สามารถสร้างบริการใหม่ๆ ให้แก่สัตว์เลี้ยงได้มากขึ้นด้วย อีกทั้งยังทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและเพิ่มราคาได้

ผู้บริโภคเริ่มมีสัตว์เลี้ยงหลายประเภทมากขึ้น

นอกจากสาเหตุที่กล่าวข้างต้นแล้ว เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงมากยิ่งขึ้นคือ จำนวนการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้นทั่วประเทศ เช่น การจัดกิจกรรม Doggie Run ประจำปี หรือการจัดการแสดงสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

เมื่อผู้บริโภคไปเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้ อาจถูกเชิญชวนให้เลี้ยงสัตว์ประเภทอื่นๆ ด้วย อาทิ สัตว์เลี้ยงคลานหรือปลา เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสัตว์ภายในบ้าน นอกจากนี้ ผู้ที่เลี้ยงสัตว์ประเภทอื่นอาจได้รับการเชิญชวนให้เลี้ยงสัตว์อย่างสุนัขหรือแมว ทำให้มีแนวโน้มว่าผู้บริโภคจะมีสัตว์เลี้ยงในบ้านมากกว่า 1 ประเภท ซึ่งส่งผลดีต่อตลาดอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงในฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มีสัตว์เลี้ยงจำนวนมาก อาจซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้ราคาต่อหน่วยลดต่ำลง

กฎระเบียบการนำเข้าสำหรับสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยง

สำหรับการนำเข้าสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงนั้น นอกจากเอกสารการค้าระหว่างประเทศทั่วไปแล้ว สำนักอุตสาหกรรมสัตว์ (Bureau of Animal Industry-BAI) กำหนดให้ต้องจดทะเบียนกับ BAI ก่อนการนำเข้า นอกจากนี้ ในการนำเข้า ยังต้องมีประกาศนียบัตรรับรองสุขอนามัยของอาหารสัตว์เป็นหลักฐานประกอบ อีกทั้งต้องมีการขอใบอนุญาตการนำเข้า ซึ่งส่งให้กับผู้ส่งออกเพื่อเป็นหลักฐานในการส่งสินค้าด้วย ภายใต้กฎหมายของ BAI ใบอนุญาตการนำเข้าจะออกภายใน 5 วันทำการ โดยสำเนาอิเล็กทรอนิกส์จะส่งให้กับผู้ส่งออกเพื่อเป็นหลักฐานในการส่งสินค้าต่อไป

นอกจากหลักฐานดังกล่าว รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังกำหนดให้ขอหนังสืออนุญาตออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยสัตว์และพืช (SPS import clearance and permit) ด้วย

สำหรับการนำเข้ายาและเวชภัณฑ์สัตว์เลี้ยงต้องปฏิบัติตามกฎหมายของมาตรการสุขอนามัยสัตว์และพันธุ์พืช โดยต้องยื่นแบบฟอร์มขอนำเข้าสินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงกับสำนักอุตสาหกรรมสัตว์ กระทรวงเกษตรของฟิลิปปินส์ (Bureau of Animal Industry (BAI)-Department of Agriculture) การขนส่งสินค้าแต่ละครั้งจำเป็นต้องขออนุญาตการออกของทุกครั้ง (ดูข้อมูลเพิ่มเติม www.bai.da.gov.ph)

เอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นขอหนังสืออนุญาตออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยสัตว์และพืช (SPS import clearance and permit) ตามแนบดังนี้

1. แบบคำร้องการขอนำเข้าที่กรอกแล้ว
2. Pro-forma invoice
3. หนังสือรับรองข้อเท็จจริง (Notarized Affidavit of Undertaking)
4. ใบเสร็จรับเงิน
5. เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ ตามคำร้องเพิ่มเติม

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่จะพิจารณาให้ใบอนุญาตกับผู้ที่มีหลักฐานและทำตามข้อกำหนดครบถ้วนเท่านั้น โดยใบอนุญาตต้องมีสำเนาไว้ 4 ชุดให้แก่

1. ต้นฉบับให้แก่เจ้าหน้าที่กักกัน
2. สำเนาฉบับของคู่ค้า
3. สำเนาฉบับของศุลกากร
4. สำเนาฉบับให้กับองค์กรที่ออกใบอนุญาต

ทั้งนี้ ฉบับของคู่ค้านั้นเป็นหนังสือคนละฉบับกันกับที่ใช้ยื่นกับกรมศุลกากร ซึ่งใช้เฉพาะในการทำธุรกรรมการค้าหรือสัญญากับผู้ส่งออก สถาบันการเงิน และ/ หรือบริษัทขนส่ง และต้องมีตราประทับว่า “For business transaction only. NOT FOR CUSTOMS AND QUARANTINE CLEARANCE”

หลังจากดำเนินการขั้นตอนจนได้เอกสารครบถ้วนจากทางไทยแล้ว ต้องส่งสำเนาให้แก่สำนักอุตสาหกรรมสัตว์ของประเทศฟิลิปปินส์ ภายใน 15 วัน มิฉะนั้นการอนุญาตการออกของจะถือเป็นโมฆะ เอกสารดังกล่าวได้แก่

- 1) ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading)
- 2) ใบ Invoice
- 3) ใบรับรองด้านสุขอนามัยสัตว์/ พืช ที่เกี่ยวข้องจากประเทศที่ส่งออก

เมื่อสินค้ามาถึงต้องได้รับการตรวจสอบสินค้าและเอกสารจากเจ้าหน้าที่กักกัน โดยต้องยื่นเอกสารต้นฉบับต่อเจ้าหน้าที่ โดยเจ้าหน้าที่กักกันจะออกเอกสารซึ่งต้องนำไปใช้ในการออกสินค้าต่อไป เอกสารที่จะต้องยื่นได้แก่

- 1) หนังสืออนุญาตออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยสัตว์และพืช (SPS Import Clearance and Permit)
- 2) ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading)
- 3) ใบ Invoice
- 4) ใบรับรองด้านสุขอนามัยสัตว์/ พืชที่เกี่ยวข้องจากประเทศที่ส่งออก

ภาชนะนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม

สินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่นำเข้ามาในประเทศฟิลิปปินส์ โดยทั่วไปจะต้องเสียภาชนะนำเข้าในอัตราร้อยละ 5 ยกเว้น กลุ่มประเทศในอาเซียน ที่ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาชนะนำเข้าของสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของไทย และประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 และสำหรับภาษีมูลค่าเพิ่มนั้น เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่นก็ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 12 ด้วย

ทั้งนี้ เราสามารถวิเคราะห์ SWOT ของสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของไทยในฟิลิปปินส์ได้ดังนี้

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<p>1. ไทยมีความเข้าใจและมีค่านิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากกว่าหลายประเทศ ทำให้ตลาดภายในประเทศมีความซับซ้อนละเอียดอ่อน และนักธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีในระดับสากล</p> <p>2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการผลิตของไทยค่อนข้างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอาหารสัตว์เลี้ยงที่เป็น by product มาจากอาหารคน</p> <p>3. ไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ ติด 1 ใน 5 ของโลกในสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง สินค้ามีความน่าเชื่อถือ</p> <p>4. วัตถุดิบหลายอย่างสามารถหาได้ภายในประเทศ เช่น ปลาป่น ข้าวโพด เป็นต้น</p>	<p>1. ต้นทุนแรงงานและสาธารณสุขโรคสูง</p> <p>2. การวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงยังมีไม่มากนัก</p> <p>3. หน่วยงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องยังไม่พร้อมมากนัก อาทิ การศึกษาหรือมาตรฐานสินค้าที่เกี่ยวข้อง</p>
โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<p>1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตรารายนำเข้าของสินค้าสัตว์เลี้ยงของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาคที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีกว่าร้อยละ 5</p> <p>2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มเริ่มให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น</p> <p>3. ช่องทางการกระจายสินค้าสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น</p>	<p>1. แม้ภาพรวมเศรษฐกิจฟิลิปปินส์จะดีขึ้น แต่ยังมีผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจำนวนมาก ทำให้คู่แข่งที่เน้นกลยุทธ์ราคาต่ำมีความได้เปรียบสูง</p> <p>2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงให้สัตว์เลี้ยงรับประทานอาหารเหลือจากโต๊ะอาหารอยู่</p>

ทั้งนี้ สามารถสรุปกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรรักษาจุดแข็งในเรื่องมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของอาหารสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ ยังควรเพิ่มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคระดับกลาง-สูงในฟิลิปปินส์ และในประเทศอื่นๆ

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ราคา (Price)	หากต้องการเจาะตลาดผู้บริโภคทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลาง โดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไปเพราะจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับบรรดประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทสัตว์เลี้ยงได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ โดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้ติดต่อกับเครือข่ายห้างค้าปลีกและร้านค้าเหล่านี้เอง (หรือผู้ส่งออกอาจติดต่อกับร้านจำหน่ายของเหล่านี้โดยตรง) สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้านั้น สามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การติดต่อกับผู้นำเข้าที่อยู่ในรายชื่อผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ตามที่แนบหลังรายงานนี้ หรือสามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thailand Week ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดขึ้นทุกปี นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรงในการจัดหาผู้นำเข้า และขอแนะนำด้านตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง เน้นกลยุทธ์หลักคือการให้สิทธิประโยชน์กับคลินิกสัตว์เลี้ยง ผู้ค้าปลีกหรือผู้กระจายสินค้าเป็นหลัก เช่น การให้ส่วนลดหรือให้ส่วนแบ่งในอัตราส่วนที่สูง นอกจากนี้ อาจร่วมกับร้านจำหน่ายสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดในช่วงเทศกาลต่างๆ ได้

4.7 ภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านของฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

เนื่องจากผู้คนมีวิถีชีวิตที่ยุ่งเหยิงมากขึ้นทำให้เกิดความเครียดและต้องการสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลาย ส่งผลให้สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านได้รับผลดีจากแนวโน้มดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้คนยังต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ใช้เวลาในการมองหาสินค้าที่มีราคาถูกที่สุดน้อยลง ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าดังกล่าวได้ในราคาสูงขึ้น โดยตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์มีมูลค่ากว่า 180,000 ล้านดอลลาร์

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เป็นอุตสาหกรรมที่กระจาย เนื่องจากมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจำนวนมาก ทั้งจากในและต่างประเทศ โดยคู่แข่งจากต่างประเทศมีตั้งแต่เฟอร์นิเจอร์ราคาแพงจนถึงเฟอร์นิเจอร์ราคาถูก ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก เพื่อคงความสามารถทางการแข่งขัน

นอกจากนี้ วิถีชีวิตของผู้คนยังทำให้ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์เริ่มเปลี่ยนแปลงไปอีกด้วยการเลือกซื้อของเหล่านี้กลายเป็นกิจกรรมรองในชีวิตประจำวัน ทำให้มีการเปลี่ยนช่องทางเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น โดยร้านเฟอร์นิเจอร์ที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงมูลค่าขายในห้างเหล่านี้ก็เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน สาเหตุอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ร้านเฟอร์นิเจอร์ในห้างขนาดใหญ่เหล่านี้เป็นที่นิยมคือ ผู้บริโภครู้สึกว่าร้านเหล่านี้เป็นศูนย์บริการแบบครบวงจรที่สามารถมองหาสินค้าได้ครบทุกรูปแบบ

ในอนาคตคาดว่า สินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์จะสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากขึ้น รวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคเริ่มใช้สินค้าที่มีราคาแพงมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ราคาสินค้าใหม่ๆ ในตลาดทำให้ผู้ประกอบการในตลาดเริ่มใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งนับเป็นปัจจัยลบในตลาดเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคฟิลิปปินส์เริ่มทำงานจากบ้านมากขึ้น และเริ่มมีที่ทำงานในบ้านมากขึ้น

เนื่องจากฟิลิปปินส์เป็นแหล่งลงทุนของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้าน BPO หลายแห่ง และหลายบริษัทในอุตสาหกรรมนี้เริ่มมีนโยบายให้พนักงานทำงานจากที่บ้านได้ ทำให้ผู้บริโภคฟิลิปปินส์เริ่มทำงานจากบ้านมากขึ้น และอาศัยอยู่ในบ้านเป็นเวลานานขึ้นอีกด้วย จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจกับการตกแต่งบ้านมากขึ้น ทั้งการปรับแต่งภูมิทัศน์ภายในบ้าน รวมถึงการซื้ออุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ในบ้านใหม่

พฤติกรรมดังกล่าว นอกจากจะเป็นผลดีต่อการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์โดยทั่วไปแล้ว ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายได้มากขึ้นคือ เฟอร์นิเจอร์สำนักงานที่ใช้ตามบ้าน เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนมีความจำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์ดังกล่าวในการทำงาน หรืออาจเป็นการซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับการนั่งพักผ่อนคลายหลังการทำงาน

ผู้บริโภคบางส่วนทำงานในบ้านเป็นเพียงงานเสริม เนื่องจากมีงานประจำอยู่แล้ว ทำให้มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นและหันมาใส่ใจกับพื้นที่ส่วนตัวในบ้านมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสอย่างหนึ่งของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านด้วยเช่นเดียวกัน

ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านที่มีราคาถูกมีจำนวนเพิ่มขึ้น

แม้ว่าตลาดผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านจะเป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาไม่มากนัก เมื่อเทียบกับสินค้าอื่นๆ แต่ราคาที่ถูกว่าก็สามารถเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคฟิลิปปินส์เลือกซื้อสินค้านั้นได้มาก ดังนั้นผู้ผลิตและผู้นำเข้าจึงนิยมเปิดตัวหรือนำสินค้าที่มีราคาถูกมาจำหน่ายในตลาด

จากการที่ราคาสินค้าต่างๆ เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือราคาสินค้าที่มีราคาถูกลงมากขึ้น ทำให้ตลาดเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์กลุ่มที่มีราคาต่ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเติบโตของยอดขายสูง ทั้งนี้ มีแนวโน้มว่าความนิยมชมชอบผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะยังมีอยู่ต่อไปในอนาคต (แต่สินค้าต้องมีคุณภาพ) แม้ว่าผู้บริโภคบางกลุ่มจะเริ่มหันไปซื้อสินค้านี้ที่ราคาที่สูงกว่า แต่ตรงกับรสนิยมและมาตรฐานคุณภาพที่ตั้งไว้ก็ตาม



ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านผ่านทางค้าปลีกสมัยใหม่

วิถีชีวิตชาวฟิลิปปินส์ที่มีความยุ่งเหยิงมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการซื้อของของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไป โดยมีผู้บริโภคจำนวนไม่มากนักที่มีเวลาไปเปรียบเทียบราคาหรือมองหาสินค้าที่ดีที่สุดจากหลายๆ ร้านเหมือนแต่ก่อน ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงสินค้าและความง่ายในการซื้อสินค้ากลายเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน

ค่านิยมดังกล่าว ทำให้ช่องทางค้าปลีกในศูนย์การค้ากลายเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม รวมถึงร้านที่จำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์โดยเฉพาะด้วย (ทั้งนี้ ร้านดังกล่าวอาจไม่จำเป็นต้องตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า แต่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเข้าถึง)

ร้านเฟอร์นิเจอร์แบบครบวงจรตามห้างสรรพสินค้าและทำเลอื่นๆ ในกรุงมะนิลา

ช่องทางค้าปลีกเหล่านี้ยังทำให้มูลค่าขายของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านเพิ่มมากขึ้นด้วย เนื่องจากฐานลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าตามร้านเหล่านี้มักเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูงกว่าผู้ที่ไปซื้อสินค้าตามร้านเล็กๆ แบบดั้งเดิม ทำให้เป็นผลดีต่อตลาดและสินค้าที่พยายามเจาะลูกค้าเป้าหมายในระดับกลาง-บน ทั้งนี้ ในอนาคตคาดว่าจะมีการเปิดร้านประเภทนี้มากขึ้นอีก เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้บริโภคทั้งในกรุงมะนิลาและต่างจังหวัดเริ่มเปลี่ยนแปลงไป มีความยุ่งเหยิงมากขึ้นและต้องการใช้เวลากับการจับจ่ายซื้อสินค้าประเภทดังกล่าวน้อยลง อย่างไรก็ตาม ร้านเฟอร์นิเจอร์แบบดั้งเดิมยังสามารถเป็นช่องทางในการเจาะตลาดบริษัทก่อสร้างขนาดใหญ่ หรือกลุ่มครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลาง-ต่ำได้

สินค้าเฟอร์นิเจอร์นำเข้าของฟิลิปปินส์นั้นนำเข้ามาจากจีนเป็นหลัก มากกว่าร้อยละ 50 และยังมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงนิยมสินค้าที่มีราคาถูกจากจีนอยู่ ทั้งนี้ไทยยังถือว่ามีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างน้อยในตลาดนี้ ประมาณร้อยละ 3 เท่านั้น และมีมูลค่าการนำเข้าจากไทยประมาณ 24.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2560 อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558-2561

กฎระเบียบการนำเข้าสำหรับสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน

สำหรับการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์นั้น ไม่มีเอกสารการนำเข้าใดที่ต้องขอเป็นพิเศษ นอกเหนือจากเอกสารที่ต้องใช้ในการนำเข้าโดยทั่วไปได้แก่

- ใบกำกับสินค้าหรือบัญชีแสดงราคาสินค้า (Commercial Invoice)
- ใบแสดงรายการบรรจุหีบห่อ (Packing List)
- ใบตราส่งสินค้า (Bill of Lading)
- ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin)
- สำหรับรายการที่ใช้ Letter of Credit ในการชำระเงิน ให้นำ Letter of Credit, Proforma Invoice (เอกสารใบแสดงรายละเอียดสินค้า ราคา แจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนที่จะมีการส่งสินค้าจริง) ใบขนสินค้าเข้าและใบแสดงรายการค้า (Import Entry Declaration)
- สำหรับรายการที่ไม่ได้ใช้ Letter of Credit ใช้ Proforma invoice และเอกสารตราพัตของ D/A, D/P, OA

