สารบัญ

บทที่ 1ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐฟิลิปปินส์

1.1 สภาพภูมิประเทศ 2

1.2 สภาพภูมิอากาศ 3

1.3 เมืองหลวง/ เมืองสำคัญ 3

1.4 การแบ่งเขตการปกครอง 6

1.5 ระบบการเมือง/ การปกครอง 6

1.6 ประชากร/ สังคม/ วัฒนธรรม 7

1.7 วันหยุดนักขัตฤกษ์ 11

1.8 เส้นทางคมนาคม 11

1.9 ระบบการเงินการธนาคาร 14

1.10 โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต 15

1.11 มารยาททางธุรกิจและธรรมเนียมปฏิบัติ 16

1.12 ข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ 22

บทที่ *2* เศรษฐกิจการค้า

2.1 ภาวะเศรษฐกิจ 25

2.2 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า 33

2.3 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า 34

2.4 โอกาสทางการค้าและปัญหาอุปสรรค 40

2.5 ระบบโลจิสติกส์ การส่งสินค้า 43

บทที่ *3* รายงานภาคการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของฟิลิปปินส์

3.1 พืชผลการเกษตร 47

3.2 ปศุสัตว์ 49

3.3 ประมง 50

3.4 แร่ธาตุ 51

3.5 ถ่านหิน 52

3.6 น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ 52

บทที่ *4* รายงานตลาด *(*รายสินค้า*)* ที่น่าสนใจในตลาดฟิลิปปินส์

4.1 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์ 55

4.2 ภาวะตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองและความงามในฟิลิปปินส์ 63

4.3 ภาวะตลาดสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์ 69

4.4 ภาวะตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์ 78

4.5 ภาวะตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์ 84

4.6 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงในฟิลิปปินส์ 89

4.7 ภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์ 95

4.8 ภาวะตลาดสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรในฟิลิปปินส์ 100

4.9 ภาวะตลาดสินค้าพลาสติกในฟิลิปปินส์ 105

บทที่ *5* การลงทุน

5.1 การลงทุนจากต่างประเทศของฟิลิปปินส์ 112

5.2 กฎระเบียบด้านการลงทุนในประเทศ 113

5.3 การจัดตั้งธุรกิจในฟิลิปปินส์ 116

5.4 สิทธิประโยชน์ในการลงทุน 123

5.5 อัตราภาษีในการลงทุน 127

5.6 ข้อมูลด้านแรงงาน 136

5.7 ระบบบัญชี 145

5.8 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน 147

5.9 ข้อเสนอแนะสำหรับนักลงทุนไทย 151

5.10 อุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์ 152

บทที่ *6* คำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับการค้าและการลงทุน *(FAQ)*

Q1 *:* ทำไมตลาดฟิลิปปินส์จึงน่าสนใจ 162

Q2 *:* อุปสรรคสำคัญในการทำธุรกิจกับฟิลิปปินส์มีอะไรบ้าง 162

Q3 *:* ปัจจัยที่นักลงทุนไทยควรพิจารณา หากต้องการไปลงทุนในฟิลิปปินส์ 162

Q4 *:* สินค้าส่งออกหลักของไทยไปยังฟิลิปปินส์ มีอะไรบ้าง 163

Q5 *:* ไทยสามารถส่งออกผลไม้ไปยังฟิลิปปินส์ได้หรือไม่ 163

บทที่ *7* หน่วยงานติดต่อที่สำคัญ

7.1 หน่วยงานราชการของฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการนำเข้า/ ส่งออก 165
7.2 รายชื่อที่ติดต่อหน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจไทย 166
7.3 รายชื่อห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตในฟิลิปปินส์ 166

1
ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 สภาพภูมิประเทศ

ฟิลิปปินส์เป็นประเทศหมู่เกาะที่ประกอบด้วย 7,641 เกาะ โดยมีพื้นที่รวมประมาณ 300,000 ตารางกิโลเมตร (ประมาณ 115,831 ตารางไมล์) ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีชายฝั่งยาวที่สุด มากเป็นอันดับ 5 ของโลก โดยมีความยาวมากกว่า 36,289 กิโลเมตร

ฟิลิปปินส์ตั้งอยู่ในพิกัดภูมิศาสตร์ระหว่าง 116° 40′ และ 126° 34′ ลองจิจูดตะวันออก และระหว่าง 4° 40′ และ 21° 10′ ละติจูดเหนือ โดยมีพรมแดนติดกับทะเลฟิลิปปินส์ทางตะวันออกทะเลจีนใต้ทางตะวันตก และทะเลเซลีเบสทางตอนใต้ ทั้งนี้ฟิลิปปินส์มีระยะห่างจาก เกาะบอร์เนียวประมาณ 200-300 กิโลเมตรทางตะวันตกเฉียงใต้ และไต้หวันทางตอนเหนือ

ฟิลิปปินส์ยังแบ่งเป็น 3 หมู่เกาะใหญ่ๆ ได้ดังนี้
- **ลูซอน**มีพื้นที่ 147,947.63 ตารางกิโลเมตร
- **วิสายาส์**มีพื้นที่ 59,873.84 ตารางกิโลเมตร
- **มินดาเนา**มีพื้นที่ 135,626.85 ตารางกิโลเมตร

อย่างไรก็ตาม ฟิลิปปินส์ไม่มีพรมแดนกับประเทศอื่นๆ ทางบก แต่มีระยะทางที่ใกล้กับไต้หวันทางตอนเหนือ มาเลเซียและอินโดนีเซียทางตอนใต้ เวียดนามทางทิศตะวันตก และจีนทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ

แม่น้ำสายที่ยาวที่สุดของฟิลิปปินส์ คือ แม่น้ำคากายัน *(Río Grande de Cagayan)* ซึ่งมีความยาวประมาณ 350 กิโลเมตร นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำอื่นๆ เช่น Abra, Bicol, Chico และ Pampanga ในขณะทีแม่น้ำที่มีความสำคัญคือแม่น้ำปาซิก*(Pasig River)* ที่มีความยาวเพียง 25 กิโลเมตร แต่เป็นทางน้ำหลักของประเทศที่ไหลระหว่าง Laguna de Bay ซึ่งเป็น ทะเลสาบน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในฟิลิปปินส์ ผ่านกลางกรุงมะนิลาและไหลลงสู่อ่าวมะนิลา

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

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

เนื่องจากฟิลิปปินส์เป็นเกาะภูเขาไฟจึงทำให้มีทรัพยากรแร่ธาตุค่อนข้างมาก โดยทรัพยากรที่ฟิลิปปินส์มีจำนวนมาก เช่น ทอง ทองแดง นิกเกิล โครไมต์ และสังกะสี อย่างไรก็ดี การจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ทรัพยากรธรรมชาติดังกล่าวยังไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังเป็นประเทศที่ผลิตพลังงานความร้อนใต้พิภพ มากเป็นอันดับ *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) และ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ *(ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-เมษายน)*

อุณหภูมิเฉลี่ยของฟิลิปปินส์อยู่ที่ประมาณ 21-32 องศาเซลเซียส โดยเดือนที่มีอากาศเย็นที่สุดคือเดือนมกราคม และเดือนที่มีอากาศร้อนที่สุดคือเดือนพฤษภาคม อย่างไรก็ดี ในบางภูมิภาคมีอุณหภูมิเฉลี่ยที่ต่ำกว่าปกติ เนื่องจากตั้งอยู่บนที่สูง เช่น เมืองบาเกียวซึ่งมีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 18.3 องศาเซลเซียส และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในฤดูร้อน

ฟิลิปปินส์ยังตั้งอยู่ในเขตพายุไต้ฝุ่น โดยต้องประสบกับปัญหาภัยพิบัติเกี่ยวกับไต้ฝุ่นทุกปี โดยช่วงที่ฟิลิปปินส์มีพายุไต้ฝุ่นมากคือเดือนกรกฎาคม-ตุลาคม ทั้งนี้ โดยเฉลี่ยพายุไต้ฝุ่นเข้าสู่ฟิลิปปินส์ประมาณ 19 ลูกต่อปี

1.3 เมืองหลวง/ เมืองสำคัญ

เมโทรมะนิลา

เมโทรมะนิลา หรือเขตนครหลวงมะนิลา (NCR) เป็นศูนย์กลางการบริหารประเทศและเป็นภูมิภาคที่มีประชากรหนาแน่น มากที่สุดในประเทศ และเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับ 7 ของเอเชีย

เขตนครหลวงมะนิลาเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ การศึกษาและรัฐบาลของฟิลิปปินส์ เป็นศูนย์กลางทางการเงิน และการพาณิชย์ มูลค่าทางเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ 37.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของฟิลิปปินส์

อุตสาหกรรมที่มีความโดดเด่นของเมโทรมะนิลาคือ 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 รองจากบังกาลอร์และมุมไบ

นอกจากอุตสาหกรรม BPO ที่มีชื่อเสียงแล้ว เมโทรมะนิลายังเป็นศูนย์กลางของภาคอุตสาหกรรมค้าปลีก เนื่องจากประชากรภายในประเทศมีกำลังซื้อมากขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น

เซบู

เซบูเป็นเมืองที่มีระดับการพัฒนามากที่สุดเมืองหนึ่งในฟิลิปปินส์ และยังถือเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้า การศึกษาและอุตสาหกรรมในหมู่เกาะวิสายาส์

ปัจจุบันเซบูมีการพัฒนาค่อนข้างมากในด้านการท่องเที่ยวเนื่องจากเซบูมีเกาะที่สวยงามจำนวนมาก เป็นสถานที่ดำน้ำและมีมรดกทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังมีโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างดี ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งจากในและต่างประเทศจำนวนมาก นอกจากนี้ เซบูยังถือเป็นประตูสู่ ภาคกลางและภาคใต้ของฟิลิปปินส์ด้วย

เซบูมีชื่อเสียงเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการต่อเรือและการเดินเรือ โดยมีการผลิตเรือมากกว่า 70,000 DWT มีท่าเรือ ที่เชื่อมต่อกับเส้นทางเดินเรือหลักจำนวนมาก ทำให้มีบริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งโรงงานจำนวนมาก และยังมีเขตเศรษฐกิจพิเศษ บนเกาะ 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 ซึ่งเป็นภูเขาที่สูงที่สุด ของฟิลิปปินส์และเป็นเมืองหลวงของทุเรียนในฟิลิปปินส์ด้วย

ภาคการเกษตรยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากที่สุดของดาเวา ซึ่งสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญ คือ ทุเรียน กล้วย สับปะรด กาแฟ มะม่วง ส้มโอ มังคุด มะละกอ และมะพร้าว โดยพื้นที่เกือบร้อยละ 70 ของเมืองเป็นพื้นที่ของภาคเกษตรกรรม

นอกจากภาคเกษตรกรรมแล้ว ดาเวายังเป็นศูนย์กลางธุรกิจและอุตสาหกรรมในภูมิภาคซึ่งมีโรงงานแปรรูปผลไม้ เพื่อการส่งออกอยู่จำนวนมาก

ซูบิก

ซูบิกเป็นเมืองหลักเมืองหนึ่งที่ตั้งอยู่ในจังหวัด Zambales นับเป็นเมืองที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเคยเป็นเมืองที่เป็นที่ตั้งของฐานทัพเรือของสหรัฐอเมริกาที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง

ท่าเรือซูบิกและเขตนิคมอุตสาหกรรมโดยรอบยังเป็นเขตอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีโครงการการลงทุนกว่า *700* โครงการ รวมถึงโรงงานต่อเรือของบริษัท Hanjin Heavy Industries and Construction ที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ *4* ของโลก นอกจากนี้ ท่าเรือซูบิยังมีการพัฒนาสาธารณปูโภคและโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่องปัจจุบันมีการสร้างถนนเพื่อเชื่อมกับ เขตเศรษฐกิจพิเศษคลาร์ก ผ่านทางหลวงระยะทาง 45 กิโลเมตร ซึ่งอาจทำให้ซูบิกเป็นศูนย์กลางด้านการบริการและโลจิสติกส์ ชั้นนำของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ปามปังกา

ปามปังกาเป็นจังหวัดในภูมิภาคลูซอนกลาง เมืองหลวงคือ San Fernando ปามปังกามีสนามบินหลักของเมือง คือ Clark International Airport ซึ่งตั้งอยู่ในเขตท่าเรือเสรีคลาร์ก

ปามปังกานับเป็นเมืองเกษตรกรรมที่สำคัญ โดยมีการทำนาและทำการประมงเป็นอุตสาหกรรมสำคัญ ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด และอ้อย นอกจากนี้ ยังมีการทำเฟอร์นิเจอร์และงานฝีมือด้วย

เขตเศรษฐกิจพิเศษคลาร์กยังเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ อุตสาหกรรม การบิน การท่องเที่ยวและความบันเทิงของ ภูมิภาคลูซอนกลางอีกด้วย

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)	Calamba
MIMAROPA (Southern Tagalog Islands) (Region	Calapan
Bicol Region (Region V)	Legazpi
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	Cotabato City
Cordillera Administrative Region (CAR)	Baguio
National Capital Region (NCR)	Metro Manila

1.5 ระบบการเมือง/ การปกครอง

ฟิลิปปินส์ได้รับเอกราชโดยสมบรูณ์เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2489 แต่ถือวันที่ 12 มิถุนายนเป็นวันชาติ (ประกาศเอกราช จากสเปนเมื่อวันที่ 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 และสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งมีระยะเวลา การทำงาน 3 ปี การเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาเป็นการเลือกตั้งจากทั่วประเทศ ในขณะที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจะเป็น การเลือกตั้งในเขตและภาคส่วนต่างๆ

ระบบตุลาการของประเทศควบคุมโดยศาลฎีกา โดยประกอบด้วยประธานศาลฎีกา และคณะตุลาการทั้งหมด 14 คน

1.6 ประชากร/ สังคม/ วัฒนธรรม

ประชากร

ฟิลิปปินส์มีจำนวนประชากร 109,035,343 คน (ข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ปี 2563) ความหนาแน่นประชากร 338 คนต่อตารางกิโลเมตร เป็นเชื้อสายมาลายู ร้อยละ 96 เชื้อสายจีนร้อยละ 2 และอื่นๆ ร้อยละ 2 อัตราการเพิ่มของประชากรร้อยละ 1.63

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

การจำแนกกลุ่มประชากรตามอายุ

อายุ (ปี)	วัย	ร้อยละของจำนวนประชากร
0-14	เด็ก	30.7%
15-64	วัยทำงาน	69.4%
65 ปีขึ้นไป	คนชรา	5.86%

ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์มีประชากรอยู่ภายใต้เส้นความยากจน (Below Poverty Line) ร้อยละ 18.1 ของจำนวนประชากรทั้งหมด หรือคิดเป็นประมาณ 19.99 ล้านคน โดยเกือบหนึ่งในสามของผู้ที่อยู่ในแนวเส้น

ความยากจนเป็นเกษตรกร ในขณะที่อัตราประชากรที่รู้หนังสืออยู่ที่ร้อยละ 94.0 ในกลุ่มประชากรอายุ 5 ปีขึ้นไป (ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ ปี 2562)

วัฒนธรรม

ชนกลุ่มแรกที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในฟิลิปปินส์คือชาว Melanesian แต่ในปัจจุบันคนกลุ่มนี้เหลืออยู่น้อยมาก แต่ยังรักษา วัฒนธรรมแบบดั้งเดิมไว้อย่างเข้มแข็งหลังจากนั้นเริ่มมีกลุ่มAustronesian ซึ่งคนกลุ่มนี้มีวัฒนธรรมที่เด่นที่สุดทั้งด้านภาษา อาหาร ศิลปะ คนกลุ่มนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์กับชนกลุ่มอื่นไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย ญี่ปุ่น ตะวันออกกลางและบอร์เนียว

สเปนได้เข้ามาปกครองฟิลิปปินส์มากกว่า 3 ศตวรรษ ทำให้ฟิลิปปินส์มีรากฐานของวัฒนธรรมฮิสแปนิก (Hispanic) อยู่มาก โดยสเปนได้เข้ามามีอิทธิพลทั้งในเรื่องของศิลปะ ศาสนา ภาษา รวมถึงค่านิยมต่างๆ ทั้งนี้หลังจากฟิลิปปินส์ได้รับเอกราชจาก สเปน ฟิลิปปินส์ก็ตกอยู่ภายใต้การปกครองของสหรัฐอเมริกากว่า 50 ปี เพราะเหตุนี้ฟิลิปปินส์จึงได้รับอิทธิพลทางด้าน ความเป็นสมัยใหม่และภาษาอังกฤษมาจนถึงทุกวันนี้

วัฒนธรรมของฟิลิปปินส์จึงเป็นลักษณะวัฒนธรรมผสมผสานที่ได้รับอิทธิพลจากสเปน จีน เม็กซิโก อเมริกาอาหรับ และมาเลเซีย ในปัจจุบันอิทธิพลที่เห็นได้เด่นชัดของฟิลิปปินส์น่าจะมีด้วยกันอย่างน้อย 3 สาย คือ สเปน จีน และอเมริกัน

อิทธิพลจากสเปน

อิทธิพลวัฒนธรรมจากสเปนและเม็กซิโก เรียกว่า Hispanic Influences ที่มีมากว่า 300 ปีในช่วงการปกครองแบบอาณานิคม จะเห็นได้จากความเชื่อในศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก งานประเพณีทางศาสนาซึ่งในทุกๆ ปีฟิลิปปินส์จะมีงานรื่นเริงเรียกว่า Barrio Fiesta เป็นการฉลองวันนักบุญของเมือง หมู่บ้านและเขตการปกครองต่างๆ มีการประกอบพิธีทางศาสนา การเดินขบวนในเมืองฉลองวันนักบุญ การจุดพลุไฟ การประกวดความงามและ การเต้นรำ 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 นับเป็นมหาวิทยาลัย ที่เก่าแก่ที่สุดในฟิลิปปินส์และในเอเชีย รวมทั้งจัดเป็นมหาวิทยาลัยคาทอลิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก คือมีนักศึกษาประมาณ 37,000 คน

วัฒนธรรมของสเปนอีกอย่างหนึ่งที่มีความเด่นชัดคือชื่อและนามสกุลของชาวฟิลิปปินส์ แม้ว่าชื่อและนามสกุลเหล่านั้น จะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับบรรพบุรุษ โดยชื่อและนามสกุลดังกล่าวเกิดขึ้นหลังจากสเปนออกกฎให้ใช้ชื่อและนามสกุล แบบสเปนในฟิลิปปินส์

นอกจากชื่อของบุคคลแล้ว ชื่อของถนน เมืองและจังหวัดของฟิลิปปินส์จำนวนมากยังเป็นภาษาสเปนด้วย สถาปัตยกรรมหลายแห่งในฟิลิปปินส์ก็ยังเป็นรูปแบบแบบสเปน เช่น มีการออกแบบรอบๆ จัตุรัสของเมือง โดยเฉพาะโบสถ์ ที่ทำการของภาครัฐ และมหาวิทยาลัย

อิทธิพลจากจีน

อิทธิพลทางวัฒนธรรมจากจีนจะพบได้จากอาหาร ซึ่งอาหารของฟิลิปปินส์นั้นจัดได้ว่าคล้ายอาหารจีน มีรสชาติค่อนข้าง ไม่เผ็ดร้อนนัก ไม่เหมือนอาหารพื้นบ้านของไทย ฟิลิปปินส์นิยมรับประทานก๋วยเตี๋ยวที่เป็นเส้น เรียกว่า Mami เช่นเดียวกับอาหารจานเนื้ออื่นๆ นอกจากนี้คือ ภาษาที่ชาวจีนในฟิลิปปินส์นิยมพูดกันในหมู่ชุมชนของตน

อิทธิพลจากอเมริกัน

ประเทศฟิลิปปินส์อยู่ภายใต้การปกครองของประเทศสหรัฐฯ ไม่นาน แต่ได้รับอิทธิพลจากอเมริกันอย่างมาก ประเทศสหรัฐฯ เป็นแหล่งที่คนมีการศึกษาในฟิลิปปินส์นิยมไปแสวงหาโชคและหางานทำมากที่สุด อิทธิพลทางวัฒนธรรมจากอเมริกันนับว่ามีการแพร่หลาย เช่น การพูด และใช้ภาษาอังกฤษ

