

## รายงาน Business Creation and Networking

สคร. มะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์

เดือน...มกราคม... พ.ศ. 2562

### 1. ข้อมูลบุคคล/ องค์กรที่เข้าพบ

ชื่อ: Ms. Grace D. Ong

นามสกุล: D. Ong

ตำแหน่ง: Executive Director

บริษัท/ องค์กร: Metro Retail Store Group, Inc.

ที่อยู่: 6f Metro Market! Market! MckinkyParkway Bonifacio Global City

เมือง: Taguig

ประเทศ: Philippines

โทรศัพท์: 02 843-0032 / 0918 927-1982

Email: mariegrace.ong@metroretail.com.ph

Website: www.mwtroretail.com.ph

### 2. รายละเอียดบริษัท/ องค์กร

2.1 ก่อตั้งเมื่อ: 2525

2.2 ประวัติความเป็นมา:

ห้าง Metro Retail Store ในอดีตเป็นห้างค้าปลีกขนาดเล็กที่สร้างขึ้นในเมือง Cebu และได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องและขยายสาขามายังเกาะลูซอน จนเป็นที่รู้จักในชื่อ Metro Department Store & Supermarket ในฐานะผู้ค้าปลีกระดับแนวหน้าที่ครอบคลุมรูปแบบร้านค้าที่หลากหลาย ทั้งห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยในปัจจุบันสาขาทั้งหมด 42 สาขา เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละวันให้ได้มากที่สุด พร้อมกับความเชื่อมั่นที่พิสูจน์แล้วว่าผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี สามารถพาธุรกิจไปได้ไกล แต่ชื่อเสียงที่ดีที่สร้างขึ้นจากการทำงานหนักและความไว้วางใจ จะเป็นสิ่งที่ชนะใจลูกค้า

2.3 รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ:

( ) โรงงานผู้ผลิต

( ) ผู้ส่งออก

(v) ผู้นำเข้า

( ) ผู้ขายส่ง

(v) ผู้ขายปลีก

( ) บริษัทตัวแทน

(v) ห้างสรรพสินค้า

( ) ห้างสรรพสินค้าเฉพาะ

( ) องค์กรทางการค้า

( ) องค์กรระหว่างประเทศ

( ) องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.4 สินค้าและบริการขององค์กร:

ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่

2.5 สินค้าและบริการที่สนใจนำเข้าจากไทย:

ต้องการนำ Instore – Promotion สินค้าไทยในห้าง Metro

2.6 รายละเอียดที่สำคัญอื่นๆ:

-

### 3. สรุปผลการหารือ/ เข้าพบ:

สศต. มะนิลา ได้พบปะหารือกับ Ms. Grace D. Ong ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อสินค้าอาหาร Mr. Ralph Guisano เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ Ms. G. Lazaro หัวหน้าแผนกจัดซื้อของห้าง Metro สรุปผลการหารือได้ดังนี้

1. ห้าง Metro แจ้งว่า ขณะนี้มีสินค้าไทยขายในห้างประมาณ 300 SKU โดนส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหาร ขอให้สศต. มะนิลาแนะนำว่ายังมีสินค้าอะไรที่มีในตลาดและยังไม่มีจำหน่ายในห้างบ้าง ซึ่ง สศต.ได้แนะนำ นมถั่วเหลือง น้ำขิง ยาสีฟันสมุนไพร น้ำมันรำข้าว โดยสศต.มะนิลา จะจัดส่งรายชื่อผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ของสินค้าเหล่านี้มาให้ทางห้าง Metro อีกครั้ง