สำหรับอัตราภาษีนำเข้านั้น สินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านที่มาจากกลุ่มประเทศในอาเซียนไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ในขณะที่สินค้าที่มาจากภูมิภาคอื่นๆ อาจต้องเสียภาษีมากถึงร้อยละ 15 ทำให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทยมีความได้เปรียบด้านต้นทุนจากข้อตกลงด้านภาษีดังกล่าว

ทั้งนี้ เราสามารถสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านไทยในฟิลิปปินส์ได้ดังแผนภูมิ

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรมีฝีมือ ความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ประณีต 2. ผู้ผลิตบางส่วนสามารถสร้างเอกลักษณ์และออกแบบลวดลายใหม่ได้ด้วยตนเอง 3. ตลาดภายในประเทศมีความซับซ้อน ทำให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาตนเองได้มาก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ ยังไม่มีตราสินค้าของตนเอง 2. กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังเสียเปรียบด้านต้นทุนเมื่อเทียบกับจีนหรือคู่แข่งที่ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ 3. ผู้ผลิตขาดความเข้าใจความต้องการลูกค้าต่างชาติ รวมถึงขาดความรู้ด้านการตลาด 4. อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุศาสตร์และการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
<p>1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตรารายได้นำเข้าของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาคที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีร้อยละ 1-15</p> <p>2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้นและซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านมากขึ้น</p> <p>3. ไม่มีนโยบายกีดกันการค้าสำหรับสินค้าเฟอร์นิเจอร์</p>	<p>1. สินค้าราคาถูกจากจีนที่เข้ามาตีตลาดฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง</p> <p>2. ฟิลิปปินส์มีอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ที่มีความสามารถทางการแข่งขันอยู่แล้วอาจทำให้เฟอร์นิเจอร์ไทยแข่งขันได้ยาก</p> <p>3. ผู้บริโภคฟิลิปปินส์จำนวนมากยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา</p>

จากสภาพตลาดและการวิเคราะห์ SWOT เราสามารถสรุปกลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรรักษาจุดแข็งในเรื่องของการออกแบบและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ และเนื่องจากผู้บริโภคฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะอยู่ในเมืองและมีวิถีชีวิตแบบ Urban lifestyle มากขึ้น รวมถึงมีการทำงานจากบ้านมากขึ้น ทำให้เฟอร์นิเจอร์ที่มาจำหน่าย ควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ใช้สอย และการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม และหากเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่เจาะตลาดพรีเมียม ควรเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้วัสดุที่รักษาสีแวดล้อม จะเป็นข้อได้เปรียบและเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าได้
ราคา (Price)	เนื่องจากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้นหากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลางโดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไปเพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับบรรทัดประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	<p>ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน ได้แก่ ร้านเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านโดยตรง โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า นับเป็นกระแสใหม่ของผู้บริโภคเนื่องจากมีความสะดวกสบายและครบวงจร โดยร้านเหล่านี้ อาจนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศหรือผลิตเอง สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้านั้น สามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การติดต่อกับผู้นำเข้าที่อยู่ในรายชื่อผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ ตามที่แนบหลังรายงานนี้ หรือสามารถเข้าร่วมงานนิทรรศการแสดงสินค้าอย่างงาน Thailand Week , Philippines International Furniture Show หรือ Manila FAME นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรงในการจัดหาผู้นำเข้า และขอแนะนำด้านตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจ</p>
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	<p>กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ฟิลิปปินส์ เน้นกลยุทธ์ราคา และการจัดรายการส่งเสริมทางการตลาดเป็นหลัก ทั้งนี้ในช่วงหลัง ผู้ประกอบการในตลาดเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการหลังการขายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน</p>

5

การลงทุน



5.1 การลงทุนจากต่างประเทศของฟิลิปปินส์

สำหรับการลงทุนของต่างประเทศในตลาดหลักทรัพย์ ธนาคารกลางฟิลิปปินส์รายงานว่าเดือนมกราคม 2561 มีเงินลงทุนไหลเข้า 1,623.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีเงินลงทุนไหลออก 1,461.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้มีเงินลงทุนไหลเข้าสุทธิ 162.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ตารางเงินลงทุนจำแนกตามประเทศที่เข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์ ปี 2560

อันดับ	ประเทศ	2560 (ม.ค.-พ.ย.)
	การลงทุนที่ไม่ใช่การนำผลกำไรมาลงทุนเพิ่ม (หรือการลงทุนใหม่)	2,804
1	เนเธอร์แลนด์	1,461
2	สิงคโปร์	506.4
3	สหรัฐอเมริกา	457.2
4	ฮ่องกง	103.6
5	คูเวต	60.0
6	เยอรมนี	42.1
7	ไต้หวัน	39.3
8	จีน	27.6
9	ลักเซมเบิร์ก	25.6
10	มาเลเซีย	13.8
	อื่นๆ	67.4
	การนำผลกำไรมาลงทุนใหม่	717
	ตราสารหนี้	5,204
	การลงทุนทางตรงต่างประเทศรวม	8,725

อุตสาหกรรมที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์มากที่สุด คือ การไฟฟ้า ก๊าซ ใอน้ำและเครื่องปรับอากาศ การผลิต อสังหาริมทรัพย์ ก่อสร้าง การเงินและการประกันภัย ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง วิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางเทคนิค การขนส่งและการจัดเก็บสินค้า กิจกรรมด้านสุขภาพและกิจกรรมเพื่อสังคม การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ การทำเหมืองแร่และเหมืองหินและอื่นๆ ตามลำดับ

ตัวอย่างของบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์และประเภทของอุตสาหกรรมที่เข้ามาลงทุน

บริษัท	อุตสาหกรรม
ON Semicon	อิเล็กทรอนิกส์
Shell Petroleum Corporation	น้ำมันและปิโตรเลียม
Toshiba Information Equipment (Philippines)	อิเล็กทรอนิกส์
Nestle Philippines Incorporated	อาหาร
Philips Semiconductors (Philippines) Incorporated	อิเล็กทรอนิกส์
Zuellig Pharma	ยา
Samsung Electronics Philippines Manufacturing Corporation	อิเล็กทรอนิกส์
Caltex Philippines Incorporated	น้ำมันและปิโตรเลียม
Toyota Motor Philippines Corporation	รถยนต์
Holcim Philippines Inc	วัสดุก่อสร้าง

การลงทุนของบริษัทไทยในฟิลิปปินส์ และประเภทของอุตสาหกรรมที่เข้ามาลงทุน

บริษัท	อุตสาหกรรม
Bangkok Bank	การเงินและการธนาคาร
Dusit Thani	โรงแรม
Italian-Thai Development Public Co., Ltd.	บริการก่อสร้าง
Charoen Pokphand Group	อุตสาหกรรมการเกษตร
PTT Philippines Corporation	น้ำมันและปิโตรเลียม (ค้าปลีก)
Siam Cement Group	วัสดุก่อสร้าง

บริษัท	อุตสาหกรรม
Mariwasa Siam Ceramics Inc.	วัสดุก่อสร้าง
United Pulp & Paper Co.,Inc.	กระดาษ
Quezon Power (Philippines), Limited Co.	พลังงาน
Thai Airways	สายการบิน

5.2 กฎระเบียบด้านการลงทุนในประเทศ

พระราชบัญญัติว่าด้วยการลงทุนของชาวต่างชาติปี 2534 Foreign Investments Act of 1991 บัญญัติเกี่ยวกับเรื่องการเข้ามาของการลงทุนต่างชาติและการประกอบธุรกิจในประเทศฟิลิปปินส์ รวมถึงข้อจำกัดและข้อห้ามการประกอบธุรกิจบางประเภทของนักลงทุนต่างชาติ (Foreign Investment Negative List) ซึ่งกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้คนต่างชาติที่มีไซคนฟิลิปปินส์อาจลงทุนในธุรกิจการค้าภายในประเทศหรือธุรกิจการส่งออกในฟิลิปปินส์ สามารถเป็นเจ้าของกิจการโดยถือหุ้นร้อยละ 100 ได้ แต่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- ไม่เป็นการลงทุนที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดและข้อห้าม
- ประเทศของนักลงทุนต่างชาตินั้นต้องอนุญาตให้คนชาติฟิลิปปินส์ประกอบธุรกิจในลักษณะเดียวกันภายในประเทศนั้นได้
- หากเป็นการลงทุนในธุรกิจการค้าภายในประเทศต้องมีเงินทุนชำระแล้วเป็นสกุลเปโซฟิลิปปินส์อย่างน้อย 200,000 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่การลงทุนในธุรกิจการส่งออกไม่มีเงื่อนไขขั้นต่ำ อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขเงินทุนขั้นต่ำนี้อาจลดลงเป็นเงินสกุลเปโซฟิลิปปินส์เหลือ 100,000 เหรียญสหรัฐฯ หากเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีขั้นสูงซึ่งกำหนดและรับรองโดยกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Department of Science and Technology) หรือมีการจ้างแรงงานอย่างน้อย 50 คนขึ้นไป ซึ่งรับรองโดยสำนักงานท้องถิ่นของกรมแรงงานและการจ้างแรงงาน (Department of Labor and Employment)

นอกจากนี้ ความหมายของคำว่า “คนชาติฟิลิปปินส์” (Philippine National) ในกรณีนิติบุคคลคือ นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งมีคนสัญชาติฟิลิปปินส์ถือหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 60

กิจกรรมที่มีเงื่อนไขในการลงทุนสำหรับชาวต่างชาติ (Foreign Investments Negative List-FINL)

List A : กิจกรรมที่มีข้อจำกัดการลงทุนของต่างชาติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

<p>กิจการที่ห้ามต่างชาติลงทุน</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อทุกประเภท ยกเว้นการบันทึก 2. วิชาชีพดังต่อไปนี้ : เกษษกร นักรังสีวิทยาและเทคโนโลยี X-ray นักอาชีววิทยา นักป่าไม้ นักกฎหมาย 3. กิจการค้าปลีกที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วต่ำกว่า 2.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ 4. สหกรณ์ 5. ตัวแทนนายหน้าค้าหุ้นเอกชน 6. การทำเหมืองแร่ขนาดเล็ก 7. กิจการที่ใช้ทรัพยากรในไหล่ทวีปทะเลอาณาเขต และเขตเศรษฐกิจจำเพาะรวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในแม่น้ำ อ่าว หรือแหลม 8. ธุรกิจบ่อนไก่ (Management of Cockpit) 9. การผลิต ซ่อมแซม สดสมและกระจายอาวุธนิวเคลียร์ 10. การผลิต ซ่อมแซม สดสมและกระจายอาวุธชีวภาพ อาวุธเคมี อาวุธรังสีชีวภาพ 11. การผลิตดอกไม้ไฟ ประทัด
<p>กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 20%</p>	<p>เครือข่ายวิทยุสื่อสารเอกชน</p>
<p>กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 25%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทจัดหางาน ทั้งในและต่างประเทศ 2. กิจการก่อสร้างหรือซ่อมแซมสถานที่ราชการ ยกเว้น <ol style="list-style-type: none"> (1) การก่อสร้างที่ระบุใน R.A. No. 7718 (2) กิจการที่ได้รับเงินสนับสนุนจากต่างชาติและเป็นไปตามการแข่งขันราคา ระหว่างประเทศ (International Competitive Bidding) 3. กิจการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันประเทศและความมั่นคง
<p>กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 30%</p>	<p>การโฆษณา</p>

<p>กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 40%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การแสวงหา พัฒนา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ 2. การเป็นเจ้าของที่ดินเอกชน 3. การดำเนินการบริการสาธารณะของรัฐ 4. สถาบันการศึกษาอื่นที่จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มเผยแพร่ศาสนา 5. การปลูก ผลิต แปรรูป ค้าขาย (ยกเว้นค้าปลีก) ข้าวและข้าวโพด โดยการเจรจาต่อรอง ซื้อขาย 6. ผู้จัดหาวัตถุดิบ สินค้า ให้กับกิจการที่รัฐบาลเป็นเจ้าของหรือบริษัทที่รัฐควบคุมอยู่หรือบริษัทของเทศบาล 7. การเป็นผู้ดำเนินการโครงการโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นประโยชน์หรือการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อสาธารณะ 8. เรือประมงน้ำลึก 9. บริษัทบริหารจัดการและไกล่เกลี่ยข้อพิพาท/ หนี้สิน 10. การเป็นเจ้าของคอนโดมิเนียม
<p>กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 60%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันทางการเงินที่ควบคุมโดยคณะกรรมการกำกับตลาดหลักทรัพย์ 2. สถาบันการลงทุนที่ควบคุมโดยคณะกรรมการกำกับตลาดหลักทรัพย์

List B : กิจการที่มีข้อจำกัดการลงทุนของต่างชาติด้วยเหตุผลด้านความมั่นคง การป้องกันประเทศ สุขภาพอนามัย วัฒนธรรม หรือเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

<p>กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 40%</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การผลิต ซ่อมแซม สะสมผลิตภัณฑ์ หรือส่วนประกอบตามที่กำหนดใน Philippine National Police (PNP) Clearance 2. การผลิต ซ่อมแซม สะสมผลิตภัณฑ์ หรือส่วนประกอบตามที่กำหนดโดย Department of National Defense 3. การผลิตและจำหน่ายยาอันตราย 4. ขาวนา โรงนวด หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียง ที่กฎหมายกำหนดว่าจะมีผลกระทบต่อสาธารณสุขและศีลธรรม 5. การพนันทุกชนิด ยกเว้นที่มีข้อตกลงการลงทุนร่วมกับ PAGCOR 6. บริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วน้อยกว่า 2 แสนเหรียญสหรัฐฯ 7. บริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือมีการจ้างแรงงานตั้งแต่ 50 คนเป็นต้นไป และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วน้อยกว่า 1 แสนเหรียญสหรัฐฯ
--	--

5.3 การจัดตั้งธุรกิจในฟิลิปปินส์

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1. กฎหมาย Corporation Code of the Philippines

ระบุขั้นตอนการปฏิบัติและกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ ทั้งบริษัทที่แบ่งทุน ออกเป็นหุ้นและองค์กรไม่แสวงหากำไร

2. กฎหมาย Civil Code (Partnerships)

ระบุขั้นตอนการปฏิบัติและกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน

3. พระราชบัญญัติ Securities Regulation Code (R.A. 8799)

ระบุขั้นตอนกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์

4. Presidential Decree (P.D.) 902-A ฉบับปรับปรุง

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายโอนอำนาจหน้าที่ในการควบคุมธุรกิจบางส่วน จากกรมการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry: DTI) ไปสู่สำนักงานจดทะเบียนและกำกับดูแลธุรกิจ (Company Registration and Monitoring Department: CRMD) ภายใต้คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ (Securities and Exchange Commission: SEC) ประกอบด้วย การควบคุมการจดทะเบียนของห้างหุ้นส่วน องค์กรแสวงและไม่แสวงหากำไร (Stock and Non-stock corporation)

นอกจากนี้ กฎหมายฉบับนี้ยังได้ให้อำนาจ SEC ในการตัดสินใจเกี่ยวกับความของธุรกิจภายใต้อำนาจกฎหมายที่กำหนด

การจดทะเบียนดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทที่ชาวต่างชาติสามารถจดทะเบียนได้ในประเทศฟิลิปปินส์แบ่งเป็น 7 ประเภทหลัก

1. ห้างหุ้นส่วน (Partnerships)

1.1 หุ้นส่วนทั่วไป (General Partnership) ผู้เป็นหุ้นส่วนมีหุ้นไม่จำกัด โดยผู้เป็นหุ้นส่วนคนหนึ่งหรือมากกว่าจะมีความรับผิดชอบผูกพันตามกฎหมายอย่างไม่จำกัด

1.2 หุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partnership) ผู้เป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบจะมีความรับผิดชอบผูกพันตามกฎหมายตามจำนวน

2. บริษัทจำกัด (Corporations)

2.1 บริษัทไม่แบ่งทุนเป็นหุ้น (Non-Stock Corporation) องค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการสาธารณณะ การกุศล NGOs การศึกษาและวัฒนธรรมโดยไม่มีเป้าหมายหุ้นให้สมาชิก

2.2 บริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้น (Stock Corporations) รูปแบบบริษัทที่สามารถแบ่งทุนออกเป็นหุ้นที่มีการจำหน่ายหุ้นให้ผู้ถือหุ้น

3. สำนักงานสาขา (Branch Office)

4. สำนักงานตัวแทน (Representative Office)

5. สำนักงานภูมิภาค (Regional Head Quarters)

6. สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (Regional Operating Head Quarters) สามารถทำหน้าที่

- วางแผน บริหารจัดการด้านธุรกิจและการเงิน
- โฆษณาและกิจกรรมการตลาด
- บริหารงานส่วนบุคคล
- บริการโลจิสติกส์
- จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- บริการทางเทคนิคและการสื่อสาร

7. กิจการที่เป็นเจ้าของคนเดียวโดยต่างชาติ (Sole Proprietorship Foreign owned)

เงินทุนจดทะเบียน

การกำหนดทุนจดทะเบียนขั้นต่ำตามรูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจดังนี้

1. ห้างหุ้นส่วน (Partnerships) คือกิจการที่มีการร่วมทุนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

โดยอัตราสัดส่วนการถือหุ้นของฟิลิปปินส์และชาวต่างชาติมีผลต่อเงินทุนจดทะเบียนดังนี้

- หากหุ้นส่วนธุรกิจชาวต่างชาติน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 40 ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 3,000 เปโซ
- หากหุ้นส่วนธุรกิจชาวต่างชาติมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 60 ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 200,000 เหรียญสหรัฐฯ

2. บริษัทจำกัด (Corporations) คือนิติบุคคลที่มีผู้ถือหุ้น 5 คนขึ้นไป

- หากหุ้นส่วนธุรกิจชาวต่างชาติน้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 40 ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 5,000 เปโซ (Filipino Corporation)
- หากหุ้นส่วนธุรกิจชาวต่างชาติมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 60 ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 200,000 เหรียญสหรัฐฯ

(Domestic Foreign-owned Corporation)

3. สำนักงานสาขา (Branch Office) คือกิจการที่จดทะเบียนและมีสำนักงานใหญ่ในไทยแต่ตั้งสาขาในฟิลิปปินส์ ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 200,000 เหรียญสหรัฐฯ

4. สำนักงานตัวแทน (Representative Office) หมายถึงกิจการที่จดทะเบียนในต่างประเทศแต่ตั้งสำนักงานตัวแทนในฟิลิปปินส์โดยมิได้มีรายได้ในฟิลิปปินส์ ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 30,000 เหรียญสหรัฐฯ

5. สำนักงานภูมิภาค (Regional Head Quarters: RHQ) หมายถึงกิจการที่จดทะเบียนในฟิลิปปินส์ ทำหน้าที่ประสานงาน รวบรวมข้อมูลให้แก่สำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ โดยมิได้มีรายได้ในฟิลิปปินส์ ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 50,000 เหรียญสหรัฐฯ (ชำระทุกปี)

6. สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (Regional Operating Head Quarters: RHOQs) หมายถึงกิจการที่จดทะเบียนในฟิลิปปินส์ ทำหน้าที่ดำเนินกิจกรรมแทนบริษัทแม่ โดยมิได้มีรายได้ในฟิลิปปินส์ ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 200,000 เหรียญสหรัฐฯ

7. กิจการที่เป็นเจ้าของคนเดียวโดยต่างชาติ (Sole Proprietorship Foreign owned) ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 200,000 เหรียญสหรัฐฯ

สัดส่วนการถือหุ้น

สัญชาติของบริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้นมีผลสำคัญต่อการทำธุรกรรม อาทิ

- การถือครองที่ดิน
- การรับสิทธิประโยชน์ทางภาษี
- การประกอบธุรกิจที่จำกัดสัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้ประกอบการต่างชาติ

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถถือหุ้นในบริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้นได้ร้อยละ 100 หากไม่ได้ดำเนินธุรกิจที่อยู่ในบัญชีควบคุมของฟิลิปปินส์ (Philippines Foreign Investment Negative List)

ขั้นตอนการจดทะเบียน

การจดทะเบียนมีขั้นตอนดำเนินงาน 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การจองชื่อธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถจองชื่อธุรกิจได้ 3 ชื่อ หากชื่อธุรกิจไม่ได้รับการอนุมัติ ระบบจะพิจารณาชื่อในลำดับถัดไป ค่าธรรมเนียมการจองชื่อขึ้นอยู่กับระยะเวลาการจอง (30-90 วัน) การจองชื่อธุรกิจทำได้ 2 ช่องทาง ดังนี้

- การจองชื่อด้วยตนเองที่สำนักงาน SEC ที่ฝ่ายจองชื่อ
- จองชื่อผ่านระบบออนไลน์ SEC i-Register

2. จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ

การจดทะเบียนสามารถทำได้ 2 ช่องทางเช่นกัน คือ

- จดทะเบียนด้วยตนเองที่สำนักงาน SEC
- จดทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ SEC i-Register

ผู้ประกอบการสามารถดาวน์โหลดเอกสาร พิมพ์แบบฟอร์มรับรองเอกสาร และส่งเอกสารได้ที่สำนักงาน CRMD

3. สำนักงาน SEC พิจารณาเอกสารและออกหนังสือสำคัญการจดทะเบียน (Certificate of Registration)

กรณีที่ผู้ประกอบการนำส่งเอกสารถูกต้องครบถ้วน สำนักงาน SEC สามารถพิจารณาอนุมัติจดทะเบียนห้างหุ้นส่วน บริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้น และบริษัทไม่แบ่งทุนเป็นหุ้นได้ภายใน 1 วัน

รูปแบบองค์กรธุรกิจ	เอกสารการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่ได้รับ
ห้างหุ้นส่วน	Certificate of Recording
บริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้น และไม่แบ่งทุนเป็นหุ้น	Certificate of Incorporation
สำนักงานสาขา (Branch Office) สำนักงานผู้แทน (Rep. Office) สำนักงานภูมิภาค (RHQ) สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (RHOQs)	License to Do Business

4. จดทะเบียนเลขประจำตัวผู้เสียภาษี

หลังจากที่ธุรกิจได้จดทะเบียนจัดตั้งเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการดำเนินการขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (TIN) ที่กรมสรรพากร (BIR) ซึ่งทำได้ 2 ช่องทาง คือ

- จดทะเบียนด้วยตนเองที่สำนักงาน BIR
- จดทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ e-REGISTRATION

โดยผู้ประกอบการสามารถชำระค่าธรรมเนียมได้ 3 ช่องทาง คือ

- กรมสรรพากร (Revenue District Office: RDO) หรือ
- ผ่านระบบออนไลน์ที่ eFPS หรือ
- G-Cash

ยกเว้นรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียวที่สามารถจองชื่อและจดทะเบียนโดยตรงทั้งหมดที่ DTI โดยการจดทะเบียนกิจการเจ้าของคนเดียวมีขั้นตอนดำเนินงาน 4 ขั้นตอนในลักษณะเดียวกัน ดังนี้

1. การจองชื่อธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถจองชื่อธุรกิจได้ 3 ชื่อ หากชื่อธุรกิจไม่ได้รับการอนุมัติ ระบบจะพิจารณาชื่อในลำดับถัดไป ใช้ระยะเวลาพิจารณา 1 วัน การจองชื่อธุรกิจทำได้ 2 ช่องทาง ดังนี้

- การจองชื่อด้วยตนเองที่สำนักงาน DTI ผู้ประกอบการกรอกแบบฟอร์ม BTRCP No.16 และชำระค่าธรรมเนียมที่สำนักงาน DTI ซึ่งมีเวลาทำการ 8.00-17.00 น.

- จองชื่อผ่านระบบออนไลน์ (Web-Enabled Business Name Registration System: WEBNRS) ที่ www.bnrs.dti.gov.ph

ผู้ประกอบการต้องส่งเอกสารให้สำนักงาน DTI ภายใน 10 วัน หลังจากจองชื่อผ่านระบบออนไลน์ ได้แก่ สำเนาเอกสารระบุรหัสการทำธุรกรรม TRN จำนวน 2 ชุด เอกสารยืนยันตัวตนบุคคลและรูปถ่ายปัจจุบัน การพิจารณาชื่อใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 วัน ค่าธรรมเนียมแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ค่าอากรแสตมป์ และค่าธรรมเนียมขอบเขตการทำธุรกิจ (Business Scope)

2. จดทะเบียนธุรกิจกับสำนักงานเทศบาล (Municipality)

ผู้ประกอบการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจท้องถิ่น (Barangay Clearance) จากสำนักงาน โดยนำส่งสำเนาเอกสาร TRN ที่สำนักงานเทศบาลและกรอกเอกสารรับรองการประกอบธุรกิจในเขตเทศบาล (Mayor's Permit) การพิจารณาชื่อใช้ระยะเวลาประมาณ 1 วัน ค่าธรรมเนียมประมาณ 500 เปโซ

3. จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ

ผู้ประกอบการดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจและขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (TIN) ที่กรมสรรพากร (BIR) ทำได้ 2 ช่องทางคือ

- จดทะเบียนด้วยตนเองที่สำนักงาน BIR
- จดทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ e-REGISTRATION

โดยผู้ประกอบการสามารถชำระค่าธรรมเนียมได้ 3 ช่องทาง คือ

- กรมสรรพากร (Revenue District Office: RDO) หรือ
- ผ่านระบบออนไลน์ที่ eFPS หรือ
- G-Cash

4. สำนักงาน BIR พิจารณาเอกสารและออกหนังสือสำคัญการจดทะเบียน (Certificate of Registration)

กรณีที่ผู้ประกอบการนำส่งเอกสารถูกต้องครบถ้วน สำนักงาน BIR สามารถพิจารณาอนุมัติจดทะเบียนกิจการเจ้าของคนเดียวได้ภายใน 2 วัน

เอกสารการจดทะเบียน

เอกสารที่ใช้ในการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจของบริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์และบริษัทต่างชาติ ประกอบด้วยเอกสารและข้อมูลที่จำเป็นดังต่อไปนี้

1. กิจการเจ้าของเดี่ยว (Sole Proprietorship) เตรียมเอกสาร 6 ชุด ดังนี้

- สำเนาเอกสารแสดงสัญชาติฟิลิปปินส์ อาทิ บัตรประจำตัวประชาชน

- แบบฟอร์มการจดทะเบียน แบบฟอร์ม 16
- รูปบัตรประชาชน (ขนาดเดียวกับพาสปอร์ต) 7 รูป
- ตั๋วเงินฝากยืนยันการชำระเงิน (Bank Certificates of Deposit)
- ใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Endorsement) (ถ้ามี)

2. ห้างหุ้นส่วน (Partnership)

- ใบจดทะเบียน หลักฐานการชำระค่าธรรมเนียม
- หนังสือสำคัญการจดทะเบียนและข้อบังคับบริษัท (Articles of Association and By-laws)
- ข้อมูลการจดทะเบียน (Registration Data Sheet)
- ใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Endorsement) (ถ้ามี)
- ใบอนุญาตตัวแทนพิธีการศุลกากร สำหรับธุรกิจตัวแทนส่งของ (Customs Brokerages)
- หนังสือการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วน (Articles of Partnership)

ในกรณีที่หุ้นส่วนเป็นผู้ประกอบการต่างชาติ มีเอกสารเพิ่มเติมดังนี้

- แบบฟอร์ม No. F-105
- หนังสือรับรองทางการเงิน (Bank Certificate) สำหรับการลงทุนของหุ้นส่วนต่างชาติ (Capital Contribution)
- หลักฐานการชำระเงินจดทะเบียนขั้นต่ำ (Inward Remittance)

3. บริษัทเอกชน (Non-Stock Corporation)

- ใบจดทะเบียน หลักฐานการชำระค่าธรรมเนียม
- หนังสือสำคัญการจดทะเบียนและข้อบังคับบริษัท (Articles of Association and By-laws)
- ข้อมูลการจดทะเบียน (Registration Data Sheet)
- รายการชำระเงิน (Contribution)
- หนังสือรับรอง (Affidavit)
- แบบฟอร์ม No. F108
- การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในประเทศฟิลิปปินส์

4. บริษัทมหาชน (Stock Corporation)

- ใบจดทะเบียนหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียม
- หนังสือสำคัญการจดทะเบียนและข้อบังคับบริษัท (Articles of Association and By-laws)
- หนังสือรับรอง (Treasurer's Affidavit)
- ตั๋วเงินฝากยืนยันการชำระเงิน (Bank Certificates of Deposit)
- ข้อมูลการจดทะเบียน (Registration Data Sheet)
- ใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Endorsement) (ถ้ามี)
- ใบลงทะเบียนการลงทุนจากต่างชาติ (Foreign Investment Application Form) (ถ้ามี)

5. สำนักงานสาขา (Branch Office)

- แบบฟอร์ม F-103 (สำนักงานสาขา)
- หลักฐานการชำระเงินในประเทศ (Inward Remittance)
- บันทึกการตกลงของกรรมการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศฟิลิปปินส์ (เอกสารตัวจริง)
- หลักฐานทางการเงิน (Financial Statement) รับรองโดยผู้ตรวจสอบบัญชี (CPA) ในประเทศต้นกำเนิด
- หนังสือสำคัญการจดทะเบียน (Article of Incorporation and By-laws)
- หนังสือรับรอง (Affidavit) สถานะการเงินของบริษัทแม่ (สำนักงานผู้แทน)

6. สำนักงานผู้แทน (Representative Office)

- แบบฟอร์ม F104 (สำนักงานผู้แทน)
- หลักฐานการชำระเงินในประเทศ (Inward Remittance)
- บันทึกการตกลงของกรรมการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศฟิลิปปินส์ (เอกสารตัวจริง)
- หลักฐานทางการเงิน (Financial Statement) รับรองโดยผู้ตรวจสอบบัญชี (CPA) ในประเทศต้นกำเนิด
- หนังสือสำคัญการจดทะเบียน (Article of Incorporation and By-laws)
- หนังสือรับรอง (Affidavit) สถานะการเงินของบริษัทแม่ (สำนักงานผู้แทน)

7. สำนักงานใหญ่ภูมิภาค (RHQ)

- หลักฐานการชำระเงินที่นำเข้าประเทศ (Inward Remittance)
- แบบฟอร์มลงทะเบียน (Application for RHQ/ ROHQ)
- หนังสือรับรองว่าบริษัทมีกิจการการค้าระหว่างประเทศ และมีสำนักงานภูมิภาคอยู่ในเอเชียแปซิฟิกและพื้นที่อื่นๆ

(Authenticated Certification)

- หนังสือรับรองการจัดตั้งสำนักงานภูมิภาคออกโดยคณะกรรมการของบริษัทแม่

8. สำนักงานปฏิบัติงานภูมิภาค (RHOQ)

- หลักฐานการชำระเงินที่นำเข้าประเทศ (Inward Remittance)
- แบบฟอร์มลงทะเบียน (Application for RHQ/ ROHQ)
- หนังสือรับรองว่าบริษัทมีกิจการการค้าระหว่างประเทศ และมีสำนักงานภูมิภาคอยู่ในเอเชียแปซิฟิกและพื้นที่อื่นๆ

(Authenticated Certification)

- หนังสือรับรองการจัดตั้งสำนักงานภูมิภาคออกโดยคณะกรรมการของบริษัทแม่



5.4 สิทธิประโยชน์ในการลงทุน

รัฐบาลฟิลิปปินส์ให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งและการจดทะเบียนธุรกิจ

กิจการที่จดทะเบียน BOI

กิจการทั้งของท้องถิ่นและต่างชาติที่จดทะเบียนกับ Board of Investments (BOI) จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการลงทุนหากอยู่ในเงื่อนไข ดังนี้

1. เป็นกิจการที่ระบุใน Investment Priorities Plan (IPP)
2. หากเป็นกิจการที่มีได้อยู่ใน IPP ต้องเป็นการผลิตเพื่อส่งออกอย่างน้อยร้อยละ 50 (กรณีเป็นกิจการที่ต่างชาติถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 40) หรืออย่างน้อยร้อยละ 70 (กรณีกิจการที่ต่างชาติถือหุ้นเกินร้อยละ 40)

สำหรับสิทธิประโยชน์ที่สำคัญ ได้แก่

1. การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล กิจการที่จดทะเบียนกับ BOI จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นับจากปีที่เริ่มผลิตเชิงพาณิชย์ ในระยะเวลาแตกต่างกัน ดังนี้

- โครงการใหม่ที่เป็นโครงการบุกเบิก (Pioneer Status) 6 ปี
- โครงการใหม่ที่มีได้เป็นโครงการบุกเบิก (Non-pioneer Status) 4 ปี
- โครงการขยาย 3 ปี และโดยทั่วไปจะจำกัดเฉพาะรายได้ส่วนที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น
- โครงการใหม่หรือโครงการขยายที่อยู่ในเขตห่างไกลความเจริญ (Less Developed Areas: LDAs) 6 ปี ไม่ว่าจะ เป็นโครงการบุกเบิกหรือไม่ โดยกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจะไม่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ ยกเว้นกิจการที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ของรัฐ โครงการที่เกี่ยวข้องกับด้านบริการการผลิตพลังงานไฟฟ้า หรือผู้ส่งออกที่ขยายโครงการ
- โครงการปรับปรุงกิจการ 3 ปี และโดยทั่วไปจะจำกัดเฉพาะรายได้ส่วนที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น
- โครงการใหม่และโครงการที่ตั้งอยู่ในเขต LDAs อาจได้รับยกเว้นภาษีเงินได้เพิ่มขึ้นอีก 1 ปี ถ้ากิจการนั้นมีการใช้วัตถุดิบในประเทศอย่างน้อยกึ่งหนึ่งของต้นทุนวัตถุดิบในปีก่อนหน้า (ยกเว้น BOI กำหนดสัดส่วนสูงกว่านี้) หรือสัดส่วนทุนต่อแรงงานไม่เกิน 10,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อคน หรือมีรายได้เงินตราต่างประเทศสุทธิอย่างน้อย 500,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

2. การยกเว้นภาษีนำเข้า กิจการที่มีคลังสินค้าทัณฑ์บนจะได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้าและชิ้นส่วน

3. การยกเว้นค่าธรรมเนียมท่าเรือ ภาษีส่งออก และค่าธรรมเนียมการนำเข้า กิจการที่จดทะเบียนภายใต้ IPP จะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมในการใช้ท่าเรือ ภาษีส่งออก และค่าธรรมเนียมการนำเข้าเป็นเวลา 10 ปีนับจากวันที่จดทะเบียน

4. การหักลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล กิจการสามารถนำรายจ่ายมาหักลดหย่อนรายได้ก่อนนำมาคำนวณภาษีเงินได้ ดังนี้

- ค่าจ้างแรงงานสามารถนำมาหักลดหย่อนได้กึ่งหนึ่ง หากการนั้นมีสัดส่วนทุนต่อแรงงานตามที่กำหนด และไม่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล

- ค่าใช้จ่ายในการสร้างสาธารณูปโภคที่จำเป็นสามารถนำมาหักค่าใช้จ่ายได้ทั้งหมด หากกิจการนั้นตั้งอยู่ในเขตท้องถิ่นทางไกลความเจริญที่ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งนี้ ยกเว้นกิจการเหมืองแร่และป่าไม้ ซึ่งจำเป็นต้องใกล้แหล่งวัตถุดิบอยู่แล้ว

5. การจ้างแรงงานต่างชาติ กิจการที่จดทะเบียนกับ BOI สามารถจ้างแรงงานต่างชาติในตำแหน่งผู้ชำนาญการ ช่างเทคนิค และที่ปรึกษาได้ 5 ปีนับจากวันที่จดทะเบียน ทั้งนี้ ยกเว้นประธานบริษัท กรรมการผู้จัดการ และผู้อำนวยการสร้างด้านการเงิน ไม่มีข้อจำกัดนี้

6. การผ่อนคลायพิธีการศุลกากร กิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจาก BOI จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการนำเข้าอุปกรณ์ ชิ้นส่วนอะไหล่ วัตถุดิบและสินค้า และการส่งออกสินค้า โดยการผ่อนคลायระบบพิธีการศุลกากรเพื่อการอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุน

กิจการที่จดทะเบียนกับ PEZA

สำหรับกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทุนภายใต้การกำกับดูแลของ PEZA และมีการส่งออกอย่างน้อยร้อยละ 70 จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการลงทุนที่สำคัญ ดังนี้

1. การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ผู้ประกอบการจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 4 ปี และขยายได้อีกไม่เกิน 4 ปี หลังจากนั้นสามารถเลือกเสียภาษีเงินได้ในอัตราพิเศษ (Special Income Tax) ร้อยละ 5 ของรายได้รวม (Gross Income) แทนการเสียภาษีเงินได้และภาษีท้องถิ่นในอัตราทั่วไปได้

2. การยกเว้นภาษีนำเข้า ผู้ประกอบการได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักร อุปกรณ์ชิ้นส่วนอะไหล่ และวัตถุดิบทั้งหมด

3. การยกเว้นค่าธรรมเนียมท่าเรือ ภาษีส่งออก และค่าธรรมเนียมการนำเข้า ผู้ประกอบการจะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมท่าเรือ ภาษีส่งออก และค่าธรรมเนียมในการนำเข้าสินค้าต่างๆ

4. สิทธิการพำนักถาวร ผู้ประกอบการต่างชาติและครอบครัวจะมีสิทธิการพำนักถาวรหากมีการลงทุนเริ่มต้นไม่น้อยกว่า 150,000 เหรียญสหรัฐฯ

5. การผ่อนคลायพิธีการศุลกากร ผู้ประกอบการจะได้รับความสะดวกในการนำเข้าและส่งออกสินค้า โดยการผ่อนคลायระบบพิธีการศุลกากรให้คล่องตัวขึ้น

รายชื่อหน่วยงาน/ เขตส่งเสริมเศรษฐกิจ

1. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Philippine Economic Zone Authority (PEZA)
2. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Aurora Pacific Economic Zone and Freeport (APECO)
3. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Bases Conversion and Development Authority (BCDA)
4. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Cagayan Economic Zone Authority (CEZA)

5. เขตท่าเรือปลอดภาษีและเขตเศรษฐกิจพิเศษ Clark Development Corporation (CDC)
6. ท่าเรือปลอดภาษี Freeport Area of Bataan (FAB)
7. เขตนิคมอุตสาหกรรม Phividec Industrial Authority (PIA)
8. ท่าเรือปลอดภาษี Subic Bay Metropolitan Authority (SBMA)
9. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Zamboanga Economic Zone Authority (ZEZA)
10. เขตเศรษฐกิจพิเศษ Autonomous Region in Muslim Mindanao - RBOI-ARMM
11. เขตเศรษฐกิจพิเศษภายใต้หน่วยงาน Philippine Retirement Authority

รายชื่ออุตสาหกรรมที่ฟิลิปปินส์สนับสนุนให้ลงทุนในปี 2560

1. การผลิต

- 1.1 อุตสาหกรรมอาหาร
- 1.2 เครื่องจักร ส่วนประกอบ อุปกรณ์เครื่องจักร

2. การเกษตรและการประมง

- 2.1 การผลิตเชิงพาณิชย์ ได้แก่
 - มะพร้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง กาแฟ โกโก้ การประมง สัตว์ปีกและปศุสัตว์
 - พืชมูลค่าสูง ได้แก่ ยางพารา เครื่องเทศ ผักและผลไม้

2.2 การแปรรูปเชิงพาณิชย์

- การสกัดสารที่มีมูลค่าสูงจากวัตถุดิบทางการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์จากป่า ด้วยกระบวนการผลิตเชิงชีวภาพ (Bioprocessing)
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรและประมงรวมถึงของเสีย ให้เป็นผลิตภัณฑ์ในการผลิตหรือการบริโภค

2.3 การผลิตอาหารสัตว์หรือสัตว์น้ำ ยกเว้นสัตว์ที่ใช้ในการกีฬาหรือสัตว์เลี้ยง

2.4 การผลิตปุ๋ยและยาฆ่าแมลง

2.5 การพัฒนาโรงงานน้ำตาลให้ทันสมัย

2.6 บริการสนับสนุนการเกษตรที่ใช้เครื่องจักร

- 2.7 โครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร เช่น โกดังเก็บ สถานที่สำหรับตากแห้ง โกดังเย็น ศูนย์การค้าสินค้าเกษตร โรงฆ่าสัตว์ระดับ AAA

3. บริการ

3.1 บริการออกแบบวงจรรวม

3.2 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์/ บริการฐานความรู้

- อะนิเมชัน
- การพัฒนาซอฟต์แวร์
- ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสุขภาพ

- 3.3 บริการการซ่อมเรือ
- 3.4 Charging Station สำหรับ e-Vehicle
- 3.5 การซ่อมแซม บำรุงและปรับปรุงอากาศยาน
- 3.6 การจัดการขยะอุตสาหกรรม

4. บ้านราคาต่ำ

5. โรงพยาบาล คลินิก

6. พลังงาน

- 6.1 การสำรวจและพัฒนาแหล่งพลังงาน
- 6.2 โรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า
- 6.3 บริการสนับสนุน

7. โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะและโลจิสติกส์

- 7.1 ท่าเรือและสนามบิน สำหรับสินค้าและผู้โดยสาร
- 7.2 การขนส่งทางอากาศ บกและน้ำ
- 7.3 สถานที่จัดเก็บแก๊ส LNG และสถานีเติมแก๊ส
- 7.4 โรงงานบำบัดน้ำและผลิต

8. โครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน

9. กิจกรรมเพื่อการส่งออกทั้งสินค้า บริการและบริการสนับสนุนการส่งออก

10. เกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อมทางอากาศ

5.5 อัตราภาษีในการลงทุน

นโยบายภาษีเป็นไปภายใต้กรอบการปฏิบัติสากลในฐานะหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนและสมาชิก OECD โดยมีกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับภาษีของประเทศฟิลิปปินส์ที่สำคัญคือพระราชบัญญัติสาธารณรัฐที่ 8424 หรือพระราชบัญญัติประมวลสรรพากรแห่งชาติปี 1997 แบ่งเป็น 6 ภาษีหลักคือ

1. ภาษีเงินได้ (Income Tax)
2. ภาษีอสังหาริมทรัพย์และมรดก (Estate and Donor's tax)

3. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)
4. ภาษีตามสัดส่วนร้อยละ (Percentage Tax)
5. ภาษีสรรพสามิต (Excise tax)
6. ภาษีอากรแสตมป์ (Documentary stamp Tax)

อัตราการจัดเก็บภาษีเงินได้ในประเทศฟิลิปปินส์

ภาษีเงินได้นิติบุคคล คำนวณจากฐานภาษีต่างกันตามประเภทนิติบุคคล

- นิติบุคคลในประเทศ (Domestic Corporation) หมายถึง กิจกรรมที่จดทะเบียนตามกฎหมายของฟิลิปปินส์ คำนวณภาษีเงินได้จากฐานเงินได้สุทธิ (Net Income) ที่เกิดขึ้นจากทั่วโลก

- นิติบุคคลต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์ (Resident Foreign Corporation) หมายถึง กิจกรรมที่จดทะเบียนในต่างประเทศภายใต้กฎหมายของต่างประเทศและเข้ามาดำเนินกิจการในฟิลิปปินส์ (อาทิ สาขาของสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ) คำนวณภาษีจากฐานเงินได้สุทธิ (Net Income) ที่เกิดขึ้นเฉพาะในฟิลิปปินส์

- นิติบุคคลต่างประเทศที่ไม่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์ (Non-resident Foreign Corporation) หมายถึง กิจกรรมที่จดทะเบียนในต่างประเทศภายใต้กฎหมายของต่างประเทศและมีได้เข้ามาดำเนินกิจการในฟิลิปปินส์ คำนวณภาษีจากรายได้รวม (Gross Income) ที่เกิดขึ้นเฉพาะในฟิลิปปินส์ เช่น เงินปันผล ค่าเช่า ค่าธรรมเนียม ค่าชดเชย ค่าบริการต่างๆ โดยหักภาษี ณ ที่จ่าย

ประเภทภาษี	อัตราภาษีนิติบุคคลในประเทศ/ นิติบุคคลต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์	อัตราภาษีนิติบุคคลต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์
ภาษีเงินได้นิติบุคคลทั่วไป (Taxable income)	30%	30%
ดอกเบี้ยเงินฝาก/ เงินค่าธรรมเนียมและกองทุน (Interest on Deposits/ Yield of Substitutes, Trust Funds, Royalties)	20%	35%
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากของบริษัทนิติบุคคล ในประเทศสกุลเงินต่างประเทศ (Interest Income under Foreign Currency Deposit)	7.5%	ไม่ระบุ เนื่องจากภาษีดังกล่าวมีผลบังคับใช้เพียงนิติบุคคลในประเทศ

ประเภทภาษี	อัตราภาษีนิติบุคคล ในประเทศ/ นิติบุคคล ต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ใน ฟิลิปปินส์	อัตราภาษีนิติบุคคล ต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ใน ในฟิลิปปินส์
เงินปันผลจากนิติบุคคลในประเทศ (Dividends from Domestic Corporation)	ไม่ระบุ	15% / 35% (15% หากประเทศนิติบุคคล ต่างประเทศมีกฎหมายเอื้อ การลดหย่อนภาษี)
ดอกเบี้ยเงินกู้ต่างประเทศ (Interest on Foreign Loans)	ไม่ระบุ	20%
กำไรจากการขายหุ้นของบริษัทที่ไม่อยู่ใน ตลาดหลักทรัพย์ หากน้อยกว่า 100,000 เปโซ (Gains on sales of stocks not traded in the Stock Exchange)	5%	5%
กำไรจากการขายหุ้นของบริษัทที่ไม่อยู่ใน ตลาดหลักทรัพย์หากมากกว่า 100,000 เปโซ (Gains on sales of shares not traded in the Stock Exchange)	10%	10%
กำไรจากการขายหุ้นของบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ (Gains on sales of shares listed in the Stock Exchange)	0.5% ของราคาขายรวม (Gross Selling Price)	0.5% ของราคาขายรวม (Gross Selling Price)
ภาษีรายได้นิติบุคคลต่างชาติขั้นต่ำ (Minimum Corporate Income Tax)	2% รายได้รวม	ไม่ระบุ

ทั้งนี้ ภาษีเงินได้นิติบุคคลในประเทศยังต้องคำนวณภาษีต่างกันตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	อัตราภาษี	ฐานการคำนวณภาษี
สถาบันการศึกษาและโรงพยาบาล ที่ไม่แสวงหากำไร	10%	เงินได้พึงประเมิน (Taxable Income)
บริษัทที่ได้ขึ้นทะเบียนกับ เขตเศรษฐกิจพิเศษ PEZA	5%	รายได้รวม (Gross Income)

ประเภทธุรกิจ	อัตรากาซี	ฐานการคำนวณกาซี
ชาวต่างด้าวผู้ครอบครอง/ ผู้ให้เช่าเครื่องบิน รวมถึงเครื่องยนต์และอุปกรณ์	7.5%	รายได้จากการให้เช่าในในประเทศ
ชาวต่างด้าวผู้ครอบครองเรือตามการขึ้นทะเบียนกับองค์การอุตสาหกรรมพาณิชย์	4.5%	รายได้จากการให้เช่าในในประเทศ
ชาวต่างด้าวผู้ครอบครอง ผู้ให้เช่า ผู้จัดการจำหน่าย ธุรกิจภาพยนตร์	25%	รายได้รวม (Gross Income) ในประเทศ
บริษัทขนส่งต่างชาติทางเรือและทางอากาศ	2.5%	ใบเรียกเก็บเงินเบื้องต้น (Gross billing) ในประเทศ
หน่วยธุรกิจการจัดการเงินนอกประเทศ (OBUs) และหน่วยธุรกิจเงินฝากสกุลเงินต่างประเทศ (FCDUs)	10% 32%	10% ของเงินได้พึงประเมินรวม (Gross Taxable Income) ของทุกธุรกรรมเงินสกุลต่างประเทศ และ 32% ของเงินได้พึงประเมิน (Taxable Income) ของธุรกรรมอื่นนอกเหนือธุรกรรมเงินสกุลต่างประเทศ
ศูนย์ส่วนกลางปฏิบัติงานระดับภูมิภาค (Regional Operating Headquarters)	10%	เงินได้พึงประเมิน (Taxable Income)
บุคคลผู้เป็นผู้ให้บริการที่ปรึกษาทางเทคนิค บริหารจัดการ	30%	30%

กาซีเงินได้บุคคลธรรมดา

ฟิลิปปินส์ได้เริ่มประกาศใช้โครงการปฏิรูปกาซีเพื่อผลักดันเศรษฐกิจและสร้างความเท่าเทียม (Tax Reform for Acceleration and Inclusion (RA10963): TRAIN) ซึ่งมีเป้าหมายให้ระบบกาซีง่าย ยุติธรรม มีประสิทธิภาพมากขึ้นและรองรับโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของฟิลิปปินส์ โดยเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2561 ได้เริ่มมีผลบังคับใช้โดยกฎหมายการปฏิรูปกาซีมีข้อนาสนใจที่สำคัญ ดังนี้

การลดกาซีเงินได้บุคคลธรรมดา ยกเว้นสำหรับผู้มีรายได้สูง

กฎหมายใหม่ระบุว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 250,000 เปโซต่อปี ได้รับการยกเว้นกาซีเงินได้บุคคลธรรมดา และผู้ที่มีรายได้มากกว่านั้น (ยกเว้นกลุ่มที่รวยที่สุด) จะเสียกาซีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราที่ต่ำลงตั้งแต่ร้อยละ 15-30 ภายในปี 2566 ซึ่งผู้ที่มีรายได้มากกว่า 8 ล้านเปโซต่อปี ยังต้องเสียกาซีเงินได้บุคคลธรรมดาร้อยละ 32-35

เริ่มตั้งแต่ปี 2561-2565 เป็นต้นไป ผู้มีรายได้ที่ต้องเสียกาซีในฟิลิปปินส์จะเสียกาซีในอัตราดังต่อไปนี้

ตารางอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของฟิลิปปินส์ในปี 2561-2565

รายได้ที่ต้องเสียภาษี (เปโซ)	อัตราภาษี
0-250,000	ร้อยละ 0
มากกว่า 250,000-400,000	ร้อยละ 20 ของส่วนที่เกิน 250,000 เปโซ
มากกว่า 400,000-800,000	30,000 เปโซ + ร้อยละ 25 ของส่วนที่เกิน 400,000 เปโซ
มากกว่า 800,000-2,000,000	130,000 เปโซ + ร้อยละ 30 ของส่วนที่เกิน 800,000 เปโซ
มากกว่า 2,000,000-8,000,000	490,000 เปโซ + ร้อยละ 32 ของส่วนที่เกิน 2,000,000 เปโซ
มากกว่า 8,000,000	2,410,000 เปโซ + ร้อยละ 35 ของส่วนที่เกิน 8,000,000 เปโซ

วิธีการจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล

แบบฟอร์มภาษีเงินได้ที่เกี่ยวข้องมี 4 ประเภทหลัก คือ

1. Annual Income Tax Return for Corporations and partnerships - เลขที่ 1702
2. Quarterly Income Tax Return for Corporations and Partnerships - เลขที่ 1702Q
3. Improperly Accumulated Earnings Tax Return - เลขที่ 1704
4. Account Information Form - เลขที่ 1702AIF

ระยะเวลายื่นเสียภาษี

บริษัทอาจยื่นแบบฟอร์มขอคืนภาษีเงินได้นิติบุคคล ยึดตามวันปฏิทินหรือปีงบประมาณ แต่ต้องยื่นภายในระยะเวลาที่กำหนด ดังนี้

- สำหรับไตรมาส 1, 2 และ 3 ต้องยื่นภายใน 60 วันหลังจากหมดไตรมาสนั้นๆ
- สำหรับไตรมาสสุดท้ายต้องยื่นภายในวันที่ 15 เมษายน หรือภายในวันที่ 15 ของเดือนที่ 4 ของปีภาษี

ทั้งนี้ ผู้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลมีหน้าที่ต้องจ่ายภาษี เมื่อยื่นแบบขอคืนภาษีและหากภาษีเงินได้มีมูลค่าเกิน 2,000 เปโซ อาจสามารถแบ่งชำระได้ใน 2 งวด โดยครั้งแรกชำระในวันที่ยื่นแบบฟอร์ม และงวดที่ 2 จ่ายในวันที่ 15 กรกฎาคม

ภาษีอสังหาริมทรัพย์และมรดก (Estate and Donor's tax)

อัตราการจัดเก็บภาษีประเภทอสังหาริมทรัพย์

ประเภทภาษี	อัตราร้อยละ
ภาษีการขายอสังหาริมทรัพย์ Capital Gains Tax	6% ของราคาขาย หรือราคาตลาด หรือราคาตามท้องที่แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า
ภาษีการโอนทรัพย์สิน Transfer Tax	0.25-0.75% ของราคาขาย หรือราคาตลาด หรือราคาตามท้องที่แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า
ภาษีอากรแสตมป์ Documentary Stamps Tax (DST)	0.15% ของราคาขาย หรือราคาตลาด หรือราคาตามท้องที่แล้วแต่ราคาใดจะสูงกว่า

ตัวอย่าง : การคำนวณภาษีในการโอนที่ดินสมมุติ

มูลค่าที่ดิน 388 ล้านบาท โดยมีราคาขายสูงกว่าราคาตลาดและราคาตามท้องที่

ประเภทภาษี	อัตราร้อยละ	อัตรา	มูลค่าที่ต้องจ่าย (เปโซ)
ภาษีรายได้จากเงินทุน	ผู้ขาย	6% ของราคาขาย	23,280,000
อากรแสตมป์	ผู้ซื้อ	1.5% ของราคาขาย	5,820,000
ภาษีการโอน	ผู้ซื้อ	0.75% ของราคาขาย	2,910,000

อัตราการจัดเก็บภาษีอสังหาริมทรัพย์และมรดก (Estate and Donor's tax)

ภาษีมรดก

ตามมาตรา 84 ภาษีมรดกจะมีการประเมินและเก็บจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (ราคาสินทรัพย์หักค่าใช้จ่ายที่กฎหมายอนุญาตให้ลดหย่อนได้) ในอัตราเดียวกันทั้งชาวฟิลิปปินส์และชาวต่างชาติ ตามตารางดังนี้

มูลค่าสินทรัพย์	ภาษี
น้อยกว่า 200,000 เปโซ	ยกเว้นภาษี
200,000-500,000 เปโซ	5% ของส่วนเกิน 200,000 เปโซ
500,000-2,000,000 เปโซ	15,000 + 8% ของส่วนที่เกิน 500,000 เปโซ
2,000,000-5,000,000 เปโซ	135,000 + 11% ของส่วนที่เกิน 2,000,000 เปโซ

มูลค่าสินทรัพย์	ภาษี
5,000,000-10,000,000 บาท	465,000 + 15% ของส่วนที่เกิน 5,000,000 บาท
มากกว่า 10,000,000 บาท	1,215,000 + 20% ของส่วนที่เกิน 10,000,000 บาท

ภาษีเงินรางวัล/ ของขวัญ

ตามมาตรา 98 ภาษีเงินรางวัล/ ของขวัญจะเก็บเมื่อมีการส่งมอบให้กับบุคคลธรรมดาทั้งที่เป็นพลเมืองและไม่ใช่พลเมืองชาวฟิลิปปินส์ และไม่ว่าทรัพย์สินนั้นจะเป็นทรัพย์สินประเภทสังหาริมทรัพย์หรืออสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ อัตราการเก็บภาษี แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. อัตราการเก็บภาษีการรับของขวัญทั่วไป โดยจะคำนวณจากมูลค่าของขวัญสุทธิตลอดปีปฏิทิน

มูลค่าของขวัญ	อัตราภาษี
ไม่เกิน 100,000 บาท	ยกเว้นภาษี
100,000-200,000 บาท	2% ของส่วนที่เกิน 100,000 บาท
200,000-500,000 บาท	2,000 + 4% ของส่วนที่เกิน 200,000 บาท
500,000-1,000,000 บาท	14,000 + 6% ของส่วนที่เกิน 500,000 บาท
1,000,000-3,000,000 บาท	44,000 + 8% ของส่วนที่เกิน 1,000,000 บาท
3,000,000-5,000,000 บาท	204,000 + 10% ของส่วนที่เกิน 3,000,000 บาท
5,000,000-10,000,000 บาท	404,000 + 12% ของส่วนที่เกิน 5,000,000 บาท
เกิน 10,000,000 บาท	1,040,000 + 15% ของส่วนที่เกิน 10,000,000 บาท

2. อัตราการเก็บภาษีการรับของขวัญคนแปลกหน้า โดยกำหนดให้ผู้บริจาคของขวัญต้องเสียภาษีร้อยละ 30 ของมูลค่าของขวัญรวม โดยมีนัยยะครอบคลุมบุคคลผู้บริจาคของขวัญดังนี้

- ผู้ที่ไม่นับเป็นพี่น้อง คู่สมรส บรรพบุรุษ หรือผู้สืบเชื้อสาย
- ผู้ที่ไม่นับเป็นญาติที่มีความเกี่ยวเนื่องกันภายใน 4 รุ่น

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

การยกเลิกการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มของสินค้าบางรายการ

โดยทั่วไปแล้ว สินค้าและบริการที่จำหน่ายในฟิลิปปินส์ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 12 แต่ในกฎหมายฉบับนี้ ยังมีสินค้าและบริการส่วนหนึ่งที่มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม รายการสินค้าที่ต้องยกเว้นการเสียภาษีมูลค่าเพิ่มให้เหลือน้อยลง นั้นหมายถึงมีสินค้าบางรายการที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง ถ่านหิน

สำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายภาษีมูลค่าเพิ่มกรณีขายสินค้าหรือบริการให้กับบริษัทที่จดทะเบียนใน PEZA (Philippines Economic Zones Authority) ซึ่งหลักการข้อนี้อาจยังไม่สามารถบังคับใช้ได้เนื่องจากขัดแย้งกับกฎหมาย PEZA และคำสั่งของกฤษฎีกา

ตามกฎหมายพระราชบัญญัติที่ RA 7716 กำหนดให้บุคคลใดที่ทำการค้าขาย/ การค้าต่างตอบแทน/ การแลกเปลี่ยน/ การให้เช่าสินค้าหรือทรัพย์สิน รวมถึงสินค้านำเข้าต้องเข้าข่ายเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจะจัดเก็บจากธุรกรรมการค้าทั้งการค้าขาย/ ให้เช่าสินค้าประเภททรัพย์สินรวมถึงการค้าขาย/ ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และการให้บริการทุกรายการที่อัตราร้อยละ 10 บวกอีกร้อยละ 2 เป็นภาษีให้แก่รัฐบาลท้องถิ่นของราคาขายรวม รวมเป็นภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 12

ผู้ที่ต้องจดทะเบียนผู้เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามกรอบกฎหมายภาษีมাত্রาที่ 109 กำหนดให้บุคคลที่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อ

- สร้างรายได้จากยอดขายรวม (Gross Sales) หรือจากใบเสร็จรับเงิน (Receipts) เกิน 1,500,000 เปโซ ภายในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา หรือ
- มีหลักฐานที่คาดว่าจะสร้างรายได้เกิน 1,500,000 เปโซ ภายในระยะเวลา 12 เดือนข้างหน้า

ผู้ที่ได้รับการยกเว้นเสียจากภาษีมูลค่าเพิ่ม การจำหน่ายสินค้าต่อไปนี้ ยกเว้นจากการเสียภาษีมูลค่าเพิ่มที่อัตราร้อยละ 0

- การค้าขายสินค้าเพื่อการส่งออก
- การขายสินค้าให้กับชาวต่างชาติในฟิลิปปินส์เพื่อประกอบ/ ผลิต และส่งต่อให้กับพลเมืองชาวฟิลิปปินส์ โดยจ่ายเป็นเงินตราต่างประเทศ ตามเงื่อนไขของธนาคารกลางฟิลิปปินส์
- การขายให้กับบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับการยกเว้นภายใต้เงื่อนไขพิเศษหรือมีข้อตกลงระหว่างประเทศ

การยื่นแบบแสดงการเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ผู้ที่มีหน้าที่ต้องยื่นหนังสือแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มรายเดือน (แบบฟอร์ม BIR Form 2550) ภายใน 20 วันหลังสิ้นเดือนนั้นๆ และจะต้องยื่นแบบแสดงขอคืนภาษีรายไตรมาส (BIR Form No. 2550Q) ภายใน 25 วันหลังปิดงบบัญชีรายไตรมาส

ภาษีสรรพสามิต (Excise tax)

ภาษีสรรพสามิต ได้แก่ ภาษีเฉพาะที่เรียกเก็บจากการจำหน่ายสินค้าและบริการบางประเภท ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพและศีลธรรมอันดี รวมถึงสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย และมีเหตุผลสมควรที่จะต้องรับภาระภาษีสูงกว่าปกติ

มีการปรับเพิ่มอัตราภาษีที่จัดเก็บ ซึ่งจะทำให้ราคารถยนต์ที่จำหน่ายในฟิลิปปินส์เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ ยกเว้นการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของรถบรรทุกและรถไฟฟ้า

อัตราภาษีรถยนต์ใหม่ขึ้นอยู่กับราคาขายรถยนต์สุทธิของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศ โดยอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์แสดงในตาราง

ตารางอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ในปี 2561

ราคาขายสุทธิของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า	อัตราภาษี
ต่ำกว่า 600,000 เปโซ	4%
600,000-1,000,000 เปโซ	10%
1,000,000 เปโซ-4,000,000 เปโซ	20%
4,000,000 เปโซขึ้นไป	50%

ภาษีอากรแสตมป์ (Documentary stamp Tax)

รายการ	อัตราอากรแสตมป์
สัญญาการกู้เงิน	1.50 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
การออกหุ้น	2 เปโซ ทุกมูลค่าตราหน้าหุ้น 200 เปโซ
หนังสือสัญญาซื้อขาย การจัดส่ง การซื้อขายหุ้น	1.50 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
ใบแสดงผลกำไร หรือผลประโยชน์ของสินทรัพย์หรือการระดมทุน	0.50 เปโซ ต่อมูลค่าผลกำไร 200 เปโซ
เช็คธนาคาร ดราฟต์ เงินฝากที่ไม่มีดอกเบี้ย	1.50 เปโซ
ตราสารหนี้ ตัวสัญญาใช้เงิน ตัวแลกเงิน หลักทรัพย์ที่ออกโดยรัฐบาล สิ่งทดแทนเงินฝาก เงินฝากที่มีดอกเบี้ย	0.30 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
การออกใบรับตัวแลกเงิน	0.30 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
ตัวแลกเงินจากต่างประเทศ (Letter of Credit)	0.30 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ

รายการ	อัตราอากรแสตมป์
กรรมกรรมประกันชีวิต	0.50 เปโซ ต่อมูลค่ากรรมกรรม 200 เปโซ
กรรมกรรมประกันทรัพย์สินและอื่นๆ	0.50 เปโซ ต่อมูลค่ากรรมกรรม 4 เปโซ
กรรมกรรมประกันชีวิตที่จ่ายผลตอบแทนเป็นรายปี	1.50 เปโซ ต่อมูลค่ากรรมกรรม 200 เปโซ
ใบรับประกัน/ หนังสือรับรองโดยนายทะเบียน (Notary Public)/ ศาลาการและนักสำรวจทางทะเล	15 เปโซ
ใบเสร็จคลังสินค้า	15 เปโซ
ใบขนสินค้าหรือใบเสร็จ (Bill of Lading)	1 เปโซ หากสินค้ามีมูลค่า 100-1,000 เปโซ 10 เปโซ หากสินค้ามีมูลค่าเกิน 1,000 เปโซ
หนังสือมอบฉันทะ	15 เปโซ
หนังสือมอบอำนาจให้ทนาย	5 เปโซ
สัญญาเช่าและจัดจ้าง	3 เปโซ สำหรับมูลค่าในสัญญา 2,000 เปโซแรก และ 1 เปโซ สำหรับมูลค่า 1,000 เปโซต่อไป
สัญญาจ้าง	20 เปโซ สำหรับมูลค่าในสัญญา 5,000 เปโซ และ 10 เปโซ สำหรับมูลค่า 5,000 เปโซต่อไป
สัญญาขายบ้านและโอนกรรมสิทธิ์	15 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 1,000 เปโซ

ภาษีเงินได้พิเศษ (Special Income Tax)

กิจการที่ตั้งอยู่ในเขต Ecozone, Subic Bay Freeport and Special Economic Zone และ Clark Special and Economic Zone ที่ได้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอาจเลือกชำระภาษีในอัตราพิเศษ คือ ร้อยละ 5 ของรายได้รวม (Gross Income) แทนการชำระภาษีในระบบปกติ

ภาษีจากการโอนกำไรออกนอกประเทศ (Profit Remittance Tax)

โดยทั่วไป การโอนกำไรออกนอกประเทศของกิจการต่างชาติในฟิลิปปินส์ (ยกเว้นกิจการที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ PEZA) ต้องชำระภาษีในอัตราร้อยละ 15 ของเงินโอน โดยไม่หักค่าลดหย่อนใดๆ

ภาษีศุลกากร (Customs Duty)

ภาษีศุลกากรเรียกเก็บสินค้าที่นำเข้ามาในฟิลิปปินส์ อัตราภาษีจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการจัดหมวดหมู่และประเทศแหล่งกำเนิดของสินค้าที่นำเข้า ถ้าสินค้าที่มาจากประเทศที่เป็นสมาชิกของแกตต์ (GATT) หรือสมาชิกอาเซียนจะมีการจัดเก็บภาษีภายใต้ความร่วมมือของประเทศสมาชิกด้วยกัน



5.6 ข้อมูลด้านแรงงาน

ในประเทศฟิลิปปินส์การจัดการแรงงานอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงแรงงานและการจ้างงาน (Department of Labor and Employment หรือรู้จักในนาม DOLE) โดยสามารถแบ่งกฎหมายด้านแรงงานของฟิลิปปินส์ออกเป็น 7 ส่วนหลักได้แก่

1. กฎหมายก่อนการจ้างงาน (Pre-employment)
2. กฎหมายการวางแผนแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ (HRD Program)
3. กฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงาน (Conditions of Employment)
4. กฎหมายประกันสังคมและการคุ้มครองสุขภาพ (Health, Safety and Social Welfare)
5. กฎหมายแรงงานสัมพันธ์ รวมถึงการแก้ปัญหาความขัดแย้งนายจ้างลูกจ้าง (Labor Relations)
6. กฎหมายหลังการจ้างงาน (Post-employment)
7. บทบัญญัติท้าย รวมถึงบทลงโทษ (Transitory and Final Provisions)

หน่วยงาน/ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน

1. **กลุ่มหน่วยงานการกำกับควบคุมแรงงาน/ การจ้างงาน** กระทรวงแรงงานและการจ้างงานของฟิลิปปินส์ยังแบ่งกลุ่มการจัดการดูแลแรงงานตามลักษณะของงานออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

- แรงงานทั่วไป (Worker) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลกำกับของสำนักการ จัดหางาน (Bureau of Employment Services)
- แรงงานประมง (Seaman) ภายใต้การดูแลกำกับของคณะกรรมการกำกับแรงงานประมงแห่งชาติ (National Seamen Board)
- แรงงานในต่างประเทศ (Overseas employment) ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการพัฒนาการจ้างงานในต่างประเทศ (Overseas Employment Development Board)
- แรงงานต่างด้าว (Emigrant) ภายใต้การดูแลกำกับของสำนักงานกิจการแรงงานต่างด้าว (Office of Emigrant Affairs)

2. **กลุ่มหน่วยงานการวางแผน/ พัฒนาแรงงานและทรัพยากรมนุษย์** กระทรวงแรงงานและการจ้างงานของฟิลิปปินส์ยังแบ่งกลุ่มการวางแผนพัฒนาจัดการแรงงานออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

- คณะกรรมการสำนักเลขาธิการแรงงานและการจ้างงาน (Council Secretariat)
- สำนักงานการวางแผนและพัฒนากำลังคน (Office of Manpower Planning and Development)
- สำนักงานพัฒนากำลังคนระดับภูมิภาค (Regional manpower development offices)
- สำนักงานพัฒนาแรงงานวิชาชีพ (Office of Vocational Preparation)
- ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานแห่งชาติ (National Manpower Skills Center)
- สภาพัฒนาแรงงานและเยาวชนแห่งชาติ (National Manpower and Youth Council)
- คณะกรรมการสภาอุตสาหกรรม (Industry boards)

3. กลุ่มหน่วยงานดูแลการกำหนดค่าแรงและเงินเดือน

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับค่าจ้างและผลการผลิตแห่งชาติ (National Wages and Productivity Commission)
- คณะกรรมการกำกับค่าจ้างและผลการผลิตไตรภาคี (Regional Tripartite Wages and Productivity Boards)
- คณะกรรมการกำกับค่าตอบแทนโดยพนักงาน (Employees' Compensation Commission)

ตามประมวลกฎหมายแรงงานแห่งประเทศฟิลิปปินส์ (Labor Codes of the Philippines) เล่มที่ 3 กฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงาน (Conditions of Employment) ระบุรายละเอียดตามหัวข้อหลักโดยสังเขปดังนี้

ชั่วโมงการทำงาน

สำหรับแรงงานทั่วไปกำหนดให้ทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน (ระยะเวลาพักกลางวัน 1 ชั่วโมง) ระยะเวลา 5 วันติดต่อกัน ยกเว้นข้าราชการพลเรือน (Government Employees) พนักงานระดับผู้บริหาร (Managerial Employees) พนักงานภาคสนาม (Field Personnel) การจ้างงานตามผลงาน งานลักษณะผู้ช่วยเลขานุการส่วนบุคคล สมาชิกในครอบครัวที่ทำงานในฐานะเป็นผู้พึ่งพา แม่บ้าน (Domestic Helpers)

สำหรับบุคลากรด้านสาธารณสุขและดูแลสุขภาพรวมถึงแพทย์ วิชาชีพอพยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่ทำงานในเขตเมืองที่มีประชากรมากกว่า 1 ล้านคน หรือในโรงพยาบาล/ คลินิกที่มีเตียงผู้ป่วยมากกว่า 100 เตียง หากมีความจำเป็นต้องทำงานเกินกำหนดติดต่อกัน 6 วัน 48 ชั่วโมง กำหนดให้จ่ายค่าจ้างชดเชยที่อัตราเพิ่มจากฐานเงินเดือนร้อยละ 30

การทำงานล่วงเวลา

- หากทำงานเกิน 8 ชั่วโมงในวันทำงานปกติ ลูกจ้างต้องได้รับค่าล่วงเวลาที่ร้อยละ 25 จากอัตราค่าจ้างปกติ
- หากทำงานเกิน 8 ชั่วโมงในวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้าง ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้างเพิ่มเติมอย่างน้อยร้อยละ 30 จากอัตรการจ้างงานปกติ
- หากมีการทำงานกะกลางคืนในช่วงเวลา 22.00-06.00 น. ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้างเพิ่มเติมที่ร้อยละ 10 จากอัตรการจ้างงานปกติ

วันหยุดรายสัปดาห์

กำหนดวันพักผ่อน 1 วัน หลังทำงานติดต่อกัน 6 วัน โดยสามารถตกลงวันหยุดรายสัปดาห์กับลูกจ้าง ทั้งนี้ ต้องเคารพสิทธิการเลือกวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้างหากเป็นเหตุผลเกี่ยวกับศาสนา

วันหยุดและค่าจ้างชดเชยการทำงานในวันหยุด

วันหยุดนักขัตฤกษ์ทางการ 12 วัน วันหยุดทางการพิเศษซึ่งขึ้นอยู่กับการกำหนดของรัฐตามแต่กรณีในแต่ละปีประมาณ 3-8 วัน

- หากเป็นการทำงานในวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้าง ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้าง 1 วันทำงานที่อัตรการจ้างงานชดเชยอย่างน้อยร้อยละ 30 จากอัตรการจ้างงานปกติ (ร้อยละ 130)
- หากเป็นการทำงานในวันหยุดทางการพิเศษ ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้าง 1 วัน และค่าจ้างชดเชยอย่างน้อยร้อยละ 30 จากอัตรการจ้างงานปกติ (ร้อยละ 130)

- หากเป็นการทำงานในวันหยุดทางการพิเศษซึ่งทับซ้อนกับวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้าง ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้างเพิ่มเติมอย่างน้อยร้อยละ 50 จากอัตราการทำงานปกติ (ร้อยละ 150)
- หากเป็นการทำงานในวันหยุดนักขัตฤกษ์ทางการ ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้างอีกเท่าตัวจากอัตราการทำงานปกติ (ร้อยละ 200)
- วันหยุดนักขัตฤกษ์ทางการพื้นฐานที่ผู้จ้างต้องจ่ายค่าชดเชยแม้มีการทำงาน ได้แก่
 - วันปีใหม่
 - Maundy Thursday
 - Good Friday
 - วันที่ 9 เมษายน
 - วันที่ 1 พฤษภาคม
 - วันที่ 12 มิถุนายน
 - วันที่ 4 กรกฎาคม
 - วันที่ 13 พฤศจิกายน
 - วันที่ 25 และ 30 ธันวาคม
 - วันที่กำหนดให้เป็นวันเลือกตั้งตามกฎหมาย

วันหยุดรายปีหลังผ่านการทำงาน

ลูกจ้างที่ทำงานมากกว่า 1 ปีมีสิทธิวันหยุดรายปีจำนวน 5 วัน โดยไม่หักเงินเดือน

ค่าจ้างแรงงาน

- แรงงานขั้นต่ำขึ้นกับเขตการจ้างงาน ตามประกาศของคณะกรรมการกำกับค่าจ้างและผลผลิตไตรภาคีระดับภูมิภาค (Regional Tripartite Wages and Productivity Board) ซึ่งกำหนดอัตราค่าจ้างที่เป็นธรรมกับทุกฝ่าย
- กำหนดจ่ายค่าจ้างเป็นเงินสดหรือเช็ค จ่าย 2 รอบต่อ 1 เดือน โดยไม่มีการหักค่าประกัน ค่าชดเชยความเสียหาย ค่าลดหย่อนทุกประเภทจากเงินค่าจ้างยกเว้นค่าสหภาพแรงงานหรือค่าประกันสุขภาพ

กฎหมายประกันสังคมและการคุ้มครองสุขภาพ

หน่วยงาน/ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน

1. คณะกรรมการกำกับค่าตอบแทนพนักงาน/ ลูกจ้าง (Employee Compensation Commission)
2. สำนักงานดูแลระบบสวัสดิการประกันสังคมพนักงาน/ ลูกจ้าง (Social Security System หรือ SSS)
3. สำนักงานดูแลระบบสวัสดิการประกันสังคมข้าราชการพลเรือน (Government Service Insurance System หรือ GSIS)

ตามประมวลกฎหมายแรงงานแห่งประเทศไทยฟิลิปปินส์ (Labor Codes of the Philippines) เล่มที่ 4 กฎหมายประกันสังคมและการคุ้มครองสุขภาพ (BOOK FOUR HEALTH, SAFETY AND SOCIAL WELFARE BENEFITS)

การคุ้มครองสุขภาพและการรักษาพยาบาล

- กำหนดให้นายจ้างจัดการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่พนักงานหนึ่งส่วน
 - หากมีการจ้างงานระหว่าง 50-200 คน กำหนดให้มีสถานพยาบาลเบื้องต้นพร้อมยาและการดูแลสุขภาพช่องปากเบื้องต้นโดยพยาบาลวิชาชีพ หากสถานที่ไม่มีความเสี่ยงต่ออันตรายสามารถทดแทนพยาบาลวิชาชีพด้วยการจัดสรรบุคลากรปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้
 - หากมีการจ้างงานระหว่าง 200-300 คน กำหนดให้มีคลินิกฉุกเฉินพยาบาลวิชาชีพ แพทย์นอกเวลา และทันตแพทย์นอกเวลา
 - หากมีการจ้างงานเกิน 300 คนขึ้นไป กำหนดให้มีโรงพยาบาลฉุกเฉิน พร้อมด้วยพยาบาลวิชาชีพ แพทย์ และทันตแพทย์ โดยต้องมีเตียงผู้ป่วย 1 เตียงต่อจำนวนพนักงาน 100 คน
- ในกรณีที่นายจ้างทำข้อตกลงกับโรงพยาบาลในการคุ้มครองดูแลสุขภาพได้ทันทีหากมีกรณีจำเป็น นายจ้างไม่จำเป็นต้องจัดสรรโรงพยาบาลหรือคลินิกฉุกเฉินในสถานที่ทำงาน

กองทุนประกันสังคมแห่งชาติ (The State Insurance Fund)

- โดยนายจ้างให้เงินจากวันแรกของการเปิดดำเนินการ และลูกจ้างให้เงินจากวันแรกของการทำงาน และทั้ง 2 ฝ่ายต้องลงทะเบียนกับระบบสำนักงานดูแลระบบสวัสดิการประกันสังคมพนักงาน/ ลูกจ้าง SSS
- กองทุนประกันสังคมไม่รับผิดชอบในกรณีที่ลูกจ้างหรือผู้อยู่ในอุปการะได้รับบาดเจ็บถึงพิการหรือเสียชีวิต อันเกิดจากความตั้งใจหรือเกิดจากความประมาทเลินเล่อของลูกจ้างเอง
- กองทุนประกันสังคมเป็นผู้รับผิดชอบ หากมีกรณีบาดเจ็บถึงพิการหรือเสียชีวิตของลูกจ้างหรือผู้อยู่ในอุปการะจากอุบัติเหตุโดยบุคคลที่สาม

การจ่ายเงินเบี้ยประกันสังคม (Contributions)

- กำหนดให้ลูกจ้างจ่ายเบี้ยประกันสังคมทุกวันสุดท้ายของเดือนตลอดช่วงระยะเวลาสัญญาการจ้างงานที่ร้อยละ 1 ของเงินเดือน
- กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราการจัดเก็บเบี้ยประกันสังคมหากมีการปรับเพิ่มความเสี่ยง
- นายจ้างจ่ายเบี้ยประกันสังคมสมทบโดยไม่มีภาระหักจากเงินเดือนลูกจ้าง และสามารถหยุดการจ่ายเบี้ยประกันสังคมสมทบในเดือนสุดท้ายที่มีการจ้างงาน หรือจ่ายเงินเดือนแก่ลูกจ้าง หรือจากการยุติการจ้างงานจากการเสียชีวิตหรือทุพพลภาพ
- ตามมาตราที่ 200 หากลูกจ้างเจ็บถึงพิการหรือเสียชีวิตอันเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของนายจ้างด้านมาตรฐานสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน กำหนดให้นายจ้างจ่ายเงินชดเชยเพิ่มเติมที่ร้อยละ 25 ของจำนวนเงินสะสมของลูกจ้าง

แผนบำนาญ

- บุคคลที่ได้รับการคุ้มครองจากแผนประกันสังคม กำหนดให้นายจ้างและลูกจ้างอายุไม่เกิน 60 ปี ให้มีการจ่ายเบี้ยเงินประกันสังคม โดยลูกจ้างสามารถได้รับสิทธิเงินบำนาญเกษียณอายุหรือเงินประกันชีวิตหลังอายุ 60 ปีขึ้นไป

เงินสงเคราะห์การเจ็บป่วย (Medical Benefits)

กำหนดให้ลูกจ้างสามารถได้รับคุ้มครองทันทีหลังการเจ็บป่วยหรือบาดเจ็บโดยกองทุนประกันสังคม

- โดยผู้กำหนดรายชื่อหรือเปลี่ยนสถานที่พักฟื้น โรงพยาบาล แพทย์ตามความเหมาะสม
- หากลูกจ้างไม่ยื่นผลการตรวจสุขภาพตามกำหนด กองทุนประกันสังคมสามารถหยุดการจ่ายประกันค่ารักษาได้
- ค่ารักษาพยาบาลต้องไม่เกินราคากลางค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลทั่วไปตามกำหนดในประมวลพระราชบัญญัติ

611 หรือ Philippine Medical Care Act of 1969

- กำหนดให้กองทุนประกันสังคมจัดสรรการให้บริการการรักษาเพื่อฟื้นฟูสมรรถภาพในกรณีทุพพลภาพ

เงินชดเชยทุพพลภาพ (Disability Benefits)

ทุพพลภาพชั่วคราว

• กำหนดให้ลูกจ้างทุพพลภาพชั่วคราวได้รับเงินชดเชยร้อยละ 90 ของค่าเงินเดือนเฉลี่ยเครดิตต่อวัน เป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่เกิน 120 วัน โดยค่าเฉลี่ยรายวันดังกล่าวต้องอยู่ระหว่าง 10-90 เปโซต่อวัน ตามมาตราที่ 19 ของระเบียบ Presidential Decree No. 850

ทุพพลภาพถาวร

• กรณีลูกจ้างทุพพลภาพถาวร กองทุนประกันสังคมจ่ายเงินชดเชยจำนวนเท่ากับเงินชดเชย 10 เดือน รวมค่าชดเชยเพิ่มอีกร้อยละ 1 ตามจำนวนบุตร (สูงสุดไม่เกิน 5 คนนับจากบุตรคนเล็กสุด)

• โดยจ่ายติดต่อน้อย 5 ปี และจะระงับการจ่ายค่าชดเชยหากลูกจ้างสามารถกลับไปทำงานได้อีกเต็มเวลา หรือหายจากความทุพพลภาพ หรือไม่มามีรายงานตัวตามการนัดหมายของสำนักงานกองทุนประกันสังคมทุกรอบ 1 ปี

โดยแบ่งประเภทลักษณะทุพพลภาพถาวรดังนี้

1. ทุพพลภาพสิ้นเชิง

- ทุพพลภาพชั่วคราวเกิน 120 วัน สามารถตีความตามบัญญัตินี้
- การสูญเสียดวงตาทั้งสองข้าง
- การสูญเสียแขน/ขา หรือข้อเท้าหรือข้อมือทั้ง 2 ข้าง
- อาการอัมพาตของแขนหรือขาทั้ง 2 ข้าง
- การได้รับความกระทบกระเทือนทางสมองและมีผลกระทบต่อสติสัมปชัญญะ

2. ทุพพลภาพถาวรบางส่วน

โดยผู้ทุพพลภาพถาวรบางส่วนจะได้รับค่าชดเชยทุพพลภาพตามระยะเวลาที่กำหนดดังนี้

นิ้วหัวแม่มือ 1 นิ้ว -10 เดือน

นิ้วชี้ 1 นิ้ว -8 เดือน

นิ้วกลาง 1 นิ้ว -6 เดือน

นิ้วนาง 1 นิ้ว -5 เดือน

นิ้วก้อย 1 นิ้ว -3 เดือน

นิ้วโป้งเท้า 1 นิ้ว -6 เดือน

นิ้วเท้า 1 นิ้ว -3 เดือน

แขน 1 ข้าง -50 เดือน

มือ 1 ข้าง -39 เดือน

เท้า 1 ข้าง -31 เดือน

ขา 1 ข้าง -46 เดือน

หู 1 ข้าง -10 เดือน

หูทั้ง 2 ข้าง -20 เดือน

การได้ยินของหู 1 ข้าง -10 เดือน

การได้ยินของหูทั้ง 2 ข้าง -50 เดือน

ดวงตา 1 ดวง -25 เดือน

เงินชดเชยกรณีเสียชีวิต (Death Benefits)

• กรณีลูกจ้างเสียชีวิต กองทุนประกันสังคมจ่ายเงินชดเชยจำนวนเท่ากับเงินเดือนชดเชยเพิ่มอีกร้อยละ 10 ต่อบุตรหนึ่งคน โดยชดเชยจำนวนสูงสุดไม่เกินบุตร 5 คน เริ่มนับจากบุตรคนเล็ก

• ผู้รับประโยชน์หลักจะได้รับเบี้ยชดเชยเป็นเวลา 5 ปีติดต่อกัน

• หากไม่มีผู้รับประโยชน์หลักให้จ่ายเบี้ยชดเชยแก่ผู้รับประโยชน์รองเป็นเวลาไม่เกิน 60 เดือน ตามระเบียบ

Presidential Decree No. 1921

• เงินชดเชยกรณีเสียชีวิตกำหนดมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท

• เงินค่าจ้างงานฉาบฉวยที่ 3000 บาทแก่ลูกจ้างผู้เสียชีวิต

แรงงานต่างด้าว

• กำหนดให้แรงงานต่างด้าวต้องได้รับใบอนุญาตการทำงานจากกระทรวงแรงงานและการจ้างงาน (DOLE)

• กำหนดให้สามารถจ้างแรงงานต่างด้าวในกรณีหากไม่สามารถหาแรงงานชาวฟิลิปปินส์ที่มีความสามารถเฉพาะที่ทดแทนได้

• ไม่อนุญาตให้มีการเปลี่ยนถ่ายโอนตำแหน่งงานหรือเปลี่ยนนายจ้างโดยไม่แจ้งต่อกระทรวง หากฝ่าฝืนมีความผิด

• นายจ้างที่ประสงค์จะขอใบอนุญาตการทำงานต้องแจ้งรายชื่อของบุคคลต่างด้าว ระบุข้อมูลชื่อ สัญชาติ ที่อยู่ในประเทศ และถิ่นที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ ลักษณะการทำงานและข้อมูลสถานะการพักอาศัยในประเทศฟิลิปปินส์

• หากเป็นการจ้างงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษ กระทรวงสามารถออกใบอนุญาตตามคำร้องของหน่วยงานเขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าว

ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำวีซ่า สำหรับแรงงานต่างด้าวในฟิลิปปินส์ เป็นดังนี้

1. บัตรประจำตัวต่างด้าว I-CARD

บัตรประจำตัวต่างด้าว	ระยะเวลา	ค่าใช้จ่าย
I-CARD	1 ปี	50 เหรียญสหรัฐฯ
I-CARD	2 ปี	100 เหรียญสหรัฐฯ
I-CARD	3 ปี	150 เหรียญสหรัฐฯ

2. ใบอนุญาตทำงาน แบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก

ประเภทใบอนุญาตทำงาน	วัตถุประสงค์	ระยะเวลา	ยื่นขอใบ อนุญาต	ขอต่ออายุ
PROVISIONAL WORK PERMIT	สำหรับชาวต่างชาติที่อยู่ระหว่างการ รอรับวีซ่าทำงานและใบอนุญาตทำงาน ระยะยาว	3 เดือน	4,040	
SPECIAL WORK PERMIT: COMMERCIAL	สำหรับชาวต่างชาติที่มีสัญญาจ้างงาน ไม่เกิน 3-6 เดือน	6 เดือน	6440	
ALIEN EMPLOYMENT PERMIT	สำหรับชาวต่างชาติที่ทำงานใน ประเทศฟิลิปปินส์ระยะยาวทั่วไปรวมถึง ประเภทวีซ่า SIRV, SRRV, 9d , 47a	1 ปี	8,000	3,000 ต่อปี

3. ค่าใช้จ่ายค่าทำวีซ่าทำงานทั่วไป: PRE-ARRANGED EMPLOYEE VISA

ระยะเวลา	ค่าใช้จ่ายวีซ่า พนักงาน: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่า คู่สมรส: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่า ผู้ติดตามอายุ 16 ปี: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่า ผู้ติดตามอายุ 18 ปี: เปโซ
1 ปี	10,130	8,120	7,870	7,370
2 ปี	17,170	13,960	13,710	13,210
3 ปี	24,210	19,800	19,550	19,050

* หมายเหตุ: ราคาทั่วไปสำหรับบริษัทที่ไม่ติดในอันดับ TOP 1,000

4. ค่าใช้จ่ายต่ออายุวีซ่าทำงานทั่วไป: PRE-ARRANGED EMPLOYEE VISA

ระยะเวลา	ค่าใช้จ่ายวีซ่าพนักงาน: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่าคู่สมรส: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่าผู้ติดตามอายุ 16 ปี: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่าผู้ติดตามอายุ 18 ปี: เปโซ
1 ปี	7,060	6,360	6,360	6,360
2 ปี	13,100	11,700	11,700	11,700
3 ปี	19,140	17,040	17,040	17,040

* หมายเหตุ: ราคาทั่วไปสำหรับบริษัทที่ไม่ติดในอันดับ TOP 1,000

5. การทำวีซ่าและใบอนุญาตการทำงาน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก

5.1 วีซ่าสำหรับพนักงาน แบ่งเป็น 8 ประเภทหลัก

- 1) 9G Visa - วีซ่าระยะยาวทั่วไปสำหรับแรงงานต่างด้าวฝีมือ
- 2) 9d Visa - วีซ่าสำหรับบริษัทจากประเทศที่มีข้อตกลงพิเศษ 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนี
- 3) 47 (a) - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานของบริษัทที่ได้รับสิทธิพิเศษภายใต้สำนักงาน BOI และ PEZA
- 4) Subic Working Visa - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานบริษัทที่ได้รับสิทธิพิเศษภายใต้เขตเศรษฐกิจพิเศษ Subic
- 5) Clark Working Visa - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานบริษัทที่ได้รับสิทธิพิเศษภายใต้เขตเศรษฐกิจพิเศษ Clark
- 6) CEZA Working Visa - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานบริษัทที่ได้รับสิทธิพิเศษภายใต้เขตเศรษฐกิจพิเศษ CEZA
- 7) RHQ/ROHQ R.A. 8756 Visa - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานของบริษัทประเภทสำนักงานใหญ่ ศูนย์ส่วนกลางปฏิบัติการระดับภูมิภาค บริษัทข้ามชาติ
- 8) PD 1034 Visa - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานของบริษัทธุรกิจธนาคารนอกประเทศ (Offshore Banking)

5.2 วีซ่าพิเศษสำหรับผู้ลงทุน แบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก

- 1) Special Investors Resident Visa (SIRV) - วีซ่าสำหรับผู้ลงทุนในประเทศทั่วไป โดยต้องนำฝากเงินจำนวนไม่ต่ำกว่า 75,000 เหรียญสหรัฐฯ และต้องลงทุนในแผนธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีความยั่งยืน
- 2) SPECIAL VISA FOR EMPLOYMENT GENERATION (SVEG) - วีซ่าสำหรับผู้ลงทุนระดับสร้างงานในประเทศ โดยต้องจ้างงานแรงงานชาวฟิลิปปินส์ขั้นต่ำจำนวน 10 คน และต้องมีแผนธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายและมีความยั่งยืน

5.7 ระบบบัญชี

กฎหมายและมาตรฐาน

ระบบบัญชีของประเทศฟิลิปปินส์โดยรวมได้รับอิทธิพลส่วนใหญ่มาจากระบบประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ยุคภายใต้การปกครองของสหรัฐฯ โดยฟิลิปปินส์รายงานการเงินตามระบบ GAAP ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานการรายงานการเงินบัญชีสากลที่มาจากประเทศสหรัฐฯ รวมทั้งการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ตามแนวทางรายงานการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา

ในระยะหลังฟิลิปปินส์ต้องการให้ระบบการรายงานทางการเงินภายในประเทศมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยหันมาใช้กรอบมาตรฐานรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ IAS ในปี 2540 ตามด้วยกรอบมาตรฐานรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ IFRS ตามกฎหมายพระราชบัญญัติ RA 9298 (หรือกฎหมายการบัญชีแห่งชาติ) ในปี 2547 มาปรับเป็นพื้นฐานการรายงานบัญชีหลักของประเทศ ดังนี้

- มาตรฐาน PAS (Philippine Accounting Standard) ตามแนวทางการรายงานของ IAS
- มาตรฐาน PFRS (Philippine Financial Accounting Standards) ตามแนวทางการรายงานของ IFRS
- มาตรฐาน PFRS for SMEs (Philippine Financial Accounting Standards for Small and Medium Enterprise)

ซึ่งเป็นมาตรฐานการรายงานการเงินการบัญชีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวทางการรายงานของ IFRS ที่ใช้ในประเทศฟิลิปปินส์ปัจจุบัน

ตามพระราชบัญญัติ RA 9298 สภาวิชาชีพบัญชีฟิลิปปินส์ (PICPA) แบ่งกลุ่มการตรวจสอบบัญชีออกเป็น 4 กลุ่มตามประเภทกิจการ ได้แก่

- กลุ่มกิจการเพื่อสาธารณะ
- กลุ่มพาณิชย์และอุตสาหกรรม
- กลุ่มการศึกษา/ วิทยาลัย มหาวิทยาลัย
- กลุ่มหน่วยงานราชการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี

- สภาวิชาชีพบัญชีฟิลิปปินส์ หรือ PICPA
- สภามาตรฐานการสอบบัญชี หรือ AASC
- คณะกรรมการการบัญชี หรือ BOA
- สภามาตรฐานการรายงานทางการเงิน หรือ FRSC
- คณะกรรมการตรวจสอบ หรือ COA
- ธนาคารกลางฟิลิปปินส์ หรือ BSP
- สำนักผู้บริหารสถาบันการเงินแห่งประเทศไทยฟิลิปปินส์ หรือ FINEX
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ SEC
- กรมสรรพากรฟิลิปปินส์ BIR



ประเภทรายงาน/ งบการเงินการบัญชี

รัฐบาลฟิลิปปินส์กำหนดให้บริษัทที่ดำเนินกิจการในประเทศต้องจัดทำยื่นรายงานการเงินการบัญชีทั่วไปตามมาตรฐานสากลดังนี้

- งบดุล (Balance Sheet)
- งบกำไรขาดทุน (Income Statement)
- งบกระแสเงินสด (Cash Flow Statement)
- งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ(Statement of Changes in Equity)
- รายงานความเห็นของผู้สอบบัญชี (Auditor's Opinion)
- งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ (Statement of Comprehensive Income)
- งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า (Pro forma Income Statement)

ประเภทบริษัทและการบัญชี

ตามระเบียบที่ SRC 68 การรายงานบัญชีต้องรายงานตรงต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ SEC โดย SEC แบ่งประเภทการยื่นรายงานตามขนาดของบริษัทโดยทั่วไปออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. บริษัทขนาดใหญ่และบริษัทมหาชน
 2. กิจการเอสเอ็มอี
 3. กิจการขนาดเล็ก โดยแต่ละกลุ่มมีหลักการโดยสังเขปดังนี้
- บริษัทขนาดใหญ่/ กิจการที่มีส่วนได้เสียสาธารณะ/ บริษัทมหาชน - ใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS พร้อมรายงานประกอบอื่นตามระเบียบ SRC 68 ส่วนที่ 2

- บริษัทที่มีสินทรัพย์รวมมากกว่า 350 ล้านเปโซ หรือบัญชีหนี้สินรวมมากกว่า 250 ล้านเปโซ หรือ
- เป็นกิจการที่ต้องการออกหุ้นสามัญ
- ถู้อิโบนุญาตเสริมเฉพาะจากหน่วยงานรัฐ

- กิจการผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SME - ใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS for SMEs
 - ธุรกิจที่มีสินทรัพย์รวมของมากกว่า 3-350 ล้านเปโซ หรือบัญชีหนี้สินรวมมากกว่า 3-250 ล้านเปโซ หรือ
 - ไม่เป็นกิจการที่ต้องการออกหุ้นสามัญ
 - ไม่ถู้อิโบนุญาตเสริมเฉพาะจากหน่วยงานรัฐ

ยกเว้น

• กิจการเอสเอ็มอีที่ไม่สามารถรายงานได้ตามเกณฑ์ขั้นต่ำของมาตรฐานบัญชี PFRS for SMEs และจะมีผลกระทบทางลบต่อบัญชีสินทรัพย์และหนี้สินของบริษัทในระยะยาว

- กิจการเอสเอ็มอีที่มีแผนการออกหุ้นสามัญภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี
- กิจการเอสเอ็มอีที่อยู่ระหว่างการชำระบัญชีหนี้สิน

- บริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SME พิเศษ - ที่ต้องใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS
 - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทในเครือภายใต้บริษัทแม่ในประเทศ
 - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทร่วมทุน/ บริษัทในเครือ
 - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทที่ถูกกำหนดให้รายงานภายใต้มาตรฐานการรายงาน PFRS

- บริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SME พิเศษ - ที่ต้องใช้มาตรฐานการรายงาน IFRS
 - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทในเครือภายใต้บริษัทแม่ต่างประเทศ
 - บริษัทเอสเอ็มอีเป็นบริษัทสาขาหรือบริษัทศูนย์ปฏิบัติการส่วนภูมิภาคต่างประเทศ
- ธุรกิจขนาดเล็ก - สามารถใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS for SMEs หรือมาตรฐานการรายงานอื่นที่ไม่ขัดต่อระเบียบการบัญชีสากลได้
 - ที่มีสินทรัพย์บัญชีหนี้สินรวมน้อยกว่า 3 ล้านบาท
 - ไม่เป็นกิจการที่ต้องการออกหุ้นสามัญ
 - ไม่ถือใบอนุญาตเสริมเฉพาะจากหน่วยงานรัฐ

5.8 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน

1. ราคาที่ดินและค่าเช่าสำนักงาน

ราคาที่ดิน/ ค่าเช่าสำนักงาน	ราคา เปโซ : ตรม.
ราคาที่ดินเฉลี่ยเขต Makati	327,500-560,000
ราคาที่ดินเฉลี่ยในเขต Ortigas Center	125,000-198,000
ราคาที่ดินเฉลี่ยในเขต Fort Bonifacio	273,000-500,000
ค่าเช่าสำนักงานย่านธุรกิจ Makati (Premium)	1,020-1,330
ค่าเช่าสำนักงานย่านธุรกิจ Makati (Grade A)	705-1,050
ค่าเช่าสำนักงานย่านธุรกิจ Makati (Grade B)	560-785
ค่าเช่าสำนักงานเขตเมืองมะนิลาและรอบนอก	550-750
ค่าเช่าสำนักงานต่างจังหวัด	300-500

2. ค่าเช่าที่พักอาศัย

ค่าเช่าที่พักอาศัย	ราคา เบโซ : ตรม./ เดือน
ค่าเช่าที่พักอาศัย 3 ห้องนอน ในเขต Makati	578-1,118
ค่าเช่าที่พักอาศัย 3 ห้องนอน ในเขต Rockwell	755-1,080
ค่าเช่าที่พักอาศัย 3 ห้องนอน ในเขต Fort Bonifacio	660-1,050

3. ค่าจ้างแรงงาน

ตำแหน่งงาน	เงินเดือนเฉลี่ย: เบโซ
พนักงานแคชเชียร์	10,500
เสมียน	10,500
เลขานุการ	12,000
พนักงานศูนย์บริการลูกค้า (Call Center)	15,000
พนักงานไอที	15,000
พนักงานบัญชี	15,000
พนักงานออฟฟิศ (Administrative Officer)	15,000
พนักงานขาย	15,000
เจ้าหน้าที่การตลาด	15,000
พนักงานสายการผลิต	10,300

หมายเหตุ: อัตราเงินเดือนไม่รวมค่าสวัสดิการและค่าสิทธิประโยชน์อื่นๆ

4. ราคาน้ำมัน

ราคาขายปลีกของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมในเขตนครหลวงมะนิลา (ข้อมูลช่วงวันที่ 6-22 มีนาคม 2561)

ประเภทน้ำมัน/ ราคา : เบโซ	Caltex	Petron	Shell	Seaoil	Flying V
เบนซิน 91	47.02-53.37	46.72-54.82	47.02-53.92	47.20-48.30	48.73-50.64
เบนซิน 93	-	-	-	-	-

ประเภทน้ำมัน/ ราคา : เปโซ	Caltex	Petron	Shell	Seaoil	Flying V
เบนซิน 95	47.92-57.12	47.22-57.12	47.92-55.81	-	49.13-55.12
เบนซิน 97	-	49.22-59.13	50.22-59.74	47.70-55.47	-
เบนซิน 100	-	-	-	-	-
ดีเซล	36.75-41.60	37.35-41.70	37.25-41.88	35.80-39.05	37.90-40.50
ดีเซล+	-	41.01-45.85	40.36-46.38	-	-
น้ำมันก๊าด	47.91-53.70	43.52-51.96	49.10-50.37	-	-

5. ค่าขนส่งทางเรือ

เส้นทางกรุงเทพฯ-มะนิลา

ค่าใช้จ่ายขนส่งระหว่างประเทศทางเรือ: กรุงเทพฯ-มะนิลา

เส้นทาง/ ประเภทตู้คอนเทนเนอร์: ฟุต	ราคา : เหรียญสหรัฐ
กรุงเทพฯ-มะนิลา (สินค้าเสื้อผ้า) 20'	954.72-1,055.22
กรุงเทพฯ-มะนิลา (สินค้าเสื้อผ้า) 40'	1,424.96-1,574.96
กรุงเทพฯ-มะนิลา (สินค้าเสื้อผ้า) 45'	1,567.46-1,732.45
กรุงเทพฯ-มะนิลา (สินค้าอาหาร) 20'	1078.84-1,192.4
กรุงเทพฯ-มะนิลา (สินค้าอาหาร) 40'	1,610.21-1,779.70
กรุงเทพฯ-มะนิลา (สินค้าอาหาร) 45'	1,771-1,957.67
กรุงเทพฯ-มะนิลา (ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ) 20'	1,938.09-2,142.10
กรุงเทพฯ-มะนิลา (ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ) 40'	2,892.67-3,197.17
กรุงเทพฯ-มะนิลา (ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ) 45'	3,181.94-3,516.88
มะนิลา-กรุงเทพฯ (สินค้าเสื้อผ้า) 20'	747.78-826.5
มะนิลา-กรุงเทพฯ (สินค้าเสื้อผ้า) 40'	1,116.09-1,233.58
มะนิลา-กรุงเทพฯ (สินค้าเสื้อผ้า) 45'	1,227.7-1,356.93
มะนิลา-กรุงเทพฯ (สินค้าอาหาร) 20'	844.99-933.94
มะนิลา-กรุงเทพฯ (สินค้าอาหาร) 40'	1,261.18-1,393.94

เส้นทาง/ ประเภทตู้คอนเทนเนอร์: ฟุต	ราคา : เหรียญสหรัฐฯ
มะนิลา-กรุงเทพฯ (สินค้าอาหาร) 45'	1,387.3-1,533.34
มะนิลา-กรุงเทพฯ (ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ) 20'	1,518-1,677.79
มะนิลา-กรุงเทพฯ (ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ) 40'	2,265.67-2,504.16
มะนิลา-กรุงเทพฯ (ตู้คอนเทนเนอร์ปรับอากาศ) 45'	2,492.24-2,754.58

ค่าใช้จ่ายขนส่งระหว่างประเทศทางเรือนอกเหนือจากค่าตู้: กรุงเทพฯ-มะนิลา

ประเภทค่าใช้จ่ายขนส่งเส้นทาง/ ประเภทตู้คอนเทนเนอร์: ฟุต	ราคา : เหรียญสหรัฐฯ
ค่าใช้จ่ายในการลากตู้จากท่าเรือถึงโรงงาน (IHC) 20'	303.40
ค่าใช้จ่ายในการลากตู้จากท่าเรือถึงโรงงาน (IHC) 40'	342.00
ค่าภาระภายในการทำเรือ (THC) 20'	127.10
ค่าภาระภายในการทำเรือ (THC) 40'	164.10
ค่าดำเนินเอกสาร (BL)	45-50
ค่าผ่านพิธีการศุลกากร (Customs Clearance)	82
ค่าระวาง/ ขนส่งสินค้า (FRT) 20'	150
ค่าระวาง/ ขนส่งสินค้า (FRT) 40'	250
ค่าธรรมเนียมการใช้ท่าเรือ (ARRASTRE/WHARFAGE) 20'	81.20
ค่าธรรมเนียมการใช้ท่าเรือ (ARRASTRE/WHARFAGE) 40'	181.12

ค่าขนส่งทางบกทั่วไป: กรุงมะนิลา-ปลายทางภายในกรุงมะนิลา

ประเภทค่าขนส่งทางบกทั่วไป	ราคาประมาณ (เปโซ)
รถโดยสารจีปนีย	เริ่ม 7.5 เปโซ + 1.4 เปโซ ต่อ กม.
รถโดยสารบัสประจำทาง	เริ่ม 10 เปโซ + 2.5 เปโซ ต่อ กม.
รถโดยสารบัสประจำทางปรับอากาศ	เริ่ม 12 เปโซ + 2.5 เปโซ ต่อ กม.
รถแท็กซี่	เริ่ม 40 เปโซ/ 500 เมตร + 3.50 เปโซ/ ทุก 300 เมตร
รถตู้โดยสารขนาดเล็ก (Minivan)	15-50 เปโซ

ประเภทค่าขนส่งทางบกทั่วไป	ราคาประมาณ (เปโซ)
รถสามล้อ	เริ่ม 2 เปโซ + 1 เปโซ/ ทุก 300 เมตร (เหมาะเที่ยว 50-100)
รถไฟฟ้า Light Rail Transit (LRT) สาย 1 เส้นทาง Baclaran-Bonifacio สาย 2 จาก Santolan-Recto	15-30 เปโซ
รถไฟฟ้า Metro Rail Transit (MRT) สาย 3 จาก North Avenue-Taft Avenue	13-28 เปโซ
รถไฟธรรมดา PNR เส้นทาง Tutuban-Alabang	10-40 เปโซ

5.9 ข้อเสนอแนะสำหรับนักลงทุนไทย

ในภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก โดยเฉพาะหลังจากที่จีนและเวียดนามประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเข้าสู่ตลาดการค้าเสรี การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็น และหนทางหนึ่งคือการขยายการผลิตไปต่างประเทศ ซึ่งฟิลิปปินส์อาจเป็นทางเลือกหนึ่งของนักลงทุนไทย เนื่องจากฟิลิปปินส์มีข้อได้เปรียบด้านทรัพยากรบุคคลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เรียนรู้ได้เร็ว และเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ จำนวนประชากรที่มีมากถึง 100 ล้านคน แสดงให้เห็นถึงตลาดภายในประเทศที่มีศักยภาพ อีกทั้งยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังมีได้ใช้ประโยชน์เต็มที่ อาทิ ทองคำ ทองแดง โครเมียม นิกเกิล รวมถึงสัตว์น้ำและพืชผลการเกษตรต่างๆ

5.10 อุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์

สำหรับอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์ ได้แก่ ธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติในประเทศ ธุรกิจแปรรูปอาหาร และธุรกิจสปา

1. ธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติ

อุตสาหกรรมเหมืองแร่ ด้วยเหตุที่ฟิลิปปินส์มีปริมาณสำรองของทรัพยากรธรรมชาติและแร่ธาตุมากมาย ได้แก่ ทองแดง ทองคำ และโครเมียมที่มีปริมาณมากติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก รวมถึงแร่อื่นๆ เช่น ถ่านหิน ยิปซัม หินปูน หินอ่อน ดินขาว และฟอสเฟต เป็นต้น แต่อุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นอุตสาหกรรมที่มีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ขณะที่ฟิลิปปินส์ยังขาดแคลนเงินทุนและสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น รัฐบาลฟิลิปปินส์จึงเปิดให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ แต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากฟิลิปปินส์ตั้งอยู่ในเขตภูเขาไฟ จึงมีสินแร่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นทองคำ เงิน หยก และพลอย

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างและรับเหมาก่อสร้าง เนื่องจากฟิลิปปินส์ยังขาดแคลนสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น อาทิ ถนน ท่าเรือ สะพานและระบบชลประทานซึ่งยังต้องก่อสร้างอีกมาก ขณะที่ผู้ประกอบการสามารถใช้วัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นวัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติในฟิลิปปินส์ได้ ไม่ว่าจะเป็นทราย หินปูน และหินอ่อน ในการรับเหมาก่อสร้าง

2. ธุรกิจแปรรูปอาหาร

มีปัจจัยเกื้อหนุนจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของประชากรชาวฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ U.S. Department of Commerce คาดว่าประชากรฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็น 113 ล้านคนในปี 2563 ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอาหารแปรรูปมีแนวโน้มขยายตัวเช่นกัน นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังมีพืชผลทางการเกษตรและสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์ แต่กระบวนการผลิตยังมีประสิทธิภาพไม่มากนัก ส่งผลให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าประเภทดังกล่าว จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจของนักลงทุนไทยในการเข้าไปเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ ประเภทของอาหารและเกษตรแปรรูปที่ไทยมีศักยภาพสูง ประกอบด้วยอาหารทะเลแปรรูป (เช่น แปรรูปกุ้ง ผลิตภัณฑ์ทูน่า) ข้าว ผลิตภัณฑ์นม เครื่องปรุงรส อาหารปรุงแต่งสำเร็จรูป ผลไม้อบแห้ง ผักผลไม้แปรรูป บะหมี่ขนมปังกรอบ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (เช่น น้ำผักผลไม้ นมพร้อมดื่ม) และน้ำมันพืช เป็นต้น



3. ธุรกิจสปา

กระแสสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ปัจจุบันกิจการสปาในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นมาก ไม่ว่าจะเป็น Day Spa (สปาที่ให้บริการระยะสั้น ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ) Destination Spa (สปาที่มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพครบวงจร อาทิ บริการอาหารเพื่อสุขภาพและฟิตเนส) Hotel/ Resort Spa (สปาที่ตั้งอยู่ในหรือบริเวณเดียวกับโรงแรมและรีสอร์ท) Club Spa (สปาที่ให้บริการเฉพาะสมาชิก) และ Medical Spa (สปาที่จัดตั้งโดย พ.ร.บ. สถานพยาบาล โดยมีแพทย์และพยาบาลคอยกำกับดูแล) สอดคล้องกับการที่ฟิลิปปินส์กำลังพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้ให้แก่ฟิลิปปินส์หลายพันล้านเหรียญสหรัฐฯ ขณะที่ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ไทยมีศักยภาพจากประสบการณ์และความชำนาญที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ธุรกิจสปาไทยมีชื่อเสียงและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นธุรกิจสปาจึงนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับการลงทุนในฟิลิปปินส์

ข้อสังเกตในการทำการตลาดและการทำการค้า การลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์

1. ถึงแม้ว่าประชาชนชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจน แต่ชาวฟิลิปปินส์นิยมและให้การยอมรับสินค้าของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้นในการทำการตลาดในฟิลิปปินส์ควรให้ความสำคัญไปยังสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ หากผู้ประกอบการต้องการเจาะตลาดลูกค้าระดับสูง ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญไปยังการสร้างแบรนด์ และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง

2. การลงทุนในฟิลิปปินส์ควรอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากฟิลิปปินส์ยังมีปัญหาความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานอยู่มาก นอกจากนี้ การลงทุนในเขตดังกล่าวยังได้สิทธิประโยชน์ค่อนข้างสูง อาทิ นอกจากจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 4-8 ปีแล้ว หลังจากนั้นยังมีสิทธิเลือกเสียภาษีในอัตราพิเศษร้อยละ 5 ของรายได้รวมอีกด้วย

3. การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในฟิลิปปินส์ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางซึ่งค่อนข้างสูง เนื่องจากการเดินทางข้ามเมืองไม่สะดวกและอาจต้องใช้เวลาานาน นอกจากนี้ ยังต้องระวังปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินด้วย

4. ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งเส้นทางคมนาคม ท่าเรือ สนามบิน และไฟฟ้า การขาดแคลนอุตสาหกรรมสนับสนุน รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มักเกิดขึ้นรุนแรงบ่อยครั้ง และปัจจัยด้านกฎระเบียบที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงบ่อย เป็นปัจจัยที่นักลงทุนไทยต้องระวัง

6

คำถามที่ถามบ่อย เกี่ยวกับการค้าและ การลงทุน (FAQ)



Q1 : ทำไมตลาดฟิลิปปินส์จึงน่าสนใจ

A1 : ตลาดฟิลิปปินส์ในปัจจุบันมีความน่าสนใจเนื่องจากมาจากหลายปัจจัย เช่น จำนวนประชากรของฟิลิปปินส์ที่มีมากเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน ทำให้เป็นตลาดขนาดใหญ่ของภูมิภาค นอกจากนี้ ประชากรของฟิลิปปินส์เองก็มีกำลังซื้อมากขึ้นจากแหล่งรายได้หลักของประเทศคือเงินโอนของแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานอยู่ในต่างประเทศ รวมถึงรายได้จากอุตสาหกรรมบีทีไอด้วย ทำให้ผู้บริโภคมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้าและมีความอ่อนไหวต่อราคาน้อยลง

อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ฟิลิปปินส์มีความน่าสนใจคือ นโยบายของรัฐบาลที่กำลังเร่งปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ทำให้การก่อสร้างของประเทศมีการขยายตัวค่อนข้างมาก และกลายเป็นโอกาสของธุรกิจวัสดุก่อสร้างในการขยายตลาดเข้ามาในฟิลิปปินส์เช่นเดียวกัน

Q2 : อุปสรรคสำคัญในการทำธุรกิจกับฟิลิปปินส์มีอะไรบ้าง

A2 : 1. มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบราชการอยู่เสมอ กฎระเบียบเข้มงวดและหยาบหยาบ

2. มีการฉ้อราษฎร์บังหลวงสูงในทุกระดับ แม้แต่การเสนอขายสินค้าให้กับบริษัทห้างร้านใหญ่ๆ ก็ต้องจ่ายเบี้ยร้ายรายทาง

3. สภาพแรงงานแข็งแกร่งและมีบทบาทมาก ทำให้ค่าจ้างแรงงานสูง และมีการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มเสมอ ผู้ประกอบการหลบเลี่ยงปัญหาโดยจ้างคนงานต่ำกว่า 6 เดือน เพื่อมิให้สามารถเข้าเป็นสมาชิกสหภาพแรงงานได้ ทำให้คนงานไม่มีความชำนาญ

4. ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีการจับตัวเรียกค่าไถ่ แม้รัฐบาลกำลังปราบปรามโจรก่อการร้ายอยู่แต่ยังไม่หมดสิ้นลง ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศ ทั้งๆ ที่มีธรรมชาติสวยงาม โดยเฉพาะทะเลทางตอนใต้ของประเทศซึ่งเป็นที่ยอดนิยมของผู้ก่อการร้าย

5. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีไม่เพียงพอ ไฟฟ้าดับบ่อย เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก ไม่สามารถรองรับการขยายตัวด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมได้เต็มที่

Q3 : ปัจจัยที่นักลงทุนไทยควรพิจารณา หากต้องการไปลงทุนในฟิลิปปินส์

A3 : ในการลงทุนที่ฟิลิปปินส์ นักลงทุนไทยควรตระหนักถึงความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งเส้นทางคมนาคม ท่าเรือ สนามบิน และไฟฟ้า รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอ ดังนั้นการลงทุนในฟิลิปปินส์ควรอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ดังกล่าวมีความพร้อมมากกว่าพื้นที่อื่นๆ นอกจากนี้ การลงทุนในเขตดังกล่าวยังได้สิทธิประโยชน์ค่อนข้างสูง เช่น ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 4-8 ปี หลังจากนั้นยังมีสิทธิเลือกเสียภาษีในอัตราพิเศษร้อยละ 5 ของรายได้รวมอีกด้วย

Q4 : สินค้าส่งออกหลักของไทยไปยังฟิลิปปินส์ มีอะไรบ้าง

A4 : สินค้าส่งออกไปยังฟิลิปปินส์ 5 อันดับแรกของไทยคือ รถยนต์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว โดยฟิลิปปินส์เปิดเสรีด้านการค้า และไม่มีกฎระเบียบพิเศษ ยกเว้นบางสินค้า อาทิ เครื่องสำอาง ที่ต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของฟิลิปปินส์ก่อน

Q5 : ไทยสามารถส่งออกผลไม้ไปยังฟิลิปปินส์ได้หรือไม่

A5 : ฟิลิปปินส์มีมาตรการห้ามนำเข้าผักและผลไม้สดจากประเทศเขตร้อน เพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคแมลงและโรคพืชที่ติดมากับผลไม้ ขณะนี้ฟิลิปปินส์อนุญาตให้นำเข้าผลไม้จากไทยเฉพาะลองกอง อย่างไรก็ตาม มีการนำเข้าผลไม้ไทยหลายชนิด เช่น ลำไย ลิ้นจี่ ผ่านได้ทุกวัน

7

หน่วยงานติดต่อ ที่สำคัญ



7.1 หน่วยงานราชการของฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินการนำเข้า/ ส่งออก



1. DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY

4th Floor, Industry and Investments Building
385 Gil Puyat Avenue, Makati City, Philippines
Tel : (632) 8904901-05
Fax : (632) 8953993
E-Mail : TGAquino@boi.gov.ph

2. BUREAU OF IMPORT SERVICES, DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY

3rd Floor, Open Building 349 Sen. Gil Puyat Avenue, Makati City Philippines
Tel : (632) 8964430, (632) 8905418
Fax : (632) 8957466
E-Mail : bis@dti.gov.ph

3. BUREAU OF EXPORT TRADE PROMOTION, DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY

6th Floor, New Solid, 357 Sen. Gil Puyat Avenue Makati City, Philippines
Tel : (632) 8904683, (632) 8990133
Fax : (632) 8904716, (632) 8904707
E-Mail : betp@dti.gov.ph
Website : www.dti.gov.ph/betp

4. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

Filinvest Corporate City, Civic Drive Alabang, Muntinlupa City, Philippines
Tel : (632) 8070721
Fax : (632) 8070751
E-Mail : bfad@doh.gov.ph

5. NATIONAL FOOD AUTHORITY

Philsugin Bldg., North Ave., Diliman, Quezon City, Philippines
Tel : (632) 4556085
Fax : (632) 9266493
E-Mail : nfa_admin@nfa.gov
Website : www.nfa.gov.ph



7. PHILIPPINE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY (PCCI)

19TH Floor, Salcedo Towers 169 Dela Costa Street,

Salcedo Village 1227, Makati City Philippine

Tel : (632) 8445713, (632) 8433158

Fax : (632) 8434102

E-Mail : mis@philippinechamber.com

Website : www.philippinechamber.com

7.2 รายชื่อที่ติดต่อหน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจไทย

1. ROYAL THAI EMBASSY

107 Rada/ Thailand's St. Legaspi Village, Makatil City, Philippines.

Tel : (632) 8154219 to 20, (632) 8160696

Fax : (632) 8154221

E-Mail : thaimnl@pldtdsl.net

2. THAI TRADE CENTER

107 Rada/ Thailand's St. Legaspi Village, Makatil City, Philippines.

Tel : (632) 8940403, (632) 8940406

Fax : (632) 8160698

E-Mail : thaicommln@pldtdsl.net, thaicommln@ymail.com

7.3 รายชื่อห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เกตในฟิลิปปินส์

1. MR. ROBERT KNEE

Executive Vice President

SM HYPERMART

SM Central Business Park, Manila Bay Boulevard

Pasay City, 1308, Philippines

Tel. : (632) 8311888 loc 5302; 8311212

Fax : (632) 8349546

Email : executive@smsupermarket.com, rk@smhypermarket.com

2. MR. RICHARD LEE

Marketing Director

PHIL. SEVEN CORPORATION

Executive Office, 11th Floor, the Columbia Tower

Ortigas Avenue, Mandaluyong City, 1550 Philippines

Tel. : (632) 7055289

E-mail : yjlee@7-eleven.com.ph

3. MS. ROSEMARIE VERNEZA

AVP - Merchandising

MS. JASMINE CACELA

AVP- Shopwise

RUSTAN SUPERCENTERS, INC.

5th Floor, Morning Star Center, # 347 Sen. Gil Puyat Avenue,

Makati City, 1200 Philippines

Tel. : (632) 8991055

E-mail : reverneza@rsci.com.ph, jocacela@rsci.com.ph

Website : www.rustan.com.ph, www.shopwise.com.ph

4. MS. AIREEN ROBLES MANAHAN

CEO

STA. LUCIA SUPERMARKET

Marcos High-way corner Felix Avenue

Cainta, Rizal, 1900 Philippines

Tel. : (632) 6815138, 6815137

Fax : (632) 6815137

E-mail : sle_supermarket@yahoo.com

5. MR. RAYMOND Y. LIM

Purchasing Manager

THE LANDMARK CORPORATION

Makati Avenue, Ayala Center, Makati City, 1224 Philippines

Tel. : (632) 8109990 ext. 2117

Fax : (632) 8153595

E-mail : raymondylim@yahoo.com

6. MS. JENNILYN Q. LIM

President

WALTER MART SUPERMARKET

6TH Floor, 8001-A Walter Mart Building, North EDSA

Quezon City, Philippines

Tel. : (632) 3321014, 9810000

Fax : (632) 9810777

E-mail : jennilyn.lim.uy@abenson.com

Website : www.abenson.com.ph

7. MS. CHRISTINE GAISANO

Division Manager

METRO GAISANO

Taft IT Zone, CD Seno St., Brgy. Guizo North Reclamation Area,

Mandaue City, Cebu City, Philippines

Tel. : (032) 2368391, 2368371 to 73

E-mail : edward@metrogaisano.com

8. MS. SUSAN CO

President

Ms. EVELYN BINANITAN

Manager

Ms. RECEL LAZADA

Category Buyer

PUREGOLD DUTY FREE

Ground Floor Building 1, Tabacalera Compound

900 D. Romualdez Street Paco, Manila, Philippines

Tel. : (632) 5266648 ; 5244351; 5265895

Fax : (632) 5266008; 5269198

Email : ebinanitan@puregold.com.ph, rromero@puregold.com.ph

Website : www.puregold.com

9. MR. JOHN S. GOBENGHUY

President

ISETAN SUPERMARKET STORE

CM Recto Avenue corner Evangelista Street &
Quezon Boulevard, Quiapo, Manila, Philippines

Tel. : (632) 7338283, 7338201

Fax : (632) 7334303, 7336431

10. HR DEPARTMENT

LANDERS SUPERSTORE

1890 Paz Mendoza Guazon St. Otis Paco Manila

Tel. : (632) 819 7000 loc (6020)

Email : hr.superstore@landers.ph





กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์ +66 (0) 25078218-20

โทรสาร +66 (0) 25474212-14

<http://www.ditp.go.th/aec>

www.facebook.com/ditpaecclub



Website



Fanpage