ในด้านกีฬาจะเห็นได้จากกีฬาบาสเกตบอล (Basketball) ซึ่งจัดเป็นกีฬายอดนิยมของชาติกีฬาทำชื่อเสียงให้กับฟิลิปปินส์อื่นๆ ได้แก่ ชกมวย ว่ายน้ำศิลปะการต่อสู้ บิลเลียด หมากรุก สำหรับกีฬาบาสเกตบอล ฟิลิปปินส์มีทีมอาชีพมีการจัดการแข่งขันที่มีบริษัทและองค์กรสนับสนุนอย่างดีและมีผู้ชมหนาตา

อาหารการกิน

อาหารฟิลิปปินส์มีการพัฒนามาหลายศตวรรษตั้งแต่ชนชาติมาลายูเข้ามาตั้งถิ่นฐานและได้รับอิทธิพลจากสเปน จีน อเมริกันและเอเชีย โดยอิทธิพลของเอเชียนั้น ได้มีการปรับเข้ากับส่วนผสมอาหารท้องถิ่นด้วย อาหารของฟิลิปปินส์มีตั้งแต่อาหารที่เรียบง่ายอย่างปลาเค็มและข้าว จนถึงอาหารที่มีความซับซ้อนในการปรุงที่ใช้ในงานเทศกาลอย่าง Paella และ Cocido

อาหารอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมในฟิลิปปินส์ ได้แก่ เลชอน ซีซีก อโดโบ ซินิกัง คาเร-คาเร หมูกรอบ ปานซิต เปาะเปี๊ยะ และฮาโลฮาโล (น้ำแข็งใส)

ทั้งนี้ เมื่อรับประทานอาหาร ชาวฟิลิปปินส์ไม่นิยมทานอาหารกับตะเกียบ แต่ใช้อุปกรณ์ทานอาหารแบบตะวันตก อย่างช้อนและส้อม แต่ข้าวยังคงเป็นอาหารหลักของชาวฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ วิธีการรับประทานแบบดั้งเดิมโดยใช้มือ ก็ยังคงเป็นที่นิยมในเขตชนบทด้วยเช่นเดียวกัน

อาหารจานด่วน (Fast Food) อันเป็นวัฒนธรรมแบบตะวันตกเติบโตอย่างมากในประเทศฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะ Jollibee ร้านอาหารจานด่วนสัญญาติฟิลิปปินส์ และ McDonald's จากสหรัฐฯ โดยชาวฟิลิปปินส์มีความนิยมและชื่นชอบอาหารจานด่วนมากกว่าชาวไทย สำหรับเครือร้านอาหารจานด่วนอื่นๆ ที่เป็นที่นิยมเช่น Pizza Hut, Burger King, KFC, Kenny Rogers Roasters, Wendy's, Shakey's และ Carl's Jr. นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารจานด่วนของท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน นอกจาก Jollibee ได้แก่ 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 และไม่มีศาสนาร้อยละ 0.1

ภาษา

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

สำหรับภาษาทางการของประเทศ คือ ภาษาฟิลิปิโนและภาษาอังกฤษ โดยภาษาฟิลิปิโนมีรากฐานมาจากภาษา Tagalog ซึ่งใช้สื่อสารกันในเมืองมะนิลาและเมืองใหญ่ๆ ทั้งภาษาฟิลิปิโนและภาษาอังกฤษมีการใช้ในหน่วยงานรัฐบาล การศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชนและธุรกิจ อย่างไรก็ดี ประชาชนส่วนหนึ่งที่อยู่ในชนบทอาจไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ แต่จะ พูดภาษาฟิลิปิโนและภาษาท้องถิ่นเป็นหลัก

สกุลเงิน

ใช้สกุลเงินเปโซ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ประมาณ 56.9180 เปโซ ต่อ *1* เหรียญสหรัฐฯ (ข้อมูลจากธนาคารกลางฟิลิปปินส์ เดือนกันยายน ปี 2565) หรือเทียบเป็นเงินไทย 1 บาทสามารถแลกได้ประมาณ 1.5688 เปโซ ต่อ *1* บาท

โซนเวลา

โซนเวลาของฟิลิปปินส์คือ GMT +8 โดยเวลาเร็วกว่าประเทศไทย 1 ชั่วโมง

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
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 ในขณะที่เดินทาง โดยเครื่องบินใช้เวลา 1 ชั่วโมง

ท่าเรือที่สำคัญ ได้แก่ South Habour, Manila International Container Port (MICP), Cebu, Batangas, Davao, Subic, Cagayan de Oro, General Santos และ Zamboanga นอกจากนี้ยังมีเรือสำราญให้บริการเทียบท่า 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

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

ถนน

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

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

ส่วนถนนที่มีความสำคัญมากที่สุดในเมโทรมะนิลา คือEpifanio de los Santos Avenue *(EDSA)* ซึ่งเป็นถนนสายหลัก ของเขตนครหลวงมะนิลา โดยตัดผ่าน 6 เมืองสำคัญในกรุงมะนิลา ได้แก่ Caloocan, Quezon City, Mandaluyong, San Juan, Makati และ Pasay นอกจากนี้ ยังมีปริมาณยานพาหนะในถนนที่หนาแน่นกว่า 2 ล้านคันต่อวัน ส่วนถนนอีกสายหนึ่ง ที่ค่อนข้างมีความสำคัญเช่นเดียวกัน คือ Commonwealth Avenue

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

ทางด่วนอีกแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือ Subic-Clark-Tarlac ซึ่งอยู่ในภูมิภาคลูซอนกลางโดยทางด่วนดังกล่าว เชื่อมโยงกับ North Luzon Expressway เขตท่าเรือเสรีซูบิกและเขตท่าเรือเสรีคลาร์ก

ทั้งนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์และภาคเอกชนกำลังดำเนินการสร้างทางด่วนและถนนใหม่จำนวนมาก เพื่อปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ โดยดำเนินการหลักผ่านโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน (Public-private Partnership) เป็นหลัก

ทางรถไฟ

มีเส้นทางที่ดำเนินการในปัจจุบันเพียง 56.14 กิโลเมตร เป็นเส้นทางรถไฟสายเดียวของกรุงมะนิลาที่ให้บริการจากสถานี Manila ในเขตนครหลวงมะนิลา ไปยังสถานี Calamba ในจังหวัด Laguna โดยฟิลิปปินส์มีทางรถไฟตั้งแต่สมัยที่ยังเป็นอาณานิคมของสเปน

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

นอกจากระบบ LRTA แล้ว ในกรุงมะนิลายังมีระบบ MRTC ซึ่งเป็นรถไฟฟ้าที่สร้างอยู่บนถนน 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 สนามบินหลัก ของประเทศซึ่งเป็นสนามบินนานาชาติที่สำคัญ 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 นอกจากนี้ยังมีสนามบินนานาชาติ Clark International Airport ซึ่งจะเป็นสนามบินที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์เชื่อมโยงภูมิภาคต่างๆ ในประเทศในอนาคต โดยสนามบิน Clark International Airport ให้บริการกับสายการบินต้นทุนต่ำ

เป็นหลัก เนื่องจากมีค่าธรรมเนียมต่ำกว่าสนามบิน NAIA ส่วนสนามบิน ภายในประเทศที่สำคัญ 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) เป็นผู้กำกับดูแลสถาบันการเงินและกิจการที่เกี่ยวข้องหลักด้านนโยบาย กฎหมาย ระเบียบการเงินการธนาคาร การกำหนดอัตราดอกเบี้ย การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ประเภทและจำนวนของสถาบันการเงิน

ตามข้อมูลของธนาคารกลางแห่งฟิลิปปินส์ ในปี 2564 ระบุว่ามีธนาคารในประเทศฟิลิปปินส์ทั้งหมด 13,154 ธนาคาร แบ่งเป็นสำนักงานใหญ่ 506 และสาขาธนาคารรวมทั้งหมดทั่วประเทศ 12,648 สาขา แยกเป็นธนาคารประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

ประเภทธนาคาร	จำนวนธนาคาร	จำนวนสาขา
1. ธนาคารแบบวงจรและธนาคารพาณิชย์ (Universal and Commercial Bank)	**46**	**6,992**
2. สถาบันรับฝากเงิน (Thrift Bank)	**47**	**2,691**
2.1 สถาบันการเงินที่เชื่อมโยงกับธนาคาร (Linked-Bank)	13	1,288
2.2 สถาบันการเงินที่ไม่เชื่อมโยงกับธนาคาร (Non-Linked) เช่น บริษัทประกัน บริษัทลงทุน	34	1,403
3. ธนาคารชนบท (Rural Banks)	**413**	**2,965**
รวมธนาคารทั้งหมด	**506**	**12,648**

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 โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต

ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2565 ฟิลิปปินส์มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 76.01 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 68 ของจำนวนประชากรทั้งหมด โดยผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 2.1 ล้านคนจากปีก่อน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 ในขณะที่มีผู้ใช้โซเชียลมีเดียจำนวน 92.05 ล้านคน เพิ่มขึ้น 3.1 ล้านคนจากปีก่อน หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.4

นอกจากนี้ จากข้อมูลพบว่าฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยชาวฟิลิปปินส์ใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 27 นาที รวมทั้งพบว่าชาวฟิลิปปินส์ยังเป็นผู้ใช้เวลากับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมากที่สุดของโลก โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ชั่วโมง 6 นาทีต่อวัน ในขณะที่ค่าเฉลี่ยการใช้งานโซเชียลมีเดียทั่วโลกอยู่ที่ 2 ชั่วโมง 27 นาที

สำหรับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในฟิลิปปินส์คือ Facebook รองลงมาได้แก่ YouTube Facebook Messenger Instagram และ Twitter ตามลำดับ โดยการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของชาวฟิลิปปินส์นิยมใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนมากที่สุด โดยมีปริมาณการเชื่อมต่อโทรศัพท์มือถือกว่า 173 ล้านครั้ง โดยกลุ่มประชากรดิจิทัลส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 16 ปี ขึ้นไป ทั้งนี้ สาเหตุที่ทำให้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมอย่างมากในฟิลิปปินส์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่ายและให้พื้นที่สำหรับการตอบโต้/พูดคุยที่เปิดกว้าง ประกอบกับวัฒนธรรมของชาวฟิลิปปินส์ที่ชอบเข้าสังคมและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับครอบครัว เครือญาติ และเพื่อนฝูง ทำให้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวฟิลิปปินส์และถูกผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมดั้งเดิม อย่างไรก็ดี โครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ตของฟิลิปปินส์ยังค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค รหัสโดเมนของประเทศฟิลิปปินส์ คือ .ph

1.11 มารยาททางธุรกิจและธรรมเนียมปฏิบัติ

คนฟิลิปปินส์ใช้การทักทายในรูปแบบเดียวกับตะวันตก กล่าวคือหากคู่สนทนาไม่มีความสนิทสนมให้ใช้วิธีการจับมือ ทักทายแบบตะวันตก และหากคู่สนทนามีความสนิทสนมดีใช้วิธีหอมแก้มแบบแก้มชนแก้มในระหว่างหญิงกับหญิง หรือ หญิงกับชาย และการสวมกอดระหว่างชายกับชาย ส่วนระหว่างการหอมแก้มระหว่างชายกับชายนั้นมักพบเฉพาะใน กลุ่มชาวฟิลิปปินส์ที่นับถือศาสนามุสลิม

คนฟิลิปปินส์มีการทักทายระบบอาวุโสในระหว่างหมู่เครือญาติ เด็กชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ยังถูกอบรมให้ทักทาย ญาติผู้ใหญ่ด้วยการจับมือผู้อาวุโสมาแตะที่กลางหน้าผากเพื่อเป็นการแสดงความเคารพ

ในการพบปะเจรจาธุรกิจ ในงานสังคมทั่วไปทั้งชาย/ หญิง จะจับมือเพื่อทักทายและทาความรู้จัก และจับมืออีกครั้ง เมื่ออำลา ลักษณะการจับมือควรจะเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการและไม่แน่นจนเกินไป ผู้ชายอาจตบหลังของอีกฝ่ายหนึ่ง แบบเบาๆ ก็ได้ ฝ่ายชายควรจะรอให้ผู้หญิงเป็นฝ่ายยื่นมือออกมาก่อน ในขณะที่การแสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสนั้น ต้องเริ่มด้วยการทักทายผู้ที่อาวุโสมากที่สุดก่อน

ในส่วนของชื่อและการเรียกชื่อนั้น มีข้อปฏิบัติและข้อควรรู้ ดังนี้

- ทั้งชาย/ หญิง การลำดับชื่อจะขึ้นด้วยชื่อตัว ตามด้วยอักษรตัวแรกของนามสกุลมารดาและนามสกุลบิดา การแนะนำ บุคคลให้ใช้นามสกุลเต็ม อย่าเรียกอักษรย่อ
- พึงใช้ Mr. Mrs. Miss คำนำหน้าชื่อตามอาชีพและนามสกุล จนกว่าเจ้าบ้านหรือผู้ร่วมงานของคุณจะอนุญาตให้เรียกชื่อตัวได้ และอาชีพ หมอ ครู ตำรวจ และอื่นๆ จะมีคำนำหน้าชื่อที่บอกอาชีพ
- ใช้ Sir, Mam เมื่อพูดกับผู้อาวุโสและผู้บังคับบัญชา หรือคำนำหน้าชื่อที่ได้รับอนุญาตให้เรียกและนามสกุล แม้ว่า จะรู้จักคุ้นเคยกันแล้วก็ตาม
- เมื่อแต่งงานแล้ว ผู้หญิงหลายคนยังคงนามสกุลของตนเอง บางคนก็เพิ่มนามสกุลของฝ่ายสามีเข้าไปด้วย โดยเติมหลังเครื่องหมาย *(-)*
- ในการติดต่อเรื่องจดหมาย หากผู้ต้องการติดต่อด้วยคือ Mrs. Maria Bacani-Aquino ก็ควรขึ้นต้นด้วย Dear Mrs. Aquino แต่สำหรับการสนทนาทั่วไปให้เรียกเธอว่า Mrs. Aquino
- ครอบครัวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่มีชื่อเป็นภาษาสเปนเนื่องจากถูกสเปนครองมานานกว่า 3 ศตวรรษ

การเตรียมเงินเดินทาง

การถอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็มอาจมีการระบุปริมาณการถอนเงินสูงสุดแต่ละครั้ง 20,000 เปโซ ยกเว้นตู้เอทีเอ็มธนาคารในระดับสากล เช่น ธนาคาร HSBC ที่จำกัดปริมาณการถอนเงินที่มากกว่านั้น

ส่วนร้านแลกเงินมีกระจายอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะในเขตย่านการค้าธุรกิจ เช่น เมืองมากาติ เมืองมะนิลา เป็นต้น ทั้งนี้ ควรเลือกร้านแลกเปลี่ยนเงินที่น่าเชื่อถือและควรนับเงินทุกครั้งหลังการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากมีร้านแลกเปลี่ยนเงินบางร้านให้เงินในจำนวนต่ำกว่าอัตรา หรือขาดหายบ่อยครั้ง

เงินเหรียญสหรัฐฯ เป็นที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนในประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ ธนบัตรต้องไม่มีรอยหักพับ ฉีกขาดในการแลกเปลี่ยนเงินกับร้านแลกเปลี่ยนเงิน

การแต่งกาย

ชาวฟิลิปปินส์ถือเรื่องการแต่งกายเป็นสิ่งสำคัญ โดยต้องแต่งกายสุภาพสวมรองเท้าหุ้มส้นในการผ่านเข้าอาคารสำนักงาน โบสถ์ โรงแรม และร้านอาหารที่มีระดับหลายแห่ง อย่างไรก็ตาม หากเดินเข้าร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้าไม่มีข้อกำหนดเรื่องการแต่งกายดังกล่าว

การแต่งตัวเข้าร่วมงานประชุมหรืองานพิธีกับทางราชการ ผู้ชายชาวฟิลิปปินส์มักสวมเสื้อประจำชาติเรียกว่า บารองทำจากใยสับปะรดหรือใยกล้วยสีครีม และผู้หญิงมักใส่กระโปรงสุภาพกับเสื้อที่ค่อนข้างมีสีสัน

หากเป็นงานเลี้ยงกลางคืนผู้ชายยังสามารถสวมเสื้อบารองหรือสูทในการเข้าร่วมงาน ส่วนหญิงชาวฟิลิปปินส์มักนิยมใส่ชุดกระโปรงราตรียาวสีสันต่างๆ หรืออาจใส่เสื้อราตรีประจาชาติแขนยกสูงที่เรียกว่าฟิลิปปินเยียนา

พิธีงานจัดเลี้ยงวันเกิด งานแต่งงาน งานศพ

ครอบครัวชาวฟิลิปปินส์มีพิธีความเชื่อในการฉลองจัดเลี้ยงวันเกิดเมื่อบุตรทั้งหญิงและชายครบรอบ 1 ปี 3 ปี 7 ปี และอีกครั้งเมื่อเด็กผู้หญิงมีอายุครบ 18 ปี หลังจากครบอายุดังกล่าวเป็นการจัดเลี้ยงฉลองส่วนตัว

พิธีแต่งงานของชาวฟิลิปปินส์แบ่งออกเป็นสองช่วงคล้ายกับของไทย คือ พิธีทางศาสนาในช่วงเช้าและงานเลี้ยง ในโรงแรมในช่วงเย็น การจัดงานแต่งงานค่าใช้จ่ายในการจัดงานบางส่วนเจ้าสาวเจ้าบ่าวอาจขอเงินสนับสนุนจากสปอนเซอร์ นอกเหนือจากวงศ์ญาติ เช่น เจ้านาย ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำทางการเมือง เป็นต้น ในระหว่างการร่วมงานต้องมีการเตรียมเงินสดเพื่อช่วยงานเจ้าบ่าวเจ้าสาวอาจมีการเต้นเพื่อเรียกให้แขกผู้มาร่วมงานสมทบเงินการจัดงาน หลังจากแต่งงานคู่สามีภรรยามักนิยมจัดเลี้ยงเมื่อครบรอบการแต่งงาน 25 ปี และ 50 ปี

พิธีงานศพในระหว่างการจัดงานศพมีการทำพิธีทางศาสนาเป็นเวลา 3-5 วัน สำหรับงานศพชาวบ้านทั่วๆ ไป ในระหว่างงานมีการอนุญาตให้มีการพนันหน้างานเพื่อหาเงินสมทบทุนงานศพภายใต้ชื่อเรียก Abuloy ผู้เข้าร่วมงานแต่งกายสีสุภาพเน้นสีขาว รองลงมาได้แก่ สีดำ

การรับประทานอาหาร

คนฟิลิปปินส์รับประทานอาหารวันละ 5 รอบ คือ เช้า เที่ยง ค่ำ และอาหารว่างระหว่างวันช่วงสายและบ่ายที่เรียกว่า เมอร์เยียนดา อาหารจานหลักของชาวฟิลิปปินส์คือข้าวเช่นเดียวกันกับชาวไทย จานกับข้าวของฟิลิปปินส์มักมีรสอ่อน ไม่เผ็ดร้อนเหมือนกับประเทศอื่นๆ ในเขตเพื่อนบ้าน และเน้นรับประทานอาหารที่ทำจากเนื้อมากกว่าผัก ทั้งเนื้อวัว เนื้อหมู เนื้อไก่ และเนื้อปลา โดยชาวฟิลิปปินส์นิยมบริโภคหมูหัน *(Lechon)* หรือปลานวลจันทร์ทะเล *(Bangus)* และผักที่ได้รับ ความนิยมในการบริโภค ได้แก่ แครอต มะเขือเทศ ใบมะรุม ใบมันเทศ และผักบุ้ง

คนฟิลิปปินส์สมัยใหม่นิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดจานด่วน เช่น ข้าวไก่ทอด สปาเกตตี้ พิซซ่า เบเกอรี่จากกลุ่มเครือร้านอาหารอเมริกัน เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี สตาร์บัค โดยระยะหลังมีการสร้างแบรนด์ร้านอาหารท้องถิ่นซึ่งมีเจ้าของเป็น ชาวฟิลิปปินส์ที่มักเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เช่น ร้านฟาสต์ฟู้ดไก่ทอด Jollibee ร้านอาหารฟิลิปปินส์ Inasal ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ

มารยาทในการรับประทานอาหาร

- ใช้อุปกรณ์การรับประทานอาหารแบบตะวันตก ตามปกติแล้วอาหารจะเสิร์ฟในคราวเดียวมากกว่ามาทีละชุด
- ชาวฟิลิปปินส์อาจไม่ใส่ใจกับคำเชิญไปร่วมทานอาหารหรือเลี้ยงสังสรรค์มากนัก แม้ว่าจะตอบรับแต่ใช่ว่าจะจริงจังกับคำตอบรับ ทางที่ดีควรโทร. ไปเชิญ/ เตือนความจำอีกครั้ง
- รอจนกว่าเจ้าภาพจะเชิญให้นั่ง การปฏิเสธคำเชิญชวนให้นั่งทานอาหาร หรือรับเครื่องดื่มในครั้งแรกถือเป็นการแสดงความสุภาพ เมื่อออกปากเชิญครั้งที่ 2 จึงค่อยตอบรับ
- โดยทั่วไปเจ้าภาพจะยกอาหารที่เสิร์ฟมาจานแรกให้แขก จานต่อไปจึงค่อยบริการตนเอง ระหว่างรับประทานอาหารให้วางมือของคุณบนโต๊ะเสมอ
- กล่าวชมเจ้าภาพในเรื่องรสชาติอาหาร การรับประทานอย่างเอร็ดอร่อยถือเป็นการชมที่จริงใจที่สุด และเหลืออาหารในจานเล็กน้อยเมื่อทานเสร็จ ควรรวบช้อนส้อมไว้ในจาน
- เมื่อไปร่วมสังสรรค์มื้อค่ำในวันสุดสัปดาห์ ให้ลากลับประมาณเที่ยงคืน ส่วนวันธรรมดาให้ลากลับ 4 ทุ่ม
- การดื่มอวยพรเป็นธรรมเนียมในฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะการพบปะสังสรรค์ทางธุรกิจ เจ้าภาพ/ แขกอาวุโสเป็นผู้เริ่มกล่าวอวยพรก่อน
- การดื่มอวยพรเป็นภาษาอังกฤษถือเป็นความเหมาะสม

สำหรับในภัตตาคารนั้น มีข้อปฏิบัติดังนี้

- การดื่มเครื่องดื่มเล็กๆ น้อยๆ ก่อนสั่งอาหาร ถือเป็นเรื่องปกติ
- ผู้เชิญเป็นผู้จ่ายค่าอาหาร ไม่ต้องช่วยกันจ่าย
- เมื่อต้องการเรียกบริกรให้ชูมือขึ้น พึงเรียกบริกรหญิงว่า Miss

อุปนิสัย

ภายใต้การเป็นเมืองขึ้นของสเปนและสหรัฐอเมริกาเกือบ 400 ปี ทำให้ชาวฟิลิปปินส์ถูกหล่อหลอมเรื่องวัฒนธรรมบุญคุณ เคารพเชื่อฟังผู้อาวุโส ระบบชนชั้นการปกครอง และความมีวินัย เช่น การต่อแถวรอคิวซื้อของ การต่อแถวขึ้นรถประจาทางเป็นต้น

ชาวฟิลิปปินส์ยังมีอุปนิสัยรักความสนุกสนาน เปิดเผย เข้าถึงง่าย รู้สิทธิทางกฎหมายและการเมืองดี พูดสื่อสารเก่ง กล้าแสดงออก เชื่อมั่นในตนเองสูงซึ่งอาจได้อิทธิพลมาจากการถูกปกครองโดยประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วง 50 ปีหลัง

จากการปกครองภายใต้สเปนและอเมริกาดังกล่าวเป็นเวลายาวนานทำให้ชาวฟิลิปปินส์มีพฤติกรรมและรสนิยมในการอุปโภคบริโภคคล้ายชาวตะวันตกมากกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน

นิสัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือชาวฟิลิปปินส์มักให้ความสำคัญกับพวกพ้องและพี่น้องมาก และมีนิสัยกล้าปฏิเสธคำร้องจากบุคคลนอกครอบครัวและกลุ่มเพื่อนฝูง แต่มักไม่ค่อยนิยมลดแลกแจกแถมของหรือเลี้ยงแบบฟรีเสียเปล่า แต่จะใช้ลักษณะหารค่าใช้จ่ายกันหรือหาผลประโยชน์ร่วมกัน

การจัดการปัญหาทั้งระดับปัญหาขนาดเล็กถึงใหญ่ชาวฟิลิปปินส์มักนิยมใช้การต่อสู้ในชั้นศาลเพื่อปกป้องสิทธิตน โดยไม่นิยมการประนีประนอม อย่างไรก็ตาม หากเป็นไปได้ควรหลีกเลี่ยงวิธีขึ้นศาลและใช้วิธีไกล่เกลี่ยด้วยเหตุผล เนื่องจากการขึ้นศาลเป็นวิธีที่มีกระบวนการซับซ้อนใช้เวลาและเสียค่าใช้จ่ายสูง

ค่านิยม

ชาวฟิลิปปินส์เป็นคนง่ายๆ สบายๆ รักสนุก จิตใจอ่อนไหว และช่างต้อนรับขับสู้ เกียรติยศของครอบครัวและบุคคลถือเป็นเรื่องใหญ่ พอๆ กับการยอมรับนับถือและความภาคภูมิใจ การศึกษาเป็นสิ่งที่ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญมาก และ ครอบครัวจะทำทุกอย่างเพื่อให้ลูกหลานได้รับการศึกษา นอกจากนี้ยังมีค่านิยม บายานีฮัน (Bayanihan) คือ จิตวิญญาณร่วมที่ทำให้ชาวฟิลิปปินส์มารวมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันทันทีในคราวที่จำเป็น

ครอบครัว

ครอบครัวมีความสำคัญกว่าปัจเจกบุคคลและให้คุณค่ากับการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการพึ่งพาตนเอง ครอบครัวขยาย ถือเป็นจุดเริ่มต้นของสังคม วงศาคณาญาติจะช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีความรู้สึกปลอดภัย การหย่าร้างเป็นเรื่องผิดกฎหมาย โดยมากครอบครัวชาวฟิลิปปินส์เป็นครอบครัวขนาดใหญ่ คำแนะนำของมารดาถือเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องฟังและปฏิบัติ

ภาษาท่าทาง

- ผู้คนยิ้มแย้มแจ่มใส เปิดเผย อบอุ่น และมีมิตรไมตรี ชาวฟิลิปปินส์จะถูกตัวกันมากกว่าชาติอื่นในเอเชีย
- หากชาวฟิลิปปินส์ไม่เข้าใจคำถาม จะทำท่าอ้าปากหวอ ส่วนการหัวเราะอาจหมายถึงความสุขหรือเขิน
- เมื่ออยู่ในสังคม ชาวฟิลิปปินส์จะค้อมตัวเมื่อเดินผ่านผู้คน
- ชาวฟิลิปปินส์มักไม่ชอบปฏิเสธ การแสดงออกว่าไม่ อาจตามด้วยคำพูดว่าใช่ ซึ่งคุณควรเข้าใจว่าคือการปฏิเสธนั่นเอง
- หลีกเลี่ยงการจ้องมองหน้านานๆ เพราะอีกฝ่ายหนึ่งจะเข้าใจว่าคุณกำลังหาเรื่อง แม้ว่าการจ้องหน้าจะเป็น การกระทำที่ไม่สุภาพ แต่ในพื้นที่ห่างไกลซึ่งไม่ค่อยมีชาวต่างชาติไปเยือน คนฟิลิปปินส์ก็อาจมองจ้องคุณหรือถึงกับมาสัมผัส ตัวด้วยก็มี
- การยืนเอามือเท้าสะเอวหมายถึงคุณกำลังโกรธ
- อย่ายกมือเรียกโดยใช้นิ้วชี้เพียง 1 นิ้ว เพราะหมายถึงการสบประมาท ควรยกแขนขึ้นและกวักเรียกทั้งมือ
- เวลาต้องการพูดว่า 2 ใช้ชูนิ้วนางและนิ้วก้อย
- การยักคิ้วคือวิธีการทักทายของชาวฟิลิปปินส์
- คนฟิลิปปินส์จะไม่ชี้ไปที่คน/ สิ่งของ แต่จะใช้การเหลือบตามองไปที่ของชิ้นนั้น หรือทำท่าบุ้ยปาก
- ชาวฟิลิปปินส์ค่อนข้างคุ้นเคยกับท่าทางของชาวตะวันตก

วัฒนธรรมการทำงาน

โครงสร้าง

วัฒนธรรมเชิงธุรกิจ ฟิลิปปินส์ได้รับอิทธิพลจากสเปน จีน อเมริกา นักธุรกิจและบรรดาผู้บริหารประเทศส่วนใหญ่ จบการศึกษาจากสหรัฐฯ ทำให้ธรรมเนียมปฏิบัติแบบอเมริกาเป็นปกติวิสัยในวงธุรกิจ

เนื่องจากวัยและประสบการณ์คือ เครื่องหมายภูมิปัญญาและอำนาจการบังคับบัญชา รูปแบบการจัดองค์กรเป็น *“ระบบอุปถัมภ์”* บริษัทต้องเกื้อกูลพนักงาน อย่างไรก็ดี ชาวฟิลิปปินส์มีความรู้เรื่องสิทธิทางกฎหมายสูงรวมถึงความรู้เรื่องกฎหมายแรงงาน ในการทำงานของชาวฟิลิปปินส์มักทำงานเฉพาะในช่วงเวลาและหน้าที่ที่ระบุตามสัญญาจ้างงานอย่างเที่ยงตรง

ฟิลิปปินส์มีความเป็นหนึ่งกับกลุ่ม/ พวกพ้อง ทั้งญาติ ชุมชนในบริษัท ซึ่งทำให้บุคคลภายนอกประสบกับความยากลำบาก ในการเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ๆ

การมีพรรคพวก/ เพื่อนพ้องทางธุรกิจจะช่วยและเอื้อประโยชน์ให้การทำธุรกิจง่ายขึ้นการสร้างความสัมพันธ์สำคัญ ในฐานะพื้นฐานทางธุรกิจ ความไว้ใจ ซื่อตรงและจริงใจต่อกัน ก็เป็นคุณสมบัติที่เปรียบเหมือนอิฐที่ใช้ก่อสร้าง ที่ต้องการ ความอดทนอดกลั้นเป็นซีเมนต์ประสานความมั่นคง

นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์จะรู้สึกว่านวัตกรรมความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันเป็นเรื่องเสี่ยง และยังเชื่อว่านอกเสียจาก ความสามารถและความพยายามแล้ว ความสำเร็จขึ้นอยู่กับโชคชะตาอีก

การประชุม

การเจรจาต่อรองอาจเริ่มด้วยหัวข้อสนทนาในเรื่องทั่วๆ ไป ก่อนนำเข้าสู่ประเด็นทางธุรกิจการมีบุคคลที่ *3* หรือ คนกลางจะช่วยในการประนีประนอมให้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะประเด็นที่หาข้อสรุปยาก คู่ค้าชาวฟิลิปปินส์มักถือเรื่องราคา เป็นหลักว่าจะตัดสินใจสั่งซื้อหรือไม่ การลดราคาสินค้าอาจเกิดขึ้นได้หากการต่อรองยืดเยื้อสำหรับการเจรจาไม่ควรปล่อยเวลา ให้นานเกินไป เพราะความกระตือรือร้นจะค่อยหมดไปเรื่อยๆ

นอกจากนี้ การทำงานกับคนฟิลิปปินส์ในการตกลงเรื่องธุรกิจควรให้มีพยานในการประชุม การบันทึกข้อความการประชุม การยืนยันและการทำการตกลงแบบมีลายลักษณ์อักษรแทนการตกลงทางคำพูด

การสื่อสาร

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาธุรกิจที่ใช้ติดต่อการเจรจาธุรกิจการค้า โดยชาวฟิลิปปินส์ใช้ภาษาอังกฤษได้ดีแม้ในระดับชนชั้นแรงงาน ทำให้การทำงานค่อนข้างไม่มีอุปสรรคทางด้านภาษา และใช้ได้สุภาพมากกว่าชาวตะวันตกใช้นั่นคือการพูดความจริงจะทำอย่างระวังการถกเถียงอาจทำแบบอ้อมๆ ไม่ว่าเนื้อหาในการสื่อสารเป็นรูปใด นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์จะคำนึงถึงเรื่องการแสดงออกทางมารยาท ชนิดที่ปากกับใจตรงกันมากเกินไป บางครั้งจะถูกมองว่าไร้วัฒนธรรม การวิพากษ์วิจารณ์ผู้ร่วมงานควรทำเป็นส่วนตัว อย่ารุกมากเกินไปหรือต้อนใครให้จนมุม สำหรับชาวฟิลิปปินส์แล้ว เป็นเรื่องลำบากใจในการตอบปฏิเสธ โดยเฉพาะการทำต่อหน้า ผู้บังคับบัญชา เตรียมใจไว้ว่าคุณจะพบกับคำตอบอ้อมๆ อย่าเข้าใจผิดว่าเป็นการหลอกลวงพวกเขาเพียงไม่ต้องการเผชิญหน้า และอยากให้คุณสบายใจ หรือเอาใจคุณเท่านั้น ทั้งนี้ การพยายามเอาใจอาจแสดงออกด้วยการเห็นด้วยกับข้อตกลง แต่กลับ ไม่ทำอะไร (ดื้อเงียบ) และเมื่อมีคำถามให้ตั้งคำถามง่ายๆ หลีกเลี่ยงคำถามที่ต้องการคำตอบว่าใช่ หรือไม่ใช่ โดยเฉพาะคำถามปฏิเสธ อาทิ คุณจะไปทานข้าวกับผมหรือไม่ คำตอบอาจจะครับ แต่แท้จริงคือเขาไม่ไป

การเข้าพบเพื่อเจรจาเป็นที่นิยมมากกว่า การติดต่อผ่านอีเมล์หรือโทรศัพท์นั้นไม่น่าเชื่อถือ ส่วนทางจดหมายคุณอาจไม่ได้รับคำตอบกลับ ระวังปัญหาการสื่อสารผิดความหมาย การเข้าใจผิดจากการสื่อสารด้วย

ส่วนเรื่องของเวลา ชาวฟิลิปปินส์ไม่เคร่งครัดเรื่องเวลานัก การนัดพบจึงมักช้ากว่ากำหนด และงานสังคมโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องตรงต่อเวลามากนัก

การรับรองแขก

- การรับรองส่วนใหญ่จะทาในร้านอาหารหรือในคลับ ถ้าเป็นภัตตาคารควรอยู่ระดับสากล
- คุณอาจถูกขอให้ขึ้นร้องเพลง ดังนั้นควรมีความสามารถในการร้องเพลงได้
- อย่านำภรรยาหรือสามีไปในการนัดรับประทานอาหารกลางวัน เพราะส่วนใหญ่ไป เพื่อเจรจาธุรกิจ
- การนัดหมายสำหรับมื้อกลางวันหรือมื้อเย็นควรทำด้วยตนเองและควรติดตามผล
- โดยปกติชาวฟิลิปปินส์จะไม่ต่อรองในระหว่างมื้ออาหาร แต่จะเจรจาตามงานสังคมทั่วไปเพราะชอบรวมธุรกิจกับความสนุกไว้ด้วยกัน
- หากคุณได้รับเชิญทานอาหารมื้อเย็นก็ควรหาโอกาสเลี้ยงตอบด้วยมื้ออาหารที่ราคาใกล้เคียงกัน

1.12 ข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์

สิ่งที่ควรทำ

- แสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสด้วยการทักทายเป็นท่านแรกและสละที่ให้ท่านนั่งกรณีไม่มีที่ว่า
- ขออนุญาตก่อนทุกครั้งที่จะถ่ายรูป
- เตรียมใจว่าคุณอาจถูกไต่ถามเรื่องส่วนตัว ทางกลับกันคุณอาจถามคำถามเดียวกันกลับได้ โดยเฉพาะเรื่องครอบครัว
- ควรพูดจานุ่มนวลและเก็บอารมณ์

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- อย่าทำให้ใครอาย/ เสียหน้า เพราะหมายถึงตัวเขาและครอบครัวเขาด้วย
- หลีกเลี่ยงการวิจารณ์บุคคล ครอบครัว ประเทศ วัฒนธรรม
- ไม่แสดงความคิดเห็นส่วนตัวเพราะอาจไปกระทบกับผู้อื่น
- อย่าชมหากคุณไม่รู้สึกอย่างนั้นจริง
- ชาวฟิลิปปินส์มักไม่ตอบปฏิเสธแบบเต็มปากเต็มคาจะแสดงแบบคลุมเครือ
- อย่าโกรธหากคนฟิลิปปินส์หัวเราะเยาะในโชคร้าย/ ความเศร้าโศก ซึ่งเป็นวิธีการจัดการทางอารมณ์ทั่วไป
- ไม่ควรแสดงความคิดเห็นคัดค้านผู้อาวุโสอย่างรุนแรง

สภาพแวดล้อมในการดำรงชีวิต

ข้อแนะนำอื่นเกี่ยวกับสุขอนามัยและความปลอดภัย

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

หมายเลขฉุกเฉินสำคัญในมะนิลา

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

2

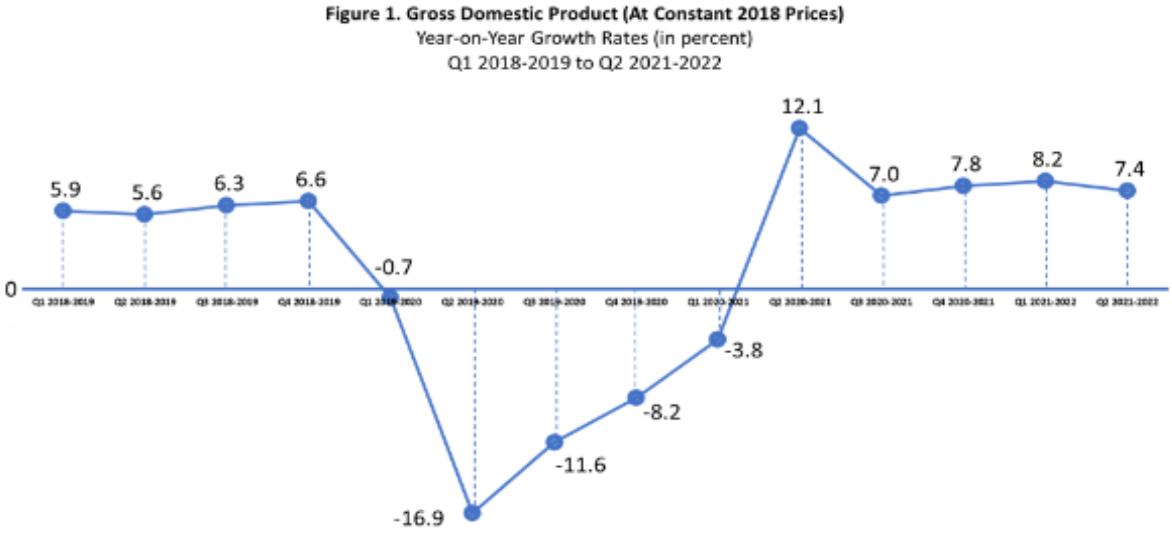
เศรษฐกิจการค้า

2.1 ภาวะเศรษฐกิจอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

2.1.1 ภาพรวมเศรษฐกิจสำคัญ/ ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจสำคัญ

2.1.1.1 การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของฟิลิปปินส์ขยายตัวร้อยละ 7.4 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 จากร้อยละ 12.1 ในช่วงเดียวกันของปี 2564 ซึ่งถือเป็นการขยายตัวสูงสุดนับตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2531 โดยภาคบริการขยายตัวร้อยละ 9.1 ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวร้อยละ 6.3 ในขณะที่ภาคเกษตรกรรมป่าไม้และประมงหดตัวร้อยละ 0.2 รายละเอียดดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 – อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของแต่ละภาคส่วนในไตรมาสที่ 2 ปี 2565

ภาคส่วนเศรษฐกิจ	อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ)
เกษตรกรรม ป่าไม้และประมง	0.2
อุตสาหกรรม	6.3
บริการ	9.1
รวม (เฉลี่ย)	7.4

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

ส่วนภาคการใช้จ่ายพบว่า ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2565 การบริโภคภาคครัวเรือนขยายตัวร้อยละ 8.6 การใช้จ่ายของภาครัฐขยายตัวร้อยละ 11.1 และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 20.5 ในขณะที่ภาคการส่งออกขยายตัวร้อยละ 4.3 และการนำเข้าขยายตัวร้อยละ 13.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 รายละเอียดดังตารางที่ *2*

ตารางที่ 2 – อัตราการขยายตัวของการใช้จ่ายในแต่ละภาคส่วนของฟิลิปปินส์

ภาคส่วน	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
	ปี 2564	ไตรมาสที่ 2	
		2564	2565
การบริโภคภาคครัวเรือน	4.2	7.3	8.6
การใช้จ่ายของภาครัฐ	7.0	-4.2	11.1
การลงทุนรวม	19.0	83.7	20.5
การส่งออก	7.8	*2*8.6	4.3
การนำเข้า	12.9	40.3	13.6