2. ห้าง Metro ต้องการเทศกาลอาหารเอเชีย (Asia Festival) ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2562 จึงขอให้ไทยเข้าร่วม ซึ่งสศต.มะนิลาได้ชี้แจงว่า ไม่ขัดข้องที่จะเข้าร่วมงานดังกล่าว แต่สศต.มะนิลาต้องการจัดงานเทศกาลสินค้าไทยเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ โดยจัดแยกจากงานเทศกาลอาหารเอเชียของทางห้าง เนื่องจากสินค้ามีลักษณะใกล้เคียงกันก็จะแข่งขันกัน ซึ่งทางห้างยินดีที่จะจัดงานเฉพาะเทศกาลสินค้าอาหารไทย โดยช่วง High Season ของห้างที่ห้างขายดีที่สุด จะเป็นช่วงเดือนมีนาคม – พฤษภาคม (ฤดูร้อน) ถ้าสศต.มะนิลาต้องการทำส่งเสริมการขายช่วงนั้นก็จะเป็นผลดี โดยห้างสรรพสินค้าที่จะเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย มี 2 สาขา คือ ห้าง Metro Flag Ship Store ที่ Ayala Cebu และ ห้าง Metro Market Market มะนิลา

3. ขณะนี้ ห้างฯ อยู่ระหว่างขยายรายการสินค้ากลุ่มแม่และเด็ก จึงขอความเห็นจากสศต.มะนิลา ซึ่งสศต.มะนิลาให้ความเห็นว่าตลาดฟิลิปปินส์กลุ่มแม่และเด็กเป็นกลุ่มสำคัญและมีศักยภาพ เนื่องจากมีอัตราการเกิดใหม่ประมาณร้อยละ 2 ต่อปี ฟิลิปปินส์มีประชากรกลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 35 ซึ่งประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่มี

ศักยภาพในสินค้ากลุ่มนี้มาก โดยเฉพาะการรับจ้างผลิต ทั้งผ้าอ้อมเด็ก เสื้อผ้าเด็ก เสื้อผ้าเด็ก และอุปกรณ์ของใช้เกี่ยวกับเด็กทั้งหมด ดังนั้น หากห้าง Metro ต้องการทำ (ผลิต) สินค้า House Brand ก็สามารถติดต่อขอรายชื่อผู้ประกอบการไทยได้จาก สคต.มะนิลา

4. นอกจากนี้ห้าง Metro ได้กล่าวขอบคุณที่สคต.มะนิลาเชิญเข้าร่วมโครงการจับคู่ธุรกิจเรื่องข้าว เมื่อเดือน พ.ย. 61 ทำให้ห้างมีแผนผลิตข้าวบรรจุถุง ยี่ห้อ Metro Harvest (House Brand) จำหน่ายในห้าง Metro ขณะนี้ได้ติดต่อประสานกับบริษัทไทย (บ. เอเชียโกลเด้นไรซ์) ในการผลิตข้าวบรรจุถุงยี่ห้อดังกล่าว และขอให้สคต.มะนิลาแนะนำผู้ส่งออกข้าวรายใหม่ๆ ให้ห้าง Metro ด้วย เพื่อเป็นแหล่งซื้อข้าวสำรองต่อไป

ในการนี้ สคต.มะนิลา ได้แจ้งให้ทางห้าง Metro ทราบว่า จะมีงานในลักษณะดังกล่าวข้างต้นช่วงเดือน กุมภาพันธ์ 2562 ชื่องาน Sourcing Forum จับคู่ธุรกิจในหลากหลายสินค้า หากสนใจขอให้แจ้งสคต.มะนิลาด้วย นอกจากนี้ ได้เชิญห้าง Metro เข้าร่วมงาน Thailand Week 2019 ที่จะจัดขึ้นที่ SMX Convention Center ในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ – 3 มีนาคม 2562 และหากห้าง Metro ต้องการสินค้าดีมีคุณภาพจากไทย ขอให้เข้าร่วมงานที่กรุงเทพฯ อีก 2 งาน ได้แก่ 1) งาน STYLE ช่วงกลางเดือนเมษายน 2562 และ 2) งาน Thaixex World of food Asia ช่วงเดือนพฤษภาคม 2562 ซึ่งห้าง Metro แสดงความสนใจที่จะเข้าร่วมงาน Thaixex เป็นอย่างมาก





สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

มกราคม 2562

## รายงาน Business Creation and Networking

สคร. มะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์

เดือน...มกราคม... พ.ศ. 2562

### 2. ข้อมูลบุคคล/ องค์กรที่เข้าพบ

ชื่อ: Ms. AGNES

นามสกุล: PERPETUA R. LEGASPI

ตำแหน่ง: Assistant Director

บริษัท/ องค์กร: Export Marketing Bureau (EMB)

ที่อยู่: Ground floor, Department of Trade & Industry – International Building

375 Sen. Gil J. Puyat Avenue 1200

เมือง: Makati

ประเทศ: Philippines

โทรศัพท์: 632 890 5234

Email: [AgnesLegaspi@dti.gov.ph](mailto:AgnesLegaspi@dti.gov.ph)

Website: [www.dti.gov.ph](http://www.dti.gov.ph)

### 2. รายละเอียดบริษัท/ องค์กร

2.1 ก่อตั้งเมื่อ: พ.ศ. 2527

2.2 ประวัติความเป็นมา:

ประวัติความเป็นมา : สำนักงานการตลาดเพื่อการส่งออก (Export Marketing Bureau: EMB) เดิมชื่อ สำนักส่งออก การค้า และส่งเสริมการขาย (BETP) ซึ่งเป็นหน่วยงานส่งเสริมการส่งออกภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม และเพิ่มปรับเปลี่ยนชื่อเมื่อปี 2014 (พ.ศ. 2557) โดยหน่วยงานนี้ตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นหน่วยงานช่วยเหลือ ให้ข้อมูล ที่ปรึกษา และทำให้เกิดการจับคู่การค้า เพื่อให้ผู้ส่งออกฟิลิปปินส์สามารถแข่งขันได้ในระดับโลกต่อไป นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานรองในสำนักงานการตลาดเพื่อการส่งออก ได้แก่ 1) Coffee Accreditation and Export Documentation ทำหน้าที่ออกหนังสือรับรองให้ผู้ส่งออกกาแฟ 2) Export Accreditation ทำหน้าที่ขึ้นทะเบียนผู้ส่งออก ตามกฎหมายพัฒนาการส่งออก (Export Development Act: EDA) โดยผู้ส่งออกที่มียอดส่งออกขั้นต่ำ 50% จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) นอกจากนี้สำนักงานการตลาดเพื่อการส่งออก จะดูแลรับผิดชอบถึงการพัฒนาสินค้า Halal และการพัฒนาผู้ประกอบการ Start Up อีกด้วย

2.3 รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ:

- |                                                         |                                                |                                                     |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โรงงานผู้ผลิต                  | <input type="checkbox"/> ผู้ส่งออก             | <input type="checkbox"/> ผู้นำเข้า                  |
| <input type="checkbox"/> ผู้ขายส่ง                      | <input type="checkbox"/> ผู้ขายปลีก            | <input type="checkbox"/> บริษัทตัวแทน               |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า                 | <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้าเฉพาะ   | <input checked="" type="checkbox"/> องค์กรทางการค้า |
| <input checked="" type="checkbox"/> องค์กรระหว่างประเทศ | <input type="checkbox"/> องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....        |

2.4 สินค้าและบริการขององค์กร:

2.5 สินค้าและบริการที่สนใจนำเข้าจากไทย:

ต้องการให้นักธุรกิจไทยด้านบรรจุภัณฑ์เข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์

2.6 รายละเอียดที่สำคัญอื่นๆ:

-

3. สรุปผลการหารือ/ เข้าพบ:

4.1 CITEM (Center for International Trade Expositions and Missions) เป็นหน่วยงาน Counter Powt ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งทำหน้าที่สนับสนุนและส่งเสริมการส่งออกของเอกชนฟิลิปปินส์ และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งบทบาทของ CITEM และ EMB ค่อนข้างจะใกล้เคียงกัน แต่มีความแตกต่างกันดังนี้