ที่มา*:* สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

2.1.1.2 ภาวะการลงทุน

ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 ฟิลิปปินส์มีการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Investment*:* FI) มูลค่ารวม 4.623 หมื่นล้านเปโซ เพิ่มขึ้นร้อยละ 105.47 จากช่วงเดียวกันในปี *2*564 ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนอยู่ที่ 2.250 หมื่นล้านเปโซ โดยเป็นการลงทุนผ่านหน่วยงานส่งเสริมการลงทุน 5 หน่วยงาน ได้แก่ Board of Investments (BOI) BOI-Bangsamoro Autonomous Region in Muslim Mindanao (BOI-BARMM) Clark Development Corporation (CDC) Philippine Economic Zone Authority (PEZA) Subic Bay Metropolitan Authority (SBMA)

ทั้งนี้ การลงทุนจากต่างประเทศในไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 พบว่าเป็นการลงทุนจากประเทศเนเธอแลนด์มากที่สุด คิดเป็นมูลค่าการลงทุน 1.904 หมื่นล้านเปโซ หรือคิดเป็นร้อยละ 41.2 ของมูลค่าการลงทุนทั้งหมด รองลงมาได้แก่ สิงคโปร์ มีมูลค่าการลงทุน 1.589 หมื่นล้านเปโซ คิดเป็นร้อยละ 34.4 และญี่ปุ่น มีมูลค่าการลงทุน 6.51 พันล้านเปโซ คิดเป็นร้อยละ 14.1 โดยผลจากการลงทุนในไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 ดังกล่าว ก่อให้เกิดการจ้างงาน 12,626 งาน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีการจ้างงาน 19,221 งาน หรือลดลงร้อยละ 25.8

ตารางที่ 3 –การลงทุนทางตรงสุทธิของต่างประเทศในฟิลิปปินส์ จำแนกตามประเทศและแหล่งที่มาของเงินทุน ไตรมาสที่ 2 ของปี 2565

อันดับ	ประเทศ	ไตรมาสที่ 2 / 2565
1	เนเธอแลนด์	19,037.2
2	สิงค์โปร์	15,886.9
3	ญี่ปุ่น	6,507.5
4	เกาหลีใต้	870.6
5	สหรัฐอเมริกา	845.8
6	สหราชอาณาจักร	801.0
7	จีน	410.5
8	หมู่เกาะบริติชเวอร์จิน	332.7
9	ออสเตรเลีย	285.6
10	หมู่เกาะเคย์แมน	223.5
	อื่นๆ	651.2
	การลงทุนจากต่างประเทศรวม	**46,230.7**

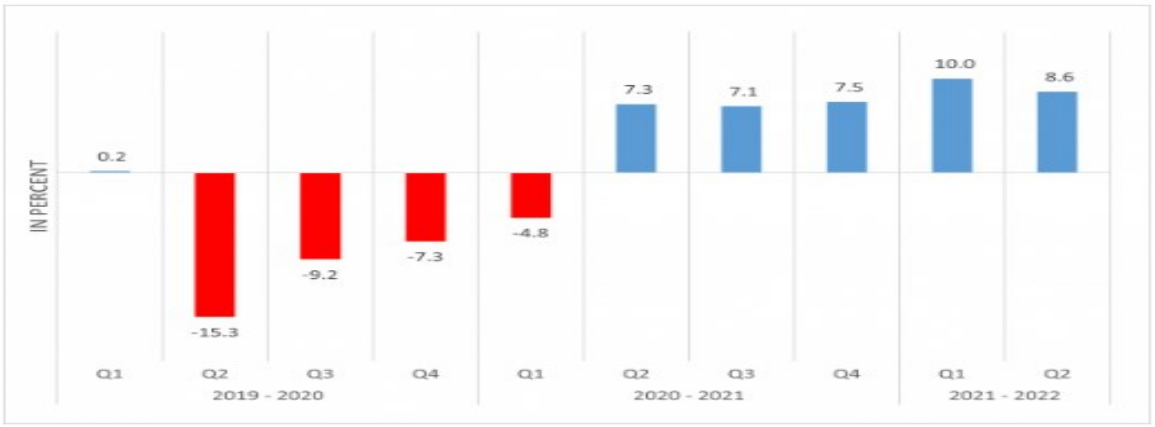
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

อุตสาหกรรมที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์มากที่สุด คือ อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ รองลงมาได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมการผลิต กิจกรรมด้านการบริการและสนับสนุน เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง ไฟฟ้า แก๊ส ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ และอุสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น

2.1.1.3 การบริโภคภายในประเทศ

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ระบุว่า ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 การใช้จ่ายภาคครัวเรือนของฟิลิปปินส์ขยายตัวร้อยละ 8.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.3 ของไตรมาสเดียวกันของปี 2564 โดยการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์มีมูลค่ามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเชื้อเพลิง และสินค้าเบ็ดเตล็ดและบริการอื่นๆ

- อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีมูลค่า 1.36 ล้านล้านเปโซ ขยายตัวร้อยละ 5.8
- ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าเชื้อเพลิง มีมูลค่า 521,578 ล้านเปโซ ขยายตัวร้อยละ 7.0
- สินค้าเบ็ดเตล็ดและบริการอื่นๆ มีมูลค่า 451,001 ล้านเปโซ ขยายตัวร้อยละ 7.5



2.1.1.4 อัตราเงินเฟ้อ

อัตราเงินเฟ้อของฟิลิปปินส์ในเดือนสิงหาคม 2565 อยู่ที่ร้อยละ 6.3 อยู่ในระดับต่ำกว่าเดือนกรกฎาคม 2565 ที่มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 6.4 แต่อยู่ในระดับสูงกว่าอัตราเงินเฟ้อในเดือนสิงหาคม 2564 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 4.4

2.1.1.5 อัตราการจ้างงานและอัตราการว่างงาน

อัตราการจ้างงานในเดือนกรกฎาคม 2565 อยู่ที่ร้อยละ 94.8 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดือนมิถุนายน 2565 อยู่ที่ร้อยละ 94.0 สำหรับอัตราการว่างงานอยู่ที่ร้อยละ 5.2 ลดลงจากเดือนมิถุนายน 2565 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 6.0 และลดลงจากเดือนกรกฎาคม 2564 ที่มีอัตราการว่างงานอยู่ที่ 7.2

ตารางที่ 4 – สถิติด้านแรงงานของฟิลิปปินส์ในเดือนมิถุนายน 2565 และเดือนกรกฎาคม 2565

สถิติ	มิถุนายน 2565	กรกฎาคม 2565
อัตราการมีส่วนร่วมของแรงงาน	64.8%	65.2%
อัตราการจ้างงาน (Employment Rate)	94.0%	94.8%
อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate)	6.0%	5.2%
อัตราการทำงานต่ำกว่าระดับความรู้ความสามารถ/วุฒิการศึกษา (Underemployment Rate)	12.6%	13.8%

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า ภาคบริการยังคงมีสัดส่วนจ้างงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.8 ของแรงงานทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ภาคเกษตรกรรม (ร้อยละ 23.5) และภาคอุตสาหกรรม (ร้อยละ 17.7)

2.1.2 สถานการณ์การค้า (การส่งออก-นำเข้า)

2.1.2.1 การส่งออก

การส่งออกของฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม - กรกฎาคม 2565 มีมูลค่า 44,739.14 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่มีมูลค่าส่งออก 42,460.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 ตารางที่ 5 แสดงถึงมูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกหลักของฟิลิปปินส์โดยจำแนกตามประเภทของสินค้าและตลาดส่งออกหลัก

ตารางที่ 5 –มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกหลักของฟิลิปปินส์ จำแนกตามประเภทสินค้า ในเดือนมกราคม - กรกฎาคม 2564/2565

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ		ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 65	
1	สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	23,955.25	24,563.50	2.5
2	แร่	1,827.68	2,412.19	32
3	สินค้าสำเร็จรูป (Other Manufacturer	2,184.86	2,256.52	3.3
4	น้ำมันมะพร้าว	709.10	1,483.66	109.2
5	ขดลวดทองแดง	1,341.49	1,310.85	-2.3
6	ส่วนประกอบยานพาหนะ เครื่องบิน และเรือ	1,424.90	1,292.67	-9.3
7	เครื่องจักรและส่วนประกอบยานยนต์	1,412.87	1,266.16	-10.4
8	สารเคมี	998.40	1,112.79	11.5
9	โลหะและส่วนประกอบ	856.24	706.66	-17.5
10	อุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	609.16	650.77	6.8
การส่งออกรวม		**42,460.81**	**44,739.14**	**5.4**

ที่มา: กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

ตารางที่ 6–มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้าส่งออกของฟิลิปปินส์ไปยังตลาดหลักในเดือนมกราคม - กรกฎาคม 2564/2565

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 65		
1	สหรัฐอเมริกา	6,695.83	6,991.62	15.6	4.4

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 65		
2	ญี่ปุ่น	6,220.77	6,428.08	14.4	3.3
3	จีน	6,610.12	6,386.73	14.3	-3.4
4	ฮ่องกง	5,521.06	5,675.96	12.7	2.8
5	สิงคโปร์	2,206.45	2,960.35	6.6	34.2
6	ไทย	2,073.18	2,040.03	4.6	-1.6
7	เกาหลีใต้	1,579.09	1,743.91	3.9	10.4
8	เนเธอร์แลนด์	1,237.49	1,653.72	3.7	33.6
9	ไต้หวัน	1,444.16	1,610.22	3.6	11.5
10	เยอรมนี	1,692.81	1,535.32	3.4	-9.3
การส่งออกรวม		**42,460.81**	**44,739.14**	**100**	**5.4**

ที่มา : กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

2.1.2.2 การนำเข้า

การนำเข้ารวมของฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2565 อยู่ที่ 80,485.55 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่มีมูลค่า 63,919.44 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.9 ตารางที่ 7 และ 8 แสดงถึงมูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้านำเข้าหลักของฟิลิปปินส์จำแนกตามประเภทของสินค้า และตามแหล่งนำเข้า

ตารางที่ 7– มูลค่าและอัตราการขยายตัวของสินค้านำเข้าหลักของฟิลิปปินส์จำแนกตามประเภทของสินค้าในเดือนมกราคม –กรกฎาคม 2564/2565

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ		ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 65	
1	สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	17,619.95	19,043.10	8.1
2	แร่ธาตุเพื่อพลังงานเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่น	6,754.58	14,312.40	111.9
3	ส่วนประกอบยานยนต์	4,623.94	6,473.80	40.0
4	เหล็ก และเหล็กกล้า	3,075.71	3,703.32	20.4
5	เครื่องจักรอุตสาหกรรมและส่วนประกอบ	3,309.64	3,479.03	5.1
6	อาหารและสิ่งมีชีวิตอื่นๆ	2,569.63	2,912.88	13.4
7	ธัญพืช	1,703.26	2,477.65	45.5
8	ชิ้นส่วนโทรคมนาคมและเครื่องจักรไฟฟ้า	1,923.43	2,094.65	8.9

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ		ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 65	
9	สินค้าเบ็ดเตล็ด	1,920.61	2,071.90	7.9
10	พลาสติกในรูปแบบ Primary และไม่ใช่ Primary	1,773.22	1,941.22	9.5
การนำเข้ารวม		**63,919.44**	**80,485.55**	**25.9**

ตารางที่ 8 –มูลค่าและอัตราการขายตัวของสินค้านำเข้าจากตลาดหลักของฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2564/2565

ลำดับ	สินค้า	มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐฯ		สัดส่วน (ร้อยละ)	ขยายตัว (ร้อยละ)
		ม.ค.-ก.ค. 64	ม.ค.-ก.ค. 65		
1	จีน	15,596.34	15,925.63	19.8	2.1
2	เกาหลีใต้	4,635.09	8,238.20	10.2	77.7
3	ญี่ปุ่น	6,139.74	7,427.43	9.2	21.0
4	อินโดนีเซีย	4,476.62	6,969.74	8.7	55.7
5	สหรัฐอเมริกา	4,233.48	5,077.60	6.3	19.9
6	สิงคโปร์	4,081.83	4,974.87	6.2	21.9
7	ไทย	3,658.56	4,341.14	5.4	18.7
8	ไต้หวัน	3,178.99	4,142.78	5.1	30.3
9	มาเลเซีย	2,961.76	3,865.25	4.8	30.5
10	เวียดนาม	2,369.17	2,642.76	3.3	11.5
การนำเข้ารวม		**63,919.44**	**80,485.55**	**100.0**	**25.9**

ที่มา: กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมแห่งฟิลิปปินส์

2.1.2.3 มูลค่าการค้าระหว่างไทย-ฟิลิปปินส์

มูลค่าการค้ารวมของไทยกับฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2565 อยู่ที่ 6,742.29 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 12.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่มีมูลค่า 5,988.75 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 1.90 ของการค้าไทยไปทั่วโลก สำหรับการส่งออกจากไทยไปยังฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2565 มีมูลค่า 4,378.32 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 15.72 เมื่อเทียบกับ ช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่มีมูลค่า 3,783.54 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.53 ของการส่งออกไปทั่วโลก ในขณะเดียวกัน ไทยมีการนำเข้าจากฟิลิปปินส์ในเดือน มกราคม-กรกฎาคม 2565 มูลค่า 2,363.97 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 7.20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของ ปี 2564 ที่มีมูลค่านำเข้า 2,205.21 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.29 ของการนำเข้าจากทั่วโลก

สรุปการค้าระหว่างไทย - ฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม - กรกฎาคม 2565 ปรากฏว่าไทยได้เปรียบ ดุลการค้าฟิลิปปินส์ เป็นมูลค่า 2,014.34 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ตารางที่ 9 - สรุปการค้าระหว่างประเทศของไทยกับฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2564/2565

การค้าระหว่างไทย-ฟิลิปปินส์	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วนต่อการค้าโลก (ร้อยละ)	
	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65
มูลค่าการค้ารวม	5,988.75	6,742.29	37.07	12.58	1.96	1.90
ไทยส่งออกไปฟิลิปปินส์	3,783.54	4,378.32	36.95	15.72	2.44	2.53
ไทยนำเข้าจากฟิลิปปินส์	2,205.21	2,363.97	37.29	7.20	1.46	1.29
ดุลการค้า	1,578.33	2,014.34	36.47	27.63	-	-

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

2.1.2.4 การส่งออกสินค้าของไทยไปยังฟิลิปปินส์

เมื่อพิจารณาสินค้า 5 อันดับที่ไทยส่งออกไปยังฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2565 พบว่า สินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีมูลค่าส่งออกสูงสุด 1,042.06 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 19.10 จากช่วงเดียวกันของปี 2564 รองลงมา ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า น้ำมันสำเร็จรูป เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ และเม็ดพลาสติก ตามลำดับ

ตารางที่ 10 - การส่งออกสินค้า 5 อันดับของไทยไปยังฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2564/2565

ลำดับ	รายการสินค้า มูลค่า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วน (ร้อยละ)	
		ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65
1.	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	874.94	1,042.06	33.94	19.10	23.12	23.80
2.	แผงวงจรไฟฟ้า	345.09	414.74	65.78	20.18	9.12	9.47
3.	น้ำมันสำเร็จรูป	164.87	221.10	34.51	34.11	4.36	5.05
4.	เหล็ก เหล็กกล้า	110.32	208.20	81.51	88.72	2.92	4.76
5.	เม็ดพลาสติก	199.20	188.31	90.32	-5.47	5.26	4.30

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

2.1.2.5 การนำเข้าของไทยจากฟิลิปปินส์

เมื่อพิจารณาการนำเข้าสินค้า 5 อันดับของไทยจากฟิลิปปินส์ในเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2565 พบว่าสินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีมูลค่าสูงสุด 538.56 ล้านเหรียญสหรัฐฯ มีมูลค่าลดลงร้อยละ 5.62 จากช่วงเดียวกันของปี 2564 รองลงมา ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ และเครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ ตามลำดับ

ตารางที่ 11- การนำเข้าสินค้า 5 อันดับของไทยจากฟิลิปปินส์ ในเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2564/2565

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		อัตราขยายตัว (ร้อยละ)		สัดส่วน (ร้อยละ)	
		ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65	ม.ค.-ก.ค.64	ม.ค.-ก.ค.65
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	570.65	538.56	11.33	-5.62	25.88	22.78
2	แผงวงจรไฟฟ้า	325.38	455.43	52.29	39.97	14.75	19.27
3	สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	258.38	292.94	103.39	13.38	11.72	12.39
4	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	200.45	205.17	53.99	2.35	9.09	8.68
5	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	188.85	190.53	35.29	0.89	8.56	8.06

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

2.2 นโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า

เป้าหมายหลักของนโยบายเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ คือ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม มีการสร้างตำแหน่งงาน และทำให้คนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีการลดความยากจนของคนในประเทศ ซึ่งยังเป็นสิ่งที่ฟิลิปปินส์ขาดอยู่ในตอนนี้ และส่งผลเสียอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ฟิลิปปินส์จึงมีนโยบายเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องสำคัญ ดังนี้

1. ลดความยากจนและปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อกระจายความมั่งคั่งซึ่งสิ่งที่รัฐบาลฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ

- การเพิ่มการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน สุขภาพและการศึกษา

- การเพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรม (ลดการผูกขาด)
- การทำกฎระเบียบให้ง่ายขึ้น เพื่อส่งเสริมการสร้างงานโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก

2. เพิ่มการลงทุนภายในประเทศโดยการปฏิรูปนโยบายภาษี ปัจจุบันฟิลิปปินส์ยังมีนโยบายภาษีที่ไม่เอื้อต่อการลงทุนและทำให้เกิดช่องว่างในการลงทุนหลายสาขา ส่งผลให้เกิดความแออัดของท่าเรือและถนน รวมถึงการขาดแคลนพลังงาน นอกจากนี้ การเพิ่มการลงทุนยังจะทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศมากขึ้นซึ่งในปัจจุบันหลายอุตสาหกรรม อาทิ การบิน เริ่มมีการเปิดเสรีทางการแข่งขันมากขึ้น

นอกจากนโยบายดังกล่าว รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังมีความพยายามในการแก้ไขปัญหาการใช้จ่ายและคอขวดในการจัดซื้อจัดจ้าง ของภาครัฐ โดยมีการร่างกฎหมายงบประมาณซึ่งจะเป็นการทาระบบงบประมาณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้มีความชัดเจนมากขึ้น

2.3 กฎระเบียบการนำเข้าสินค้า

ฟิลิปปินส์ห้ามนำเข้าสินค้าหลายประเภท ดังนี้

- สิ่งทอที่ใช้งานมาก่อน
- ยางรถยนต์ใช้แล้ว
- ของเล่นที่มีลักษณะเหมือนอาวุธหรือระเบิด
- ยานพาหนะที่มีพวงมาลัยอยู่ด้านขวา
- ผงซักฟอกที่มีส่วนผสมที่ทาให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้
- ไดนาไมต์ ดินปืน ระเบิดชนิดต่างๆ รวมถึงชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้อง
- สิ่งพิมพ์ที่มีข้อความอาจก่อให้เกิดการจลาจล ความไม่สงบ หรือการต่อต้านรัฐบาล รวมถึงการต่อต้านกฎหมายในประเทศ หรือมีลักษณะทาให้เกิดอันตรายต่อบุคคลในประเทศ
- สิ่งพิมพ์หรือสื่อลามกอนาจารต่างๆ
- ยาเสพติดหรืออุปกรณ์ในการเสพยา
- อุปกรณ์สาหรับการเล่นพนัน
- สลากกินแบ่งหรือตั๋วพนัน เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลฟิลิปปินส์
- อาหารและยาที่มีสารปนเปื้อน ซึ่งฝ่าฝืนกฎหมายอาหารและยา
- ฝิ่น กัญชา ใบโคเคน เฮโรอีน หรือสารที่มีฤทธิ์ต่อประสาทชนิดอื่นๆ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก Dangerous Drugs Board เพื่อใช้ในการแพทย์เท่านั้น
- ปลาปิรันยา กุ้ง และการเพาะเลี้ยงกุ้ง ที่ยังมีชีวิต

ข้อกำหนดด้านเอกสาร

สำหรับกระบวนการนำเข้าสินค้า จำเป็นต้องตรวจสอบเอกสารและหนังสือรับรองเพื่อแสดงว่าเป็นผู้นำเข้าของฟิลิปปินส์ ค่าลงทะเบียนรายปีอยู่ที่ 1,500 เปโซ และค่าดำเนินการต่ออายุอยู่ที่ 500 เปโซ เอกสารที่จำเป็นสำหรับการขนส่งสินค้านำเข้า ไปยังฟิลิปปินส์มีดังนี้:

1. ใบกำกับสินค้า
2. ใบตราส่งสินค้าทางเรือหรือใบตราส่งสินค้าสำหรับการขนส่งทางอากาศ
3. หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ถ้ามีการร้องขอ
4. ใบรายการบรรจุหีบห่อ
5. จำเป็นต้องนาหนังสือรับรองแบบพิเศษที่สามารถใช้งานตามลักษณะของสินค้าที่ขนส่ง/ ตามที่ผู้ธุรกิจนำเข้า 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) สำหรับภาษีขาเข้าที่ลูกค้าสำรองจ่าย (Advance Customs Import Duty: ACID)
8. สำหรับการรับรองที่ไม่ใช่ตราสารเครดิต (Non-L/C Transactions) ไม่ว่าจะเป็นการรับรองตั๋วแลกเงินเพื่อขอรับเอกสาร (Draft Documents against Acceptance: D/A) การชำระเงินเพื่อขอรับเอกสาร (Documents against Payment: D/P) การเปิดบัญชีซื้อเครดิต (Open Account: OA) หรือแม้แต่เป็นเจ้าของทุนเอง รวมทั้งใบเสนอราคา (Proforma Invoice)

ข้อกำหนดก่อนการขนส่งสินค้า

การขนส่งสินค้าเทกอง (Bulk Cargo) และสินค้าหีบห่อ (Break-bulk Cargo) กำหนดให้ต้องมีการสำรวจเมืองท่าต้นทางที่ส่งออก โดยใช้ Surveyor เป็นผู้ตรวจสอบ (Load Port Survey: LPS) ข้อกำหนดนี้ได้ขยายครอบคลุมไปจนถึงการขนส่งสินค้าทางเรือทั้งแบบใช้ตู้คอนเทนเนอร์หรือไม่ใช้ตู้คอนเทนเนอร์ที่ ขนส่งผ่านมหาสมุทรไปยังฟิลิปปินส์ ซึ่งเริ่มต้น ในทางกฎหมายมาตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2557 ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการตรวจสอบสินค้าก่อนการขนส่งสินค้า (ปัจจุบันยังไม่มีผลบังคับใช้ในทางปฏิบัติ)

บริษัทที่สำรวจและตรวจสอบจะร่วมเป็นพยานในการบรรจุและปิดผนึกก่อนออกใบรายงานการสำรวจเมืองท่าต้นทางที่ส่งออก (Load Port Survey Report: LPSR) ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินพิธีการศุลกากรในฟิลิปปินส์

ข้อบังคับและนโยบายจำแนกตามประเภทของสินค้า

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
อาหาร อาหารทะเล สัตว์ปีก ข้าว ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** - 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) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า** • Administrative Order No. 37 series 1979 ที่ว่าด้วยการนำเข้าสินค้าจำพวกอาหารที่จำเป็นต้องลงทะเบียนจากหน่วยงาน BFAD เพื่อกระจายสินค้าในตลาภายในประเทศ • มีการจำแนกสินค้าออกเป็น *2* ประเภท ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน สำหรับการลงทะเบียนของสินค้า 1) **ประเภทที่ *I*** *:* อาหารสำเร็จรูป เนื้อสัตว์ พืชผักผลไม้ เนื้อปลา เป็นต้น 2) **ประเภทที่ *II*** *:* แอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม เครื่องดื่มสมุนไพร สินค้าเกี่ยวกับสมุนไพร เป็นต้น • กระทรวงเกษตร (Department of Agriculture) จะเป็นฝ่ายควบคุมการนำเข้า เนื้อสัตว์ตาม Administrative Order No. 26 และต้องมีใบรับรองคุณภาพจากสัตวแพทย์ (Veterinary Quarantine Certificate) • หนังสืออนุญาตนำเข้า/ ควบคุมสำหรับการนำเข้าของพืชผักต้องมาจากกระทรวงเกษตร (Department of Agriculture) • สำหรับการนำเข้าปลาและสัตว์น้ำต้องมีใบรับรองจากสุขภาพอนามัย ระหว่างประเทศ (International Health Certificate) จากกรมประมง
พอลิเมอร์ของเอทิลีนโพรพิลีน สำหรับใช้ใน	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง**

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
ขั้นตอนการขึ้นรูปหลัก ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์	- สำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Bureau) - กระทรวงสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Department of Environment or Natural Resources) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า** - จำเป็นต้องตรวจสอบก่อนโดยสำนักงานจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Bureau) คือการทดสอบ Pre-manufacturing and Pre-importation Notification (PMPIN) ก่อนการนำเข้าของสารเคมีซึ่งจะนำมาใช้ในขั้นตอนการขึ้นรูปของพอลิเมอร์ของเอทิลีนและโพรพิลีนอีกด้วย - สำหรับเคมีภัณฑ์ เช่น ปรอท ไซยาไนด์ แร่ใยหิน สารเคมีที่ทำลายชั้นบรรยากาศ และ PCBs จำเป็นต้องขออนุญาตผ่านฝ่ายควบคุมสารเคมี (Chemical Control Order: COO) ก่อนการนำเข้า
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** - กระทรวงพลังงาน (Department of Energy) - สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Bureau of Product Standards) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า** เครื่องจักรกลและอุปกรณ์ทางไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของ ASEAN ที่ได้ประกาศไว้ในโครงสร้างและมาตรฐานของ ASEAN *(*ASEAN Standards and Conformance*)* อาจจำเป็นต้องทำการทดสอบและอนุญาตโดยกระทรวงพลังงานและสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์
ชิ้นส่วนเครื่องยนต์และรถยนต์	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** - กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry) - สำนักงานบริการการนำเข้า (Bureau of Import Services) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสือ**

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
	อนุญาตนำเข้า สำหรับการนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนประกอบ สำนักงานบริการการนำเข้า (Bureau of Import Services) และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry) กำหนดให้ต้องมีใบอนุญาตการนำเข้าสำหรับชิ้นส่วน ยานยนต์บางประเภท
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** สำนักมาตรฐานสินค้า (Bureau of Product Standards: BPS) ภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Department of Trade and Industry: DTI) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า** • ICC (Import Commodity Clearance) และการรับรองมาตรฐานของฟิลิปปินส์ (Philippines Standards Certification Mark: PS) สำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด สำหรับสินค้าส่วนบุคคลจะต้องมีสติ๊กเกอร์ของ ICC กำกับไว้ก่อนที่จะได้รับอนุญาตให้จำหน่ายในฟิลิปปินส์ • การทดสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยสำนักมาตรฐานสินค้า
เครื่องสำอางหรืออุปกรณ์ที่ใช้เตรียมแต่งหน้า สบู่และอุปกรณ์ที่ใช้ในการดูแลผิว	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** สำนักงานอาหารและยาของฟิลิปปินส์ (Philippines Bureau of Food and Drugs) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า** - เภสัชภัณฑ์ เครื่องมือทางการแพทย์และชุดตรววินิจฉัยโรคสำเร็จรูป จะต้องมีการลงทะเบียนไว้กับสำนักงานอาหารและยาของฟิลิปปินส์ - เครื่องสำอางที่นำเข้าจะต้องมีการลงทะเบียนไว้กับ FDA เอกสารที่จำเป็นต้องใช้สำหรับการนำเข้า อาจรวมไปถึงหนังสือรับรอง ผลิตภัณฑ์อาหารและยา หนังสือรับรองการจำหน่าย หนังสือรับรองผลวิเคราะห์คุณภาพ และหนังสือรับรองการตรวจผ่านชื่อสินค้า หน่วยงานผู้ผลิตยาจำเป็นต้องเตรียมหนังสือรับรองมาตรฐานการผลิตยาเอาไว้ด้วย
เชื้อเพลิงสำเร็จรูป	**หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง**

สินค้า	กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
	กระทรวงพลังงานฟิลิปปินส์ (Philippines Department of Energy) **หนังสือรับรอง/ ใบรับรองคุณภาพ/ ข้อกำหนดหนังสืออนุญาตนำเข้า** ใบขนส่งสินค้าขาเข้า การอนุมัติและรับรองจากหน่วยงานกระทรวงพลังงาน สำหรับการนำเข้าเชื้อเพลิง/ น้ำมันที่จัดว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีการควบคุมในฟิลิปปินส์

ภาษีอากร

สำหรับการนำเข้าสินค้ามายังฟิลิปปินส์ จะมีการเรียกเก็บภาษีและภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) วิธีการประเมินราคาภาษี จะอ้างอิงกับ CIF (ราคา ประกัน และค่าขนส่ง) ที่ได้คำนวณภาษีและอากรเอาไว้แล้ว

(1.) อัตราภาษี

ช่วงอัตราภาษีในฟิลิปปินส์มีตั้งแต่ร้อยละ 0 ไปจนถึงร้อยละ 65 (โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 10.5) ขึ้นอยู่กับ CIF และผลิตภัณฑ์บางชนิดสามารถนำเข้ามาได้โดยไม่ต้องเสียภาษี

พิธีการศุลกากรแบบไม่เป็นทางการ

ตามกำหนดของข้อบังคับการค้าในการซื้อขาย การเจรจาต่อรอง หรือการว่าจ้างนั้น โดยทั่วๆ ไปไม่ควรจะมีมูลค่าภาษี เกิน 2,000 เปโซ

สินทรัพย์หรือข้อตกลงส่วนตัวและครอบครัว (ภายในกระเป๋าเดินทางของผู้โดยสาร หรือสิ่งอื่นที่เป็นของใช้ส่วนตัว) จะไม่ถือว่าเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์

พิธีการศุลกากรแบบเป็นทางการ (Formal Entry)

ตามกำหนดของข้อบังคับการค้าในการซื้อขาย การเจรจาต่อรอง หรือการว่าจ้างนั้นโดยทั่วไปจะมีมูลค่าภาษีเกินกว่า 2,000 เปโซ ขึ้นอยู่กับคำแนะนาของคณะกรรมการควบคุมดูแลภาษีศุลกากร (Tariff Commission) สำหรับป้องกัน อุตสาหกรรมภายในท้องถิ่นหรือรายได้ของรัฐ จำเป็นต้องใช้ข้อบังคับของพิธีการศุลกากรแบบเป็นทางการโดยไม่ต้องคำนึงถึง มูลค่า 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

ฟิลิปปินส์เป็นตลาดที่น่าสนใจที่มีโอกาสมากมายที่ไม่ควรมองข้ามไม่ว่าจะเป็นโอกาสทั้งด้านการค้าและการลงทุน ฟิลิปปินส์นับเป็นตลาดขนาดใหญ่เนื่องจากมีประชากรประมาณ 110 ล้านคนในปัจจุบัน โดยประมาณร้อยละ 61.1 เป็นประชากรที่อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 15-64 ปี) ขณะที่ประชากรสูงอายุมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5 เท่านั้น และโดยอุปนิสัยของชาวฟิลิปปินส์ก็ยังเป็นผู้ที่ชื่นชอบการจับจ่ายใช้สอย นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดีอย่างต่อเนื่องและโดดเด่นแห่งในภูมิภาคเอเชีย โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ *(GDP)* เฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 6 ต่อปีในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมทั้งเศรษฐกิจยังได้รับแรงหนุนสำคัญจากการส่งเงินกลับเข้าประเทศของแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานอยู่ในต่างประเทศ (Oversea Filipino Workers) ปีละประมาณ 3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์ถือเป็นประเทศที่มีระบบการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของแรงงานออกนอกประเทศมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ อุตสาหกรรม BPO (Business Process Outsourcing) หรือธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจก็เติบโตอย่างมากจนกลายเป็นอุตสาหกรรมดาวเด่นของฟิลิปปินส์ โดยฟิลิปปินส์ประสบความสำเร็จอย่างมากในการพัฒนาอุตสาหกรรม BPO ให้กลายเป็น Hub ของโลกและสามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลประมาณ 4-5.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ในแต่ละปี ด้วยข้อได้เปรียบจากแรงงานที่มีศักยภาพและมีทักษะด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดีตรงกับความต้องการของตลาด ประกอบกับค่าจ้างแรงงานที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ รวมทั้งรัฐบาลฟิลิปปินส์ มีการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรม BPO อย่างจริงจัง ทั้งนี้ จากปัจจัยบวกดังกล่าวข้างต้นทำให้ชนชั้นกลางในประเทศฟิลิปปินส์ขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีกำลังซื้อเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนภาครัฐและภาคธุรกิจต่างก็กำลังเร่งโครงการก่อสร้างจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นสิ่งปลูกสร้างเพื่อธุรกิจที่กำลังเติบโต การปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของประเทศซึ่งไม่ได้มีการพัฒนามาเป็นเวลานาน ทั้งถนน สนามบิน โครงการรถไฟฟ้า ท่าเรือ ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างของฟิลิปปินส์ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้จ่ายของรัฐบาลก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกันนอกจากนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังพยายามปรับปรุงกระบวนการและการดำเนินงานของภาครัฐให้มีความคล่องตัวและความโปร่งใส มากขึ้นด้วย

ปัจจัยบวกดังกล่าวนับเป็นโอกาสทองของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมาย

ที่เป็นผู้บริโภคชนชั้นกลาง ทั้งนี้ สินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดฟิลิปปินส์ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งอาจใช้จุดขายในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทย สินค้าออร์แกนิก ความสะดวก หรือการสร้างความแตกต่างของตัวสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพด้วย

นอกจากนี้สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ประเภท Personal Care ก็เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในตลาดนี้เช่นเดียวกัน เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์ใส่ใจเรื่องของความสวยงามและสุขอนามัยมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์สปา หรือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่มีส่วนผสมของสมุนไพรสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น

โอกาสอีกอย่างหนึ่งที่น่าเสียดายสำหรับนักธุรกิจไทย คือ การมองข้ามตลาดกลุ่มรายได้ต่ำ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 70 ของผู้บริโภคทั้งหมด เนื่องจากแท้จริงแล้ว ตลาดกลุ่มนี้มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเช่นกัน เพียงแต่ผู้ประกอบการต้องปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้สามารถซื้อได้ เช่น การปรับบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กและจำหน่ายในราคาต่ำลง หรือบรรจุสินค้าแบบซอง แทนบรรจุภัณฑ์แบบขวด ซึ่งจะทำให้ปริมาณสินค้าลดลงต้นทุนบรรจุภัณฑ์ต่ำลง และราคาสินค้าถูกลงด้วย

ไม่เฉพาะสินค้าผู้บริโภคเท่านั้นที่มีโอกาสในตลาดฟิลิปปินส์ สินค้าอุตสาหกรรมอย่างวัสดุก่อสร้างก็มีศักยภาพมากเช่นเดียวกัน เนื่องจากรัฐบาลฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งการสร้างถนน ท่าเรือ สนามบิน ปรับปรุงระบบรถไฟฟ้า การก่อสร้างที่พักอาศัยขนาดใหญ่สำหรับผู้มีรายได้น้อย และการฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจาก ภัยพิบัติ นอกจากนี้ ภาคเอกชนก็ดำเนินการก่อสร้างอาคารสำนักงานเพื่อรองรับอุตสาหกรรม BPO คอนโดมิเนียมสำหรับ พักอาศัย และสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สินค้าไทยในตลาดฟิลิปปินส์ที่มีศักยภาพอีกอย่างหนึ่ง คือ ชิ้นส่วนยานยนต์ เนื่องจากฟิลิปปินส์มียอดขายรถยนต์ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่ง นอกจากนี้ สภาพถนนของฟิลิปปินส์ในหลายพื้นที่ยังไม่ค่อยดี และรถยนต์บางส่วนก็มีสภาพที่ค่อนข้างเก่า ทำให้ชิ้นส่วนรถยนต์มีการสึกหรอและเสียง่าย จึงต้องเปลี่ยนชิ้นส่วนบ่อยครั้ง ทำให้กลายเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่จะขยายตลาดเข้ามาที่นี่ โดยในปัจจุบันไทยถือเป็นผู้นำในการส่งออกสินค้ารถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ มายังฟิลิปปินส์ โดยมีส่วนแบ่งตลาดกว่าร้อยละ 30

ปัจจัยต่างๆ ในฟิลิปปินส์ ไม่ว่าจะฐานผู้บริโภคขนาดใหญ่ มีการบริโภคภายในประเทศที่แข็งแกร่ง รายได้ของประชากรและจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น วิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ในประเทศ ผนวกกับความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการผลผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ อีกทั้ง

อัตราภาษีนำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ภายในอาเซียนที่ปรับลดลงเหลือร้อยละ 0 ทำให้นักธุรกิจไทยสามารถคว้าโอกาสจากตลาดที่ถูกลืมอย่างฟิลิปปินส์ได้ไม่ยาก

ตัวอย่างปัญหา/ อุปสรรค/ ประเด็นทางการค้าและการลงทุนกับไทย

สินค้า	รายละเอียด
ข้าว	ฟิลิปปินส์ออกกฎหมายเปิดเสรีนำเข้าข้าว (Rice Tariffication Bill Rice หรือ หรือ Republic Act No.11203) มาบังคับใช้แทนนโยบายการจำกัดการนำเข้าข้าวเชิงปริมาณ (Quantitative Restrictions – QR) มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 มีนาคม 2562 โดยข้าวที่นำเข้าจากประเทศสมาชิกอาเซียน เสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 35 และนอกประเทศอาเซียนเสียภาษีร้อยละ 40 ภายในปริมาณนำเข้า (Minimum Access Volume: MAV) 350,000 ตัน ทั้งนี้ แม้ว่าฟิลิปปินส์จะเปิดเสรีการค้าข้าว แต่มีการกำหนดขอใบอนุญาตสุขอนามัยและใบอนุญาตสุขอนามัยพืชจากหน่วยงาน Bureau of Plant Industry (BPI) ภายใต้กระทรวงเกษตร (Department of Agriculture: DA) ที่ค่อนข้างเข้มงวด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวข้าวภายในประเทศ หน่วยงาน BPI อาจพิจารณาชะลอการออกใบอนุญาตนำเข้าเพื่อไม่ให้กระทบต่อการเก็บเกี่ยวผลผลิตข้าวในประเทศ
น้ำตาล	ฟิลิปปินส์ยังขอคงรายการสินค้าน้ำตาลไว้ใน Sensitive List ภายใต้ความตกลง ATIGA โดยตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 อัตราภาษีนำเข้าน้ำตาลจากประเทศในอาเซียนลดลงเหลือร้อยละ 5
ผักและผลไม้สด	ตามกฎระเบียบการนำเข้าผลไม้ของฟิลิปปินส์ กระทรวงเกษตรของฟิลิปปินส์มีประกาศ "List of Allowable Fruits and Vegetables" ระบุรายการผลไม้ที่อนุญาตให้นำเข้าเป็นรายประเทศ สำหรับประเทศไทย ผลไม้ที่ได้รับอนุญาตให้นำเข้ามีเพียง 2 ชนิด ได้แก่ มะขามและลองกอง โดยฟิลิปปินส์ให้เหตุผลการห้ามนำเข้าผลไม้สดต่างๆ จากประเทศไทย เนื่องจากผลไม้สดต่างๆ ของไทยมีแมลงวันผลไม้ (Fruitfly) ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่ไม่มีในฟิลิปปินส์
เนื้อวัวสดและ แช่เย็น	ต้องได้รับอนุมัตินำเข้าจาก The National Meat Inspection และ The Bureau of Animal Industry
เนื้อสุกรและผลิตภัณฑ์	ต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าจาก The National Meat Inspection และ The Bureau of Animal Industry และโรงงานผู้ส่งออก/ ผู้ผลิตจะต้องได้รับการตรวจรับรอง
อิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ	ต้องขออนุญาตการนำเข้าโดยได้รับอนุญาตจาก Philippine National Products Standards และยังมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าสำหรับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตและนำเข้า 70 รายการ ต้องมีใบตรวจสอบคุณภาพสินค้า
ยาและเคมีภัณฑ์	มาตรการควบคุมการนำเข้าโดยจะต้องได้รับการตรวจสอบเพื่อขอ Certification

สินค้า	รายละเอียด
	of Product Registration จาก Authority of Food and Drug ก่อนจึงจะนำเข้าได้ นอกจากนี้ ต้องมีเภสัชกรประจำสำนักงานผู้นำเข้าด้วย แม้จะไม่มีการจำหน่าย ทำให้ค่าใช้จ่ายสูง
รถจักรยานยนต์ อะไหล่ และ ส่วนประกอบ	ต้องขออนุญาตการนำเข้าโดยต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น The Department of Trade & Industry, Board of Investment และ The Bureau of Import Service
เครื่องปรับอากาศ	มาตรฐานสินค้ากำหนด Minimum Efficiency Standard เกี่ยวกับการใช้พลังงาน ควบคุม การนำเข้า ต้องได้รับอนุญาตนำเข้าและมาตรฐานสินค้าจากสำนักงานมาตรฐานสินค้า (Philippines National Product Standards) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและตลาดในประเทศ
รถยนต์และ ส่วนประกอบ อุปกรณ์การแพทย์	ควบคุมการนำเข้าต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง Bureau of Import Service ต้องมีใบตรวจสอบคุณภาพสินค้า
สินค้าปืนเด็กเล่น	ห้ามนำเข้าสินค้าประเภทปืนเด็กเล่น

ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่ไม่ใช่มาตรการทางการค้า

1. มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบราชการอยู่เสมอ กฎระเบียบเข้มงวดและหยุมหยิม

2. มีการฉ้อราษฎร์บังหลวงสูงในทุกระดับ แม้แต่การเสนอขายสินค้าให้กับบริษัทห้างร้านใหญ่ๆ ก็ต้องจ่าย เบี้ยบ้ายรายทาง

3. สหภาพแรงงานแข็งแกร่งและมีบทบาทมาก ทำให้ค่าจ้างแรงงานสูงและมีการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มเสมอ

4. ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีการจับตัวเรียกค่าไถ่ แม้รัฐบาลกำลังปราบปรามโจรก่อการร้ายอยู่ แต่ยัง ไม่หมดสิ้นลง ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่เข้ามาเที่ยวในประเทศ ทั้งๆ ที่มีธรรมชาติสวยงามโดยเฉพาะทะเลทางตอนใต้ของประเทศซึ่งเป็นที่ซ่องสุมของผู้ก่อการร้าย

5. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีไม่เพียงพอ มีความแออัดของถนนและท่าเรือ ไฟฟ้าดับบ่อย โดยเฉพาะทางตอนใต้ของประเทศ เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก ไม่สามารถรองรับการขยายตัวด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมได้เต็มที่

2.5 ระบบโลจิสติกส์ การส่งสินค้า

เนื่องจากปัจจัยด้านลักษณะภูมิประเทศของฟิลิปปินส์ที่ประกอบด้วยหมู่เกาะมากกว่า 7,000 เกาะ และปัจจัยทางด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก ส่งผลให้ยังไม่มีการสร้างถนนเชื่อมต่อระหว่างแต่ละเกาะภายในฟิลิปปินส์ ทำให้การขนส่งทั้งจากภายนอกประเทศและภายในประเทศต้องพึ่งพาการขนส่งทางเรือเป็นหลัก

การขนส่งสินค้าระหว่างไทยและฟิลิปปินส์ใช้การขนส่งทางเรือเป็นหลัก โดยไทยจะส่งสินค้าผ่านจากท่าเรือกรุงเทพฯ หรือท่าเรือแหลมฉบังไปยัง (1) ท่าเรือมะนิลาซึ่งเป็นท่าเรือหลักของประเทศ ทั้งนี้ สำหรับสินค้าที่ต้องการส่งไปยังทางตอนกลางและตอนใต้ของฟิลิปปินส์ ไทยจะส่งไปยัง (2) ท่าเรือเซบู เพื่อจะได้กระจายสินค้าต่อไป เนื่องจากการขนส่งภายในประเทศจาก ท่าเรือมะนิลาไปยังท่าเรือเซบูหรือท่าเรือื่อนๆ ภายในประเทศ มีต้นทุนค่อนข้างแพง ผู้ประกอบการที่จะส่งสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ของฟิลิปปินส์ จึงควรศึกษาสภาวะตลาดและต้นทุนโลจิสติกส์ภายในประเทศให้ดีเสียก่อน

ข้อตกลง/ ความร่วมมือทางการค้ากับประเทศไทย

ความสัมพันธ์ไทย-ฟิลิปปินส์ดำเนินไปอย่างราบรื่นและใกล้ชิดมาเป็นระยะเวลานาน มีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2492 (ค.ศ. 1949) โดยฟิลิปปินส์เป็นประเทศแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ไทยสถาปนาความสัมพันธ์ด้วย รวมทั้งฟิลิปปินส์มีความสัมพันธ์ต่อไทยในฐานะมิตรประเทศที่ร่วมก่อตั้งอาเซียน และเป็นแนวร่วมของไทยในเวทีระหว่างประเทศ เนื่องจากมีทัศนคติและแนวคิดคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมาธิการร่วมไทย-ฟิลิปปินส์ (Joint Commission on Bilateral Cooperation-JCBC) ขึ้นเมื่อปี 2536 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของทั้งสองฝ่ายเป็นประธานร่วม โดยได้มีการประชุมคณะกรรมาธิการร่วมฯ ไปแล้ว 5 ครั้ง (ประชุมครั้งที่ 1 ณ กรุงมะนิลา เมื่อวันที่ 1-4 มีนาคม 2537 ครั้งที่ 2 ณ จังหวัดภูเก็ต เมื่อวันที่ 27-29 เมษายน 2540 ครั้งที่ 3 ณ กรุงมะนิลา เมื่อวันที่ 10-13 มิถุนายน 2542 ครั้งที่ 4 ณ ประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2550 และครั้งที่ 5 ณ กรุงมะนิลา เมื่อวันที่ 20-21 มิถุนายน 2556)

สำหรับความสัมพันธ์ทางการค้า ไทยและฟิลิปปินส์ได้มีความสัมพันธ์ตามข้อตกลงต่างๆ ดังนี้

1. ภาครัฐบาล

ความสัมพันธ์ทวิภาคี

- ความตกลงว่าด้วยการยกเว้นการตรวจลงตราหนังสือเดินทางทูตและราชการ ลงนามเมื่อวันที่

31 กรกฎาคม 2505

- อนุสัญญาระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยและรัฐบาลแห่งสาธารณรัฐฟิลิปปินส์เพื่อการเว้นการเก็บภาษีซ้อน และการป้องกันการเลี่ยงการรัษฎากรในส่วนที่เกี่ยวกับภาษีเก็บจากเงินได้ลงนามเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2525

- การจัดตั้งคณะกรรมาธิการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีไทย-ฟิลิปปินส์ (Joint Commission on Bilateral Cooperation-JCBC) ลงนามเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2535

- ความตกลงว่าด้วยการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน ลงนามเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2538

- ความตกลงทางการค้า (Trade Agreement) ลงนามเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2542 โดยภายใต้ความตกลงดังกล่าว ได้จัดตั้งคณะกรรมาธิการร่วมทางด้านการค้าไทย-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 กล้วย มันสำปะหลังสับปะรด มะม่วง หมู ไข่ เนื้อวัว และอุตสาหกรรมประมง ทั้งนี้ ภาคการเกษตรของฟิลิปปินส์มีการจ้างแรงงานคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 24.2 ของแรงงานทั้งประเทศในปี 2564

ในปี 2564 ผลผลิตภาคการเกษตรของฟิลิปปินส์หดตัวร้อยละ 1.7 เนื่องการผลิตปศุสัตว์ และเนื้อสัตว์ปีกลดลง ในขณะที่ประมง และผลผลิตพืชผลทางการเกษตรเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ณ ราคาในปัจจุบัน ผลผลิตทางการเกษตรในปี 2564 มีมูลค่าอยู่ที่ 1.758 ล้านล้านเปโซ ลดลงร้อยละ 1.7 เมื่อเทียบกับปี 2563

ผลผลิตพืชผลทางการเกษตร ซึ่งเป็นร้อยละ 57.1 ของผลผลิตทางการเกษตรทั้งหมด พบว่า ในปี 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 โดยผลผลิตพืชผลทางการเกษตรที่ขยายตัว เช่น ข้าว ข้าวโพด อ้อย มะพร้าวและกล้วย เป็นต้น สำหรับพืชผลที่มีผลผลิตหดตัวลง เช่น มันสำปะหลัง หัวหอม กะหล่ำปลี และกาแฟ เป็นต้น ทั้งนี้ ผลผลิตพืชผลทางการเกษตรที่ขยายตัวดีขึ้น เกิดจากสภาพภูมิอากาศในปี 2564 โดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ดี นอกจากนี้ ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวลดลงจากปี 2563 ในขณะที่ราคาข้าวโดยเฉลี่ยแล้วคงที่เมื่อเทียบกับปี 2563 อย่างไรก็ตาม ราคาพืชผลทางการเกษตรที่พบว่าปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ มะพร้าว ยางพารา สับปะรด และมะม่วง

สำหรับการผลิตปศุสัตว์ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.3 ของผลผลิตทางการเกษตรทั้งหมด พบว่าในปี 2564 ลดลงร้อยละ 17 เนื่องจากการลดลงของผลผลิตเนื้อสุกรที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรค ASF ยังคงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมฟาร์มสุกรของประเทศอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของการผลิตสัตว์ปีกซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 14.3 ของผลผลิตทางการเกษตรทั้งหมด พบว่า ในปี 2564 หดตัวร้อยละ 0.3 จากการลดลงของผลผลิตสัตว์ปีกทุกรายการยกเว้นไข่ไก่ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.2 และไข่เป็ดที่มีผลผลิตคงที่จากปี 2563

สำหรับผลผลิตทางการประมง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.1 ของการผลิตทางการเกษตรพบว่าขยายตัวร้อยละ 0.2 จากปี 2563 โดยผลผลิตทางการประมงที่เพิ่มขึ้น เช่น ปลานวลจันทร์ทะเล (Milkfish) ปลานิล (Tilapia) และ ขยายตัวร้อยละ ตามลำดับ ในขณะที่ปลาชนิดอื่นๆ และสินค้าประมงอื่นๆ ให้ผลผลิตที่ลดลง เช่น ปลาโอ (ลดลงร้อยละ 6.7) ปลาทูแขก (ลดลงร้อยละ 10.1) ปลาทูน่าครีบเหลือง (ลดลงร้อยละ 21.9) เป็นต้น

3.1 พืชผลการเกษตร

พื้นที่สำหรับการทำเกษตรกรรมของฟิลิปปินส์คิดเป็นประมาณร้อยละ 25 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ โดยมีพืชเศรษฐกิจสำคัญ ดังนี้

ข้าว

ภูมิประเทศของประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและประกอบไปด้วยเกาะเล็กๆหลายเกาะ ทำให้มีพื้นที่การเกษตรที่จำกัด โดยมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวคิดเป็นร้อยละ 35 ของพื้นที่เพาะปลูกพืชเกษตรทั้งหมด ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์สามารถผลิตข้าวได้ประมาณปีละ 11 – 12 ล้านตันข้าวสาร แต่มีการบริโภคข้าวภายในประเทศประมาณ 14 ล้านตันข้าวสาร ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศประมาณ 2 – 3 ล้านตันข้าวสารต่อปี โดยฟิลิปปินส์ถือเป็นหนึ่งในผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ของโลก

การผลิตข้าวในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นมากตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 เนื่องมาจากการปฏิวัติเขียวภายในประเทศ และยังมีการก่อตั้งสถาบันวิจัยข้าวระหว่างประเทศในฟิลิปปินส์ ซึ่งทำให้ผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น แต่ผลผลิตข้าวของฟิลิปปินส์ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ

ผลผลิตข้าวของฟิลิปปินส์ในปี 2564 มีปริมาณ 19.96 ล้านตันข้าวเปลือก เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 จากปี 2563 ที่มีผลผลิต 19.29 ล้านตันข้าวเปลือก

ข้าวโพด

ข้าวโพดเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญเป็นอันดับ 2 ของฟิลิปปินส์ รองจากข้าว โดยมีครัวเรือนที่อยู่ในอุตสาหกรรมการปลูกข้าวโพดกว่า 600,000 ครัวเรือน และฟิลิปปินส์ยังปลูกข้าวโพดมากเป็นอันดับ 15 ของโลก ทั้งนี้ ข้าวโพดถูกนำไปใช้ทั้งการบริโภคของมนุษย์และนำไปใช้เพื่อผลิตอาหารปศุสัตว์และใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้วย ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์มีพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดฟิลิปปินส์ประมาณ 2.5 ล้านเฮกตาร์ โดยในปีการผลิต 2563/64 มีผลผลิตข้าวโพดอยู่ที่ประมาณ 8.3 ล้านตัน และในปีการผลิต 2564/2565 คาดว่าผลผลิตจะลดลงร้อยละ 3.6 อยู่ที่ 8 ล้านตัน

มะพร้าว

ฟิลิปปินส์มีการปลูกมะพร้าวเป็นจำนวนมากจนกลายเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกมะพร้าวรายใหญ่ของโลก ทั้งน้ำมันมะพร้าวและเนื้อมะพร้าวแห้ง ทั้งนี้ พบว่าผลิตภัณฑ์จากน้ำมันมะพร้าวเป็นที่นิยมมากในฟิลิปปินส์ โดยใช้ในการประกอบอาหาร ผลิตเครื่องสำอางสบู่ แชมพู รวมถึงใช้ในกิจการสปา ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์มีการเพาะปลูกมะพร้าวใน 69 จังหวัดจาก 82 จังหวัด โดยมีพื้นที่ที่ใช้ในการปลูกมะพร้าวประมาณ 3.6 ล้านเฮกตาร์ มีชาวสวนมะพร้าว 2.5 ล้านคน ในแต่ละปีมีผลผลิตเฉลี่ย 14.5 ล้านตัน สำหรับในปี 2564 ผลผลิตมะพร้าวอยู่ที่ 14.7 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 จากปี 2563 ที่มีผลผลิตอยู่ที่14.5 ล้านตัน

กล้วย

เป็นผลไม้หลักอย่างหนึ่งของฟิลิปปินส์มีการเพาะปลูกทั้งเพื่อการบริโภคภายในประเทศและส่งออก สำหรับสายพันธุ์กล้วยสำคัญในฟิลิปปินส์มี 6 สายพันธุ์ โดยสองสายพันธุ์เพาะปลูกสำหรับตลาดส่งออก ได้แก่

Cavendish และ Bungulan ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์ถือเป็นหนึ่งใน 5 ผู้ส่งออกกล้วยรายใหญ่ของโลก ในขณะที่อีก 4 สายพันธุ์ที่เหลือเพาะปลูกเพื่อการบริโภคในตลาดท้องถิ่น ได้แก่ Lakatan Latundan Saba และ Cuarenta Dias' โดยในปี 2564 ฟิลิปปินส์มีผลผลิตกล้วยอยู่ที่ 9.091 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 จากปี 2563 ที่มีผลผลิต 9.056 ล้านตัน

สับปะรด

นับเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญอีกชนิดหนึ่ง โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.4 ของผลผลิตทางการเกษตรของประเทศทั้งหมดในแต่ละปี ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์มีการเพาะปลูกสับปะรด 2 สายพันธุ์หลักสำหรับการบริโภคและแปรรูป ได้แก่ สายพันธุ์ Smooth Cayenne และ Queen (หรือ Formosa) โดยเฉพาะสายพันธุ์ Smooth Cayenne ผลิตโดยบริษัทข้ามชาติ 2 รายใหญ่ คือ Del Monte และ Dole ในพื้นที่ Bukidnon, Davao และ South Cotabato โดยฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในผู้ผลิตและผู้ส่งออกสับปะรดอันดับต้นๆ ของโลก และได้รับการขนานนามเป็นผู้ส่งออก Sweet Golden Pineapple อันดับสอง โดยผลผลิตสับปะรดในปี 2564 อยู่ที่ 2.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 จากปี 2563 ที่มีผลผลิต 2.7 ล้านตัน

อ้อย

อุตสาหกรรมอ้อยของฟิลิปปินส์มีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจกว่า 7 หมื่นล้านเปโซต่อปี โดยฟิลิปปินส์มีพื้นที่เพาะปลูกอ้อยประมาณ 442,500 เฮกตาร์ โดยพื้นที่เพาะปลูกอ้อยที่สำคัญคือ จังหวัด Negros ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกอ้อยคิดเป็นร้อยละ 51 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งประเทศ สำหรับจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกอ้อยมีประมาณ 62,000 คน ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์สามารถผลิตอ้อยได้ประมาณปีละ 21-23 ล้านตัน สำหรับในปี 2564 มีผลผลิตอ้อยอยู่ที่ 26.3 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 จากปี 2563 ที่มีผลผลิต 24.4 ล้านตัน

3.2 ปศุสัตว์

ตารางปริมาณการผลิตปศุสัตว์และสัตว์ปีก แยกตามประเภทสัตว์ ปี 2560-2564

หน่วย:พันเมตริกตัน

ประเภท	2560	2561	2562	2563	2564
สุกร	2,265.0	2,319.8	2,296.7	2,142.6	1,696.1
โคเนื้อ	266.3	263.3	260.6	229.1	236.1
โคนม	22.8	23.7	24.4	26.7	26.3
แพะ	77.3	77.0	76.4	71.7	73.0
กระบือ	144.4	143.1	140.7	120.4	129.3
ไก่	1,745.9	1,836.7	1,927.4	1,809.9	1,744.8
เป็ด	31.1	30.8	30.1	29.5	29.1

ประเภท	2560	2561	2562	2563	2564
ไข่ไก่	492.4	533.9	583.2	605.8	661.4
ไข่เป็ด	45.4	46.6	49.6	50.5	50.5

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

3.3 ประมง

ฟิลิปปินส์มีทรัพยากรทางทะเลที่สมบูรณ์ โดยมีพื้นที่ทางทะเลใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกและเป็นประเทศที่ประกอบด้วย เกาะต่างๆ มากถึง 7,641 เกาะ ซึ่งมีความยาวชายฝั่งรวม 17,460 กิโลเมตร พื้นที่ทางน้ำที่อยู่ในอาณาเขตมีพื้นที่รวมถึง 2.2 ล้านตารางกิโลเมตร

การผลิตในอุตสาหกรรมประมงและอาหารทะเลในฟิลิปปินส์ประกอบด้วยการประมงเชิงพาณิชย์ (Commercial Fishing) การประมงท้องถิ่น(Municipal Fishing) และการประมงแบบเพาะเลี้ยง (Aquaculture Fishing) โดยมีคำจำกัดความ ของการประมงแต่ละแบบ 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 การเพาะเลี้ยงปลาและสัตว์อื่นในน้ำจืดน้ำกร่อยหรือน้ำเค็ม

ตารางผลผลิตการประมงของฟิลิปปินส์ในปี 2562 -2564

ประเภท	ปริมาณผลผลิต (พันเมตริกตัน)			ส่วนแบ่ง (%)	ขยายตัว (%) 2564/2563
	2562	2563	2564		
การประมงเชิงพาณิชย์	931.5	975.2	870.0	20.5	-10.8
การประมงท้องถิ่น	1,125.2	1,102.3	1,132.0	26.6	2.7
การประมงแบบเพาะเลี้ยง	2,358.3	2,322.9	2,246.3	52.*9*	-3.3
รวม	**4,415.0**	**4,400.4**	**4,248.3**	**100**	**-3.5**

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์

3.4 แร่ธาตุ

เนื่องจากฟิลิปปินส์ตั้งอยู่ในเขตวงแหวนแห่งไฟซึ่งมีการระเบิดของภูเขาไฟ ทำให้มีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์ ฟิลิปปินส์มีแร่ธาตุทอง ทองแดง และนิกเกิลอยู่จำนวนมาก โดยพื้นที่ประมาณ *9* ล้านเฮกตาร์ (หรือประมาณร้อยละ 30 ของพื้นที่ทั่วประเทศ) มีแร่ธาตุโลหะ ในขณะที่พื้นที่อีก *5* ล้านเฮกตาร์ เป็นแหล่งของแร่ธาตุอโลหะ

อาณาเขตในทะเลของฟิลิปปินส์มีพื้นที่ประมาณ *2.2* ล้านตารางกิโลเมตร ยังเป็นแหล่งแร่หลายชนิด ได้แก่ ทองคา แมกนีไทต์ และทรายโครไมต์ด้วย

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

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

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

นอกจากนั้นยังพบนิกเกิลจำนวนมากบริเวรตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะมินดาเนา รวมถึงโคบอลต์ ซึ่งเป็นผลพลอยได้สำคัญจากการผลิตนิกเกิล ทองคำขาว เหล็ก แมงกานีส ปรอท และอะลูมิเนียม

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

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

สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ ส่วนมากเป็นการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนต่างชาติกับนักลงทุนท้องถิ่น

3.5 ถ่านหิน

ถ่านหินพบมากในบริเวณหมู่เกาะวิสายาส์และมินดาเนา ปัจจุบันมีแหล่งสำรวจและผลิตถ่านหินรวม 21 แห่ง รัฐบาลฟิลิปปินส์มีนโยบายสำรวจและพัฒนาการผลิตถ่านหินภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดได้เพิ่มพื้นที่สำรวจถ่านหินแหล่งใหม่อีก 14 แห่ง ดังนี้

1) Gereral Nakar, Quezon
2) Calatrava, Negros Occidental
3) Bayawan City, Negres 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

แม้ฟิลิปปินส์จะมีการผลิตน้ำมันและก๊าซธรรมชาติอยู่บ้างในบริเวณนอกชายฝั่งทะเลของหมู่เกาะปาลาวันซูลูและ ด้านใต้ของประเทศ แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ทำให้ต้องนำเข้าน้ำมันสำเร็จรูปจากต่างประเทศ กว่าร้อยละ 90 ของความต้องการใช้

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลฟิลิปปินส์มีโครงการ “Philippine Energy Contracting Round (PECR) 2006” เพื่อเพิ่ม แหล่งสำรวจน้ำมันและก๊าซธรรมชาติอีก 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) ที่น่าสนใจในตลาดฟิลิปปินส์

*4.*1 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

ในช่วงที่ผ่านมา ตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงหนุนสำคัญจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโต ทำให้ผู้บริโภคมีรายได้ที่สามารถจับจ่ายได้เพิ่มมากขึ้น การขยายตัวของประชากรชนชั้นกลางและส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว การเข้าถึงซุปเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกอื่นๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้ง ชาวฟิลิปปินส์มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นในด้านอาหารและมีนิสัยชอบรับประทาน แม้ว่าส่วนใหญ่จะมีรายได้ไม่สูงมากนักแต่กลับนิยมรับประทานอาหารมากเฉลี่ยถึง 5 ครั้งต่อวัน ได้แก่ มื้อเช้า อาหารว่างช่วงสาย มื้อเที่ยง อาหารว่างช่วงบ่าย และมื้อค่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์รุ่นใหม่ยังชื่นชอบการทดลองอาหารใหม่ๆ ตลอดเวลา

ในระยะกลาง-ระยะยาวคาดว่า ตลาดอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์จะยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามอัตราการขยายตัวของจำนวนประชากร รวมทั้งโครงสร้างของประชากรในฟิลิปปินส์ที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาวและวัยทำงาน มีพฤติกรรมชอบการสังสรรค์หรือรับประทานอาหารนอกบ้าน ทำให้เป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารหลากหลายประเภท เนื่องจากปัญหาในภาคการเกษตรที่ไม่สามารถผลิตอาหารได้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ โดยสินค้าอาหารที่ผลิตในประเทศฟิลิปปินส์คิดเป็นประมาณร้อยละ 80 ของอุปทานอาหารทั้งหมด และอีกร้อยละ 20 เป็นการนำเข้าโดยในแต่ละปี ฟิลิปปินส์นำเข้าสินค้าอาหารเฉลี่ยกว่า 3 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี และแนวโน้มการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ารัฐบาลฟิลิปปินส์จะพยายามปฏิรูปการเกษตรเพื่อพึ่งพาตนเองและเพิ่มผลผลิตในประเทศ แต่ก็ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความมั่นคงทางการอาหารได้ รวมทั้งฟิลิปปินส์ยังมีอัตราการขยายตัวของประชากรที่สูงในแต่ละปี

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ตลาดอาหารสำเร็จรูปในฟิลิปปินส์มีการเติบโตจากปีก่อนประมาณร้อยละ 5 เนื่องจากเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและใช้จ่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีนวัตกรรมและมีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมทางการตลาดที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดบริโภค รวมทั้งการโฆษณาเชิงรุกด้วยรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เป็นต้น

ปัจจุบันผู้ผลิตอาหารในฟิลิปปินส์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลายในการบริโภคอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสาหรับคนในเมือง โดยการออกรสชาติใหม่ บรรจุภัณฑ์ที่เน้นความสะดวก และประโยชน์ด้านสุขภาพ เพราะชาวฟิลิปปินส์มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น อีกทั้งใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ ผู้เล่นรายใหญ่ในตลาดอย่าง บริษัท เนสท์เล่ ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดสำหรับสินค้าอาหารสำเร็จรูปในฟิลิปปินส์ก็ได้เปิดสายผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องผ่านการกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดต่างๆ

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นช่องทางสำคัญที่สุดสำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป ได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซุปเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อ ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายคิดเป็นครึ่งหนึ่งของการจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารทั้งหมด โดยร้าค้าปลีกสมัยใหม่ที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ เช่น SM Supermarket, Save More Supermarket, Puregold Price Club, Puregold Jr. Wellcome, Waltermart Supermarket, Robinsons Supermarket, Seven-eleven และ Mini stop เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ

แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมา เศรษฐกิจฟิลิปปินส์เติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่การกระจายรายได้ยังไม่เท่าเทียม มีช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจนมาก ทำให้สินค้าบางประเภทมีข้อจำกัดในการขยายตัวโดยสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าเป็นตลาดใหญ่ ได้แก่ ข้าว ขนมปัง แป้ง นม ขนมขบเคี้ยว และเครื่องดื่มต่างๆ สำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าเฉพาะมีแนวโน้มเติบโตได้ดีแต่จำกัดอยู่ในกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง-สูง อย่างไรก็ดี คาดการณ์ว่าในระยะยาวจะสามารถเติบโตได้มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคชนชั้นกลางฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะมีกำลังซื้อมากขึ้นและมีจำนวนมากขึ้น

ภาวะเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ทั้งในเมืองหลวงและเมืองอื่นๆ ทั่วประเทศที่ขยายตัว ทำให้มีการจ้างงานมากขึ้นและทำให้คนมีเวลาทำอาหารและใช้เวลากับครอบครัวน้อยลง โดยเฉพาะผู้หญิงซึ่งมีแนวโน้มเข้าสู่ตลาดแรงงานมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต้อง ออกผลติภัณฑ์เพื่อตอบสนองกับความต้องการของครอบครัวสมัยใหม่ที่มีชีวิตเร่งรีบ เช่น อาหารกล่องสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง ซีเรียลอาหารเช้าสำหรับเด็ก เป็นต้น ซึ่งช่วยทำให้ผู้บริโภคสามารถประหยัดเวลาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติ อาทิ ประกอบอาหารได้เร็ว สามารถเข้าไมโครเวฟได้จึงเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น

การเติบโตของเทคโนโลยีได้ส่งผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวฟิลิปปินส์เริ่มเปลี่ยนไปด้วยเช่นเดียวกัน โดยการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศทำให้ชาวฟิลิปปินส์สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และใส่ใจในความหลากหลายของสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ยังชอบลองสินค้าใหม่ๆ โดยเฉพาะสินค้าที่มีชื่อเสียงและสินค้าระดับพรีเมียมจากต่างประเทศมากขึ้น

การประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์ส่งเสริมทางการตลาด

เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าไทยผ่านช่องทางต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น รวมทั้งเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าไทย โดยอาจพิจารณาใช้ทั้งสื่อแบบดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์ เป็นต้น และสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและมีต้นทุนน้อยกว่า เช่น สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube หรือสื่อนิตยสารและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ชั้นนำต่างๆ

ช่องทางการกระจายสินค้าที่เป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในการเลือกซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกต่างๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรแสวงหาช่องทางดังกล่าวในการกระจายสินค้าและเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ได้ในวงกว้าง นอกจากนี้ควรร่วมมือกับผู้ประกอบการไฮเปอร์มาร์เก็ต ซุปเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย/การตลาด ซึ่งสามารถช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าไทยได้เป็นอย่างดี

ผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะขยายการส่งออกสินค้าอาหารหรือเครื่องดื่มมายังตลาดฟิลิปปินส์ สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มในฟิลิปปินส์ซึ่งถือเป็นช่องทางสำคัญที่มีประสิทธิภาพที่ผู้ประกอบการไทยจะได้มีโอกาสนำเสนอสินค้าและพบปะเจรจาธุรกิจกับกลุ่มผู้นำเข้า/ผู้ซื้อ/ผู้จัดจำหน่ายฟิลิปปินส์ได้โดยตรง โดยงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำที่มีศักยภาพในฟิลิปปินส์มีอยู่จำนวนมาก เช่น งาน Manila Foods and Beverage Expo งาน World Food Expo งาน Asia Food Expo และ งาน International Food Expo เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Thailand week จัดโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นประจำทุกปี ทั้งในกรุงมะนิลาและเมืองรองสำคัญต่างๆ

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม

สินค้าอาหารและสินค้าเกษตรนำเข้าในฟิลิปปินส์ต้องปฏิบัติตามกฎหมายสุขภาพและสุขอนามัยของฟิลิปปินส์ ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะไม่ได้รับอนุญาตให้นำเข้ามาในฟิลิปปินส์หากเป็นอันตรายต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ภายใต้กฎระเบียบด้านสุขภาพและสุขอนามัย กระบวนการและระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างมีความใกล้เคียงกับสากล โดยผู้นำเข้าเป็นผู้รับผิดชอบและปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขภาพและสุขอนามัย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะเป็นผู้ตรวจสอบสินค้าและเอกสารเพื่ออนุมัติการขึ้นทะเบียนและนำเข้าสินค้าเข้ามาในฟิลิปปินส์ หากสินค้านำเข้าไม่ปฏิบัติสอดคล้องและไม่เป็นไปตามกฎระเบียบที่กำหนดของฟิลิปปินส์ สินค้านั้นจะต้องถูกทำลายหรือกำจัด

ฉลาก

ข้อมูลต่อไปนี้ต้องระบุในฉลากของผลิตภัณฑ์อาหารนำเข้า

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

การจดทะเบียนของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปทั้งหมดที่วางจำหน่ายในตลาดฟิลิปปินส์ต้องจดทะเบียนกับสำนักอาหารและยา (Bureau of Food and Drugs) โดยผู้ที่มาจดทะเบียนผลิตภัณฑ์นำเข้าต้องเป็นชาวฟิลิปปินส์เท่านั้น โดยผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมเอกสารบางอย่างเพื่อใช้ประกอบการการดำเนินการจดทะเบียนของผู้นำเข้า เช่น เอกสารรับรองผลิตภัณฑ์ในประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ตัวอย่างสินค้า ทั้งนี้ การจดทะเบียนของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

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

ประเภท 2 ได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาหารเสริม เช่น ชาสมุนไพร น้ำเปล่าบรรจุขวด อาหารสำหรับเด็กอ่อนและเด็ก อาหารที่ผ่านกระบวนการพันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพ และอาหารท้องถิ่นที่มีส่วนประกอบเฉพาะและหายากในฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ การขออนุญาตสำหรับการนำเข้าควรดำเนินการโดยผู้นำเข้าชาวฟิลิปปินส์ ผลิตภัณฑ์ที่มีใบอนุญาตการจดทะเบียนอย่างถูกต้องเท่านั้น จึงจะได้รับอนุญาตให้จำหน่ายแบบปลีกในฟิลิปปินส์

เอกสารที่ต้องใช้ในการจดทะเบียนนำเข้าในแต่ละประเภท มีดังนี้

ประเภทที่ 1

- จดหมายขอยื่นจดทะเบียนสำหรับผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า
- Affidavit of Undertaking
- รายชื่อผลิตภัณฑ์แยกตามประเภท สำเนา *3* ชุด
- ใบอนุญาตดำเนินการของผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า (ออกโดย BFAD) พร้อมรายชื่อซัพพลายเออร์และแหล่งนำสินค้า
- สำเนา Sales Invoice
- ตัวอย่างของแต่ละผลิตภัณฑ์และสำเนาของฉลากที่เป็นไปตามกฎระเบียบของ Codex และ BFAD ทั้งนี้ อาจสามารถส่งรูปสีของแต่ละผลิตภัณฑ์ และสติ๊กเกอร์ที่ระบุชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าต้องติดอยู่บนตัวผลิตภัณฑ์ หากไม่ได้มีการพิมพ์ข้อมูลนั้นบนฉลาก
- ค่าจดทะเบียน 200 เปโซต่อผลิตภัณฑ์

ประเภทที่ *2*

- จดหมายขอยื่นจดทะเบียนจากผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า
- ใบอนุญาตดาเนินการของผู้นำเข้า/ ผู้กระจายสินค้า (ออกโดย BFAD)
- ข้อมูลของผลิตภัณฑ์
- รายละเอียดของส่วนประกอบไล่จากมากไปน้อย รวมถึงสารเติมแต่ง
- ตัวอย่างสินค้าเพื่อการวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการ
- ฉลากที่ใช้สาหรับผลิตภัณฑ์
- 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 จึงจะ สามารถดำเนินการขออนุญาตจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งใบอนุญาตนี้จะมีรายชื่อของซัพพลายเออร์สินค้าด้วย ดังนั้น ผู้นำเข้าอาจจำเป็นต้องขอข้อมูลเหล่านี้จากผู้ส่งออก

• สัญญาตัวแทนจัดจำหน่ายในต่างประเทศที่รับรองโดยกงสุลฟิลิปปินส์ในประเทศนั้นๆ

• ใบรับรองการผลิตของผู้ส่งออกซึ่งออกโดยหน่วยงานด้านสาธารณสุขของประเทศที่ผลิตสินค้าและรับรองโดย กงสุลฟิลิปปินส์

BFAD ยังออกกฎระเบียบเพิ่มเติมให้ผู้นำเข้าขอใบหนังสือรับรองการจำหน่าย (CFS) จากหน่วยงานของ ประเทศส่งออกด้วย

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

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

สำหรับอัตราภาษีนำเข้านั้น สินค้าอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ของไทยเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 ภายใต้ความตกลง ATIGA ยกเว้นสินค้าอ่อนไหวบางอย่าง เช่น น้ำตาล

สินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทยในฟิลิปปินส์

ซุปเปอร์มาร์เก็ตในฟิลิปปินส์จำนวนมากมีผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากไทยวางจำหน่ายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะข้าว ผงปรุงรส ซอสปรุงรส ขนมขบเคี้ยว น้ำพริก และน้ำผลไม้ เครื่องดื่มอื่นๆ เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง-บนเป็นหลัก แต่บางผลิตภัณฑ์มีการเจาะตลาดไปยังลูกค้าทั่วๆ ไป และยังมีการปรับบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กและมีราคาย่อมเยาเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าที่มีรายได้ต่ำได้

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าอาหารไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยมีความแข็งแกร่ง มีอุตสาหกรรมต่อเนื่องทั้งต้นน้ำและปลายน้ำ รวมทั้งมีจำนวนผู้ผลิตอาหารจำนวนมากและมี	1. อุตสาหกรรมอาหารของไทยยังเป็นอุตสาหกรรมที่กระจาย (Fragmented Industry) คือมีบริษัทขนาดเล็ก ในอุตสาหกรรมจำนวนมาก ส่งผลให้เป็น

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ความร่วมมือที่เข้มแข็งและส่งเสริมพัฒนาร่วมกัน ทั้งนี้ ประเทศไทยถือเป็นผู้ส่งออกอาหารมากที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 2. ผู้ประกอบการไทยมีการผลิตอาหารด้วยความพิถีพิถัน ทำให้มีความหลากหลายของอาหารและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารไทยเป็นที่ยอมรับและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับโลก 3. ภาครัฐไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ทำให้มีนโยบายต่อเนื่องและครอบคลุมทุกด้านของห่วงโซ่การผลิต รวมทั้งยังสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารในการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ 4. อาหารไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี รสชาติเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักในวงกว้าง	ข้อจำกัดต่อการพัฒนานวัตกรรมและมีการใช้ทรัพยากรที่ทับซ้อนกัน 2. อุตสาหกรรมการเกษตรของไทย ยังไม่มีนวัตกรรมที่ก้าวหน้ามากนัก นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเชิงระบบซึ่งอาจ เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเพื่อการส่งออกในอนาคตได้ 3. ต้นทุนการผลิตสินค้าอาหารไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งจากราคาวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และประสิทธิภาพการผลิต 4. ผู้ประกอบกาไรทยขาดความสามารถเชิงรุกด้านการตลาด ส่วนใหญ่ต้องการขายสินค้าแล้วจบโดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกับคู่ค้า/พันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสการขายแก่ลูกค้า

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนส่วนใหญ่เหลือร้อยละ 0 ในขณะที่การนำเข้านอกภูมิภาคอาเซียนที่ต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงกว่า 2. ตลาดฟิลิปปินส์ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องจากเศรษฐกิจมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น และเริ่มเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น 3. ชาวฟิลิปปินส์มีนิสัยชอบดื่มและรับประทาน และพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ชอบลองของใหม่ๆ ทั้งนี้ ชาวฟิลิปปินส์ส่วนมากจะชื่นชอบรสชาติหวานและไม่รับประทานอาหารเผ็ด 4. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีทัศนคติที่ดีและให้การยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานสินค้าไทยเป็นอย่างดี 5. การพัฒนาของเครือข่ายค้าปลีกภายในประเทศ	1. ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ 2. ในประเทศฟิลิปปินส์ มีบริษัทผู้เล่นท้องถิ่นขนาดใหญ่ที่ครองตลาดมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้าไปเจาะตลาดได้ค่อนข้างยาก 3. คู่แข่งในตลาดฟิลิปปินส์มีเป็นจำนวนมาก เนื่องจากฟิลิปปินส์มีการนำเข้าสินค้าที่หลากหลายจากต่างประเทศ รวมทั้งสินค้าท้องถิ่นภายในประเทศโดยส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขัน 4. ระบบโลจิสติกส์ของฟิลิปปินส์ยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้สินค้ามีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นและอาจต้องใช้เวลานานกว่าสินค้าจะถึงผู้บริโภค 5.การขอใบอนุญาตนำเข้าและจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน (ประมาณ 6 – 12 เดือนเป็นอย่างน้อย)

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
อาจทำให้มีโอกาสในการกระจายสินค้าสำหรับผู้ผลิตภายในประเทศมากยิ่งขึ้น	

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง สามารถสรุปกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบและส่วนผสมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ ปัจจุบันผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณาพัฒนาสินค้าที่มีส่วนผสมหรือผลิตจากวัถตุดิบที่ทำจากธรรมชาติและมีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อให้สามารถเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้ สำหรับบรรจุภัณฑ์ ควรปรับเปลี่ยนให้น่าสนใจและดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าตลาดบนหรือตลาดพรีเมียม รวมทั้งอาจพิจารณาผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ปานกลาง-ต่ำ สามารถเข้าถึงสินค้าและมีกำลังซื้อเพียงพอ
ราคา (Price)	การวางกลยุทธ์ราคาควรพิจารณาจากหลายปัจจัย เช่น คู่แข่ง ผู้บริโภคเป้าหมาย โดยหากต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะหรือตลาดระดับบน ผู้ประกอบการอาจพิจารณาตั้งราคาให้สูงได้ และหากต้องการให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ทั่วไป ผู้ประกอบการควรจำหน่ายสินค้าในราคาที่ผู้บริโภคจับต้องและแข่งขันได้ เนื่องจากในตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของฟิลิปปินส์ค่อนข้างมีการแข่งขันสูงและราคาถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มได้แก่ ซุปเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้ติดต่อกับเครือข่ายร้านค้าปลีกดังกล่าว สำหรับช่องทางและแนวทางการหาผู้นำเข้านั้น สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มสำคัญในฟิลิปปินส์ เช่น MAFBEX, WOFEX, Asia Food Expo และ IFEX ที่จัดงานทุกปีและเป็น งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ มีผู้นำเข้าและผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมาก นอกจากนี้ยังสามารถติดต่อขอรายชื่อผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายได้จากสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา รวมถึงสามารถขอคำปรึกษาต่างๆ อื่นๆได้โดยตรง

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น ซึ่งมีต้นทุนไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ ยังสามารถจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับซุปเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต เพื่อนำเสนอและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นการกระตุ้นการบริโภคอีกทางหนึ่ง รวมทั้งพิจารณาใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแบบดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ได้ เนื่องจากยังคงสามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ได้ดี

4.2 ภาวะตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงามในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงามในฟิลิปปินส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อสุขอนามัยและพัฒนาภาพลักษณ์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งมีการจำหน่ายผ่านช่องทางการกระจายสินค้ากว้างขวาง ตั้งแต่ร้านค้าปลีกท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายยา ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ตไฮเปอร์มาร์เก็ต รวมถึงช่องทางออนไลน์ ทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้สามารถเข้าถึงชาวฟิลิปปินส์ได้ง่ายมากขึ้น

ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมาตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงามในฟิลิปปินส์มีการขยายตัวต่อเนื่อง เนื่องจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นรวมทั้งผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์หันมาสนใจในการพัฒนาบุคลิกภาพและรูปลักษณ์มากขึ้น รวมทั้งชาวฟิลิปปินส์ได้รับอิทธิพล ของโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Facebook และ Instagram ที่ทำให้ชาวฟิลิปปินส์หันมาดูแลตัวเองและลงทุนในผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มากขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีความต้องการสินค้าที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก สบู่ ครีมอาบน้ำ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยต่างๆ เนื่องจากต้องกักตัวอยู่กับบ้าน ยกเว้นผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำหอมและเครื่องสำอาง ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ทำให้มีแนวโน้มยอดจำหน่ายลดลง

ในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงามในฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี 2562 ยอดจำหน่ายมีมูลค่า 213,028 ล้านเปโซ เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่มียอดจำหน่าย 199,433 ล้านเปโซ เมื่อพิจารณายอดจำหน่ายแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์แล้วพบว่า ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวมีสัดส่วนยอดจำหน่ายสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม (ร้อยละ 22) ผลิตภัณฑ์สบู่และครีมอาบน้ำ (ร้อยละ 17) ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก (ร้อยละ 14) และ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (ร้อยละ 9) ตามลำดับ

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์หันมาให้ความสำคัญกับสุขอนามัย และรูปลักษณ์ภายนอกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การใช้จ่ายกลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ด้านความงามและดูแลตนเองเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสินค้าที่วางจำหน่ายก็มีความหลากหลายมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ นิยามของคำว่า “งาม” ของชาวฟิลิปปินส์เปลี่ยนไปตามกาลเวลา แต่ยังคงให้ความสำคัญกับผิวขาวและหน้าที่ไม่มีริ้วรอยเป็นหลัก โดยในระยะหลังชาวฟิลิปปินส์นิยมใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและการดูแลตนเองควบคู่กับการใช้วิตามินและอาหารเสริม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผิว และยังมีความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับวัตถุดิบจากธรรมชาติที่บำรุงผิว เช่น มะละกอ ชะเอมเทศ กลูตาไทโอน คาลามันซี (มะนาวขนาดเล็ก) อย่างไรก็ดี คำว่าผิวสวยของชาวฟิลิปปินส์ไม่ได้หมายถึงการมีผิวขาวเท่านั้น แต่ยังต้องมีผิวที่อมชมพูด้วย

ค่านิยมความงามของชาวฟิลิปปินส์ยังได้รับอิทธิพลจากประเทศตะวันตกที่ส่งผลต่อการรับรู้ของชาวฟิลิปปินส์เกี่ยวกับความงาม และทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทไวท์เทนนิ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวค่อนข้างมากโดยมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์แบบใหม่มากมายในตลาด รวมทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ยังทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อป้อนผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

สำหรับเทรนด์หรือกระแสนิยมในกลุ่มสินค้าเครื่องสำอางในฟิลิปปินส์ในระยะหลังพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับดวงตามากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับดวงตาและคิ้วมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสนใจการรักษา จัดทรงรูปคิ้วและริมฝีปากมากขึ้น โดยเฉพาะเทรนด์การทาลิปสติก เพื่อให้ริมฝีปากดูหนาดูอวบอิ่มมีน้ำมีนวล รวมทั้งการทาลิปกลอส นอกจากนี้ พบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับริมฝีปาก ยังดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ไม่ค่อยมีเวลาและต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ โดยลิปสติกสามารถตอบโจทย์ในการเพิ่มสีสันให้กับการแต่งหน้าโดยรวมได้ทันที

การโฆษณาส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์การดูแลตนเอง ส่วนใหญ่ยังใช้สื่อโทรทัศน์เป็นหลัก เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ได้จำนวนมาก โดยแบรนด์สินค้าต่างๆ จะใช้คนดัง หรือศิลปินดาราที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภค เนื่องจากบุคคลเหล่านี้จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์

นอกจากนี้ ปัจจุบันชาวฟิลิปปินส์ได้รับอิทธิพลจากสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะ Facebook และ Instagram โดยฟิลิปปินส์ได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีการใช้งานอินเตอร์เน็ตและโซเชียลมากเป็นอันดับ 1 ของโลกหลายปีติดต่อกันจนได้ชื่อว่าเป็นเมืองหลวงแห่งโซเชียลมีเดียของโลก (Social Media Capital in the World) ทำให้แบรนด์สินค้าต่างๆ ตั้งแต่ระดับล่างถึงบนหันมานิยมใช้ช่องทางดังกล่าวในการเข้าถึงลูกค้า

และโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ่านการใช้การ linfluencer หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้บริโภคมาช่วยรีวิวสินค้า รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ทั้งนี้ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียยังถือเป็นช่องทางที่มีประโยชน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เนื่องจากใช้งบประมาณการลงทุนค่อนข้างต่ำ และเหมาะกับการทำตลาดแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

ค่านิยมของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคา

แม้ว่าแนวโน้มผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับสุขอนามัยและความงามมากขึ้น แต่รายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้ของชาวฟิลิปปินส์ยังไม่มากนัก ทำให้ชาวฟิลิปปินส์นิยมบริโภคสินค้าราคาถูกมากกว่า โดยราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แบรนด์สินค้าส่วนใหญ่จึงยังคงใช้บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กชนิดซอง และมีราคาต่ำทำให้ผู้บริโภคมีกำลังเพียงพอที่จะซื้อได้ นอกจากนี้ แบรนด์สินค้ายังคงเลือกใช้กลยุทธ์ไม่ขึ้นราคาเพื่อรักษาส่วนแบ่งในตลาด รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริม ทางการตลาดมักเกี่ยวข้องกับการลดราคาเป็นหลัก จึงไม่น่าแปลกใจว่ายอดขายของแบรนด์สินค้าในระดับพรีเมียมมีส่วนแบ่งตลาดไม่ถึงร้อยละ 5 ในฟิลิปปินส์

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชนชั้นกลางในฟิลิปปินส์มีการขยายตัวเพิ่มจำนวนมากขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ชาวฟิลิปปินส์มีรายได้และกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความงามและดูแลตนเองที่มีคุณภาพมากขึ้น จึงทำให้แบรนด์สินค้าระดับกลาง-บน เริ่มมียอดขายเพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ สินค้าไทยมีส่วนแบ่งตลาดในฟิลิปปินส์เป็นอันดับ 1 ในหลายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามหรือแต่งหน้า ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้กับผม ผลิตภัณฑ์เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรุงแต่งอื่นๆ โดยมีส่วนแบ่งมากกว่าร้อยละ 30 ในแต่ละประเภทกลุ่มสินค้า อย่างไรก็ตา จากการสำรวจตลาดพบว่า สินค้าของแบรนด์ที่มีชื่อเสียงจากตะวันตกมีฐานการผลิตในประเทศไทย จึงทำให้มีการนำเข้าจากไทยค่อนข้างมาก ในขณะที่แบรนด์สินค้าของไทยยังมีไม่แพร่หลายมากนักในตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไทยมีศักยภาพที่ยังสามารถขยายตัวได้อีกในอนาคต โดยควรเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง

1. เอกสารในการนำเข้า-ส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง

สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองสามารถดำเนินการส่งออกไปฟิลิปปินส์ได้เสรีไม่มีข้อจำกัดการนำเข้า ในส่วนของเอกสารการส่งออก สินค้าในกลุ่มนี้เป็นไปตามหลักสากล กล่าวคือ มี Commercial Invoice, Packing List, Pro-forma Invoice, Insurance certificate และ Certificate origin แต่ผู้ส่งออกสินค้ารายการนี้ไปฟิลิปปินส์ต้องปฏิบัติ ตามระเบียบขององค์การอาหารและยาของฟิลิปปินส์ (Food and Drug Administration: FDA) โดยมีเอกสารที่ผู้ส่งออกต้องส่ง ให้ผู้นำเข้าเพื่อขออนุญาตนำเข้าสินค้าดังต่อไปนี้

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) จึงจะได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีตามความตกลงข้อตกลง ATIGA

2. ฉลาก

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองในฟิลิปปินส์ต้องระบุข้อมูลดังต่อไปนี้บนฉลาก โดยฉลากต้องเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาฟิลิปปินส์ (Filipino) เท่านั้น

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

สำหรับอัตราภาษีนำเข้านั้น สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองส่วนใหญ่ของไทยเสียภาษีนำเข้า ในอัตราร้อยละ 0 ตามความตกลง ATIGA

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง (SWOT) ของสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองของไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ประเทศไทยไม่ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองจากต่างประเทศ เนื่องจากสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ภายในประเทศ 2. ประเทศไทยมีกำลังและความสามารถในการผลิตสินค้า เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองได้จำนวนมากและมีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ 3. เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งทางด้านรูปลักษณ์และกลิ่น นอกจากนี้ ยังมีชื่อเสียงไปทั่วโลก ทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าได้	1. เครื่องจักรและกระบวนการการผลิตของไทยยังไม่ทันสมัยเทียบเท่ากับต่างประเทศ 2. การวิจัยและพัฒนาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองของไทยยังค่อนข้างน้อย 3. ต้นทุนแรงงานของไทยยังค่อนข้างสูงหากเทียบกับต่างประเทศ

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาคที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีร้อยละ 10 - 70 2. ฟิลิปปินส์เป็นตลาดที่มีศักยภาพด้วยฐานผู้บริโภคขนาดใหญ่กว่า 110 ล้านคนในปัจจุบัน และส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาวที่มีกำลังซื้อและให้ความสนใจรวมทั้งหันมารักสวยรักงามมากขึ้น 3. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้นและเริ่มเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น รวมถึงมีผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะ เช่น สินค้าออร์แกนิก มากขึ้น 4. การพัฒนาของเครือข่ายค้าปลีกภายในประเทศทำให้มีโอกาสในการกระจายสินค้าสำหรับผู้ผลิตภายในประเทศมากยิ่งขึ้น	1. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีความอ่อนไหวในเรื่องราคาสูง โดยราคายังคงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทำให้มีการแข่งขันสูงและเกิดสงครามราคาภายในตลาด 2. บริษัทท้องถิ่นขนาดใหญ่ครอบครองตลาดมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ ปัจจุบันจำนวนคู่แข่งขันในตลาดค่อนข้างมีจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เจาะตลาดได้ค่อนข้างลำบาก 3. ระบบโลจิสติกส์ของฟิลิปปินส์ยังไม่มีประสิทธิภาพทำให้ต้นทุนสินค้าเพิ่มสูงขึ้นและใช้เวลานานกว่าสินค้าจะถึงผู้บริโภค 4. ขั้นตอนการขอใบอนุญาตและจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานภาครัฐฟิลิปปินส์ค่อนข้างล่าช้า

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง สามารถสรุปกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและส่วนผสมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของรสนิยมของผู้บริโภค ทั้งนี้ ถ้าหากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือตลาดระดับพรีเมียม ควรทำบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและน่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้ อาจพิจารณาผลิตสินค้าที่ทำจากธรรมชาติมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง
ราคา (Price)	ผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะตลาดทั่วไปในฟิลิปปินส์ ควรกำหนดราคาที่ไม่สูงจนเกินไป โดยสามารถเปรียบเทียบราคากับแบรนด์อื่นๆในตลาด เนื่องจากตลาดฟิลิปปินส์มีความอ่อนไหวด้านราคาสูง ทั้งนี้ สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะตลาดระดับบน ควรกำหนดราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับอรรถประโยชน์และคุณภาพของสินค้า
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าได้แก่ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านเฉพาะสำหรับสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม โดยผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้ติดต่อกับเครือข่ายห้างค้าปลีกและร้านค้าต่างๆ สำหรับแนวทางการค้นหาผู้นำเข้าสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวกับเครื่องสำอางและความงามในฟิลิปปินส์ เช่น งาน PhilBeauty ที่จัดเป็นประจำทุกปีและเป็นงานระดับนานาชาติ นอกจากนี้ สามารถติดต่อขอรายชื่อผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฟิลิปปินส์ได้จากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา รวมทั้งสามารถขอคำปรึกษาและคำแนะนำอื่นๆ ในการเข้าสู่ตลาดได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังสามารถทดลองนำเข้าสินค้าวางจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ได้เช่นกัน เช่น Lazada Zalora และShopee เป็นต้น
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม รวมถึงสินค้าเครื่องสำอาง สามารถทำได้หลาย

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
	แนวทาง เช่น การโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่เป็นที่นิยมในฟิลิปปินส์ เช่น Facebook Instagram และ Viber เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับผู้จัดจำหน่ายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต รวมทั้งการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในฟิลิปปินส์ในการเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ได้จำนวนมาก ซึ่งกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียงดังกล่าวจะมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

4.3 ภาวะตลาดสินค้ายานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไปและสภาพตลาด

อุตสาหกรรมยานยนต์ในฟิลิปปินส์เป็นอุตสาหกรรมที่บริษัทต่างชาติมีบทบาทเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะบริษัทค่ายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น เช่น Toyota Motor Phils. Corp. *(*TMPC*)*, Mitsubishi Motor Phils. Corp. *(*MMPC*)*, Honda Cars Phils., Inc. (HCPI) เป็นต้น โดยบริษัทข้ามชาติดังกล่าวได้เข้ามาลงทุนใช้ฟิลิปปินส์เป็นฐานในการประกอบชิ้นส่วนหรือการผลิตรถยนต์บางรุ่น เนื่องจากต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก ทั้งนี้ บริษัทเหล่านี้มุ่งเน้นการขายตลาดภายในประเทศเป็นหลัก เพราะอัตราการเป็นเจ้าของรถยังค่อนข้างต่ำอยู่ทำให้มีโอกาสที่ตลาดจะเติบโตได้มากในอนาคต

อุตสาหกรรมยานยนต์ในฟิลิปปินส์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมโยงในระดับโลก และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จำนวนมาก โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงาน การลงทุนและการส่งออกจำนวนมาก ทั้งนี้ อุตสาหกรรมยานยนต์ฟิลิปปินส์ประกอบด้วย 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การประกอบรถยนต์และการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์

(1) การประกอบรถยนต์

การประกอบรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงาน (Labor intensive) ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากต้องการดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมดังกล่าว เพื่อใช้ประโยชน์จากจำนวนของแรงงาน โดยฟิลิปปินส์มีการประกอบรถยนต์หลายประเภททั้งการประกอบรถยนต์ผู้โดยสาร รถยนต์เชิงพาณิชย์ (เช่น รถตู้ รถโดยสาร รถบรรทุกและยานพาหนะเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ) และรถจักรยานยนต์ โดยข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของฟิลิปปินส์ระบุว่า มีบริษัทประกอบรถยนต์นั่งส่วนบุคคล 5 แห่ง รถยนต์เชิงพาณิชย์ 22 แห่งและรถจักรยานยนต์ 24 แห่งในฟิลิปปินส์

ตารางรายชื่อบริษัทประกอบรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในฟิลิปปินส์

อันดับ	บริษัท	สัญชาติ	รุ่นของรถยนต์ที่ผลิต
1	Toyota Motor Philippines	ญี่ปุ่น	Innova และ Vios
2	Mitsubishi Motors Philippines Corporation	ญี่ปุ่น	Mirage hatchback และ Mirage G4
3	Isuzu Philippines Corporation	ญี่ปุ่น	D-Max , N-Series และ F-Series
4	Nissan Philippines Inc.	ญี่ปุ่น	Almera
5	Foton Philippines	จีน	Toplander SUV Thunder pickupและรถตู้
6	Hyundai Asia Resources Inc.	เกาหลีใต้	Eon และ H350

(2) การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการจ้างงานกว่า 50,000 ตำแหน่ง และมีบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ 256 แห่ง โดยเป็นการผลิตแบบรับจ้างผลิต (OEM) ประมาณร้อยละ 40 และการผลิตเพื่อเป็นอะไหล่ ประมาณร้อยละ 60 โดยมีบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์หลัก ได้แก่ Yazaki-Torres Manufacturing Corp., International Wiring Systems Phils., Inc., Asian Transmission Corp., Toyota Autoparts Phils., Philippine Auto Components, Inc., เป็นต้น โดยผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีการส่งออกชิ้นส่วนไปยังต่างประเทศด้วย ทั้งนี้ สมาคมสำคัญของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ คือ Philippine Parts Makers Association (PPMA)

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์กว่า 123 แห่งอยู่ในเขต Export Processing Zone แต่มีบริษัทจำนวนไม่มากนักที่มีการส่งออกในปริมาณมาก โดยบริษัท 15 แห่งที่มีขนาดใหญ่ที่สุดมีการส่งออกกว่าร้อยละ 80 โดยการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ในฟิลิปปินส์ถือว่ามีสัดส่วนน้อยมากในตลาดโลก แต่คิดเป็นการส่งออกร้อยละ 7 ของการส่งออกทั้งหมด

สินค้าส่งออกของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นชุดสายไฟ (Wire harness) ซึ่งทำหน้าที่ส่งกระแสไฟฟ้าและสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ในรถซึ่งมีความสำคัญ เนื่องจากรถยนต์ในปัจจุบันใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น รองลงมาได้แก่ ล้อและยางรถยนต์ ระบบขับเคลื่อน (Drive train) ระบบควบคุมการสั่นสะเทือน ซึ่งการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้เริ่มมีการชะลอตัว นอกจากนี้ ยังมีการส่งออกกระปุกเกียร์แม้ว่าจำนวนบริษัทที่ผลิตจะมีไม่มากนัก แต่มีการส่งออกเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ปัจจุบันผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับแรงงาน รวมถึงโรงเรียนอาชีวศึกษาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การสนับสนุนขององค์กรที่เกี่ยวข้องเช่น Technical Education and Skills Development Authority (TESDA) รวมถึงรัฐบาลต่างประเทศเช่น รัฐบาลญี่ปุ่น เพื่อพัฒนาแรงงานเหล่านี้ให้มีความรู้และคุณวุฒิผ่านหลักสูตรที่เป็นระบบ

การเติบโตของตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์

ในช่วงที่ผ่านมา ตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคนฟิลิปปินส์มีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น และจำนวนผู้ที่ครอบครองรถยนต์ยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด ดังนั้น แรงซื้อรถยนต์ของผู้ซื้อหน้าใหม่ในฟิลิปปินส์จึงยังเหลืออีกมาก ประกอบกับความต้องการที่จะเปลี่ยนรถยนต์ใหม่ก็มีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากรถยนต์ส่วนใหญ่ที่วิ่งอยู่ในฟิลิปปินส์มีอายุการใช้งานมากกว่า 10 ปี โดยข้อมูลจากสมาคม Chamber of Automotive Manufacturers (CAMPI) Truck Manufacturers (TMA) และ Association of Vehicle Importers and Distributors (AVID) ระบุว่ายอดจำหน่ายรถยนต์ในฟิลิปปินส์ระหว่างเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2565 มีจำนวน 182,687 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มียอดจำหน่ายรถยนต์รวมที่จำนวน 154,265 คัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.4 โดยแบ่งเป็นยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ (Commercial Vehicles) ประกอบด้วยรถกระบะ รถบรรทุก รถ crossovers รถบัส รถ SUVs และ MPVs จำนวน 137,338 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.18 ของยอดจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมด ในขณะที่รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (Passenger Car) มียอดจำหน่ายอยู่ที่ 45,349 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.82

สำหรับแบรนด์รถยนต์ที่เป็นที่นิยม 5 อันดับแรกในฟิลิปปินส์ คือ Toyota ซึ่งเป็นผู้นำตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์ รองลงมาได้แก่ Mitsubishi , Nissan , Suzuki และ Ford ในส่วนของรุ่นรถยนต