- CITEM จะดูแลเกี่ยวกับการจัดงานแสดงสินค้าและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดยผู้ส่งออกฟิลิปปินส์จะต้องออกค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเอง แต่ CITEM จะช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่าย บางส่วน
- EMB จะสนับสนุนให้ผู้ส่งออกฟิลิปปินส์ในตลาดที่สำคัญๆ (Critical Market) และช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ให้กับผู้ส่งออก

อนึ่ง CITEM จะมีรูปแบบการดำเนินงานเช่นเดียวกับ DITP ในขณะที่ EMB มีรูปแบบการดำเนินงานใกล้เคียงกับ สสว. (สำนักสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

4.2 คณะที่ EMB เคยจัดไปเข้าร่วมงานที่กรุงเทพฯ เช่น จัดผู้ส่งออกฟิลิปปินส์ไปงาน Propak เกี่ยวกับบรรจุมณฑลที่ไทย (เพราะสินค้าฟิลิปปินส์ยังขาดการพัฒนาในด้านนี้) แต่ในปี Propak ได้เข้ามาจัดงานที่ฟิลิปปินส์แล้ว (ระหว่าง 24-26 มกราคม 2562) จึงไม่จำเป็นต้องเดินทางไปไทยเพื่อเข้าร่วมงานดังกล่าวอีก

4.3 สินค้าและบริการที่ EMB สนับสนุน ได้แก่

- 1) อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งฟิลิปปินส์มีศักยภาพที่จะส่งออกสินค้าดังกล่าวไปต่างประเทศ โดยเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด โดยแหล่งผลิตส่วนใหญ่อยู่ในเกาะลูซอน และเซบู
- 2) อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงผลไม้สด ส่วนใหญ่จะผลิตในเกาะมินดาเนา ซึ่งถูกขนานนามว่าเป็นตะกร้าอาหารของฟิลิปปินส์
- 3) การท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล “It’s more fun in the Philippines”
- 4) ธุรกิจ IT Outsourcing (BPO: Business Process Outsourcing) ตอนนี้ที่ดำเนินการอยู่แล้ว ได้แก่ สาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HR) สาขาการเงิน (Financial) สาขาฝึกอบรม (Training) และอื่นๆ เช่น การให้คำปรึกษาทางการแพทย์ (Health and Management Information) ในส่วนของการพินออนไลน์ ไม่อยู่ในข่ายที่ EMB สนับสนุน แต่จะมีอีกหน่วยงานของรัฐบาลได้แก่ PAGCOR

4.4 โปรแกรมหลักของ EMB:

1. โปรแกรมความสามารถด้านการส่งออกของฟิลิปปินส์ – พยายามเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้ส่งออกในประเทศของฟิลิปปินส์ ผ่านการสัมมนา การประชุม และกิจกรรมที่ให้ข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้ส่งออกเกี่ยวกับการผลิต นวัตกรรม และการอัปเดตแนวโน้มการส่งออก
2. การทำธุรกิจในเขตการค้าเสรี (DBFTA) และการทำธุรกิจในรูปแบบทั่วไป (GSP) – การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของข้อตกลงการค้าเสรีของฟิลิปปินส์ รวมถึงการรวมตัวกันของกลุ่มอาเซียนและข้อตกลงพิเศษอื่นๆ เช่น GSP

3. มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานการจัดการสินค้าและบริการด้านการส่งออกที่มีการแข่งขันระดับสากล และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่แก่ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ขยายโอกาสทางการตลาดด้านการส่งออกไปทั่วโลกสำหรับองค์กรขนาดใหญ่

4. โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมส่งออกสินค้าฮาลาล – ส่งเสริมความก้าวหน้าของระบบสินค้าฮาลาลของฟิลิปปินส์

5. โครงการพัฒนาระบบนิเวศเริ่มต้น – เพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรในธุรกิจ MSME และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

4.5 เป้าหมายที่ EMB ตั้งไว้คือ จะต้องมีการส่งออกให้ได้ร้อยละ 6-7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) หรือประมาณ 100 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ แต่ขณะนี้ได้เพียง 96 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และในปี 2022 (พ.ศ. 2565) จะต้องมีประมาณ 130 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

มกราคม 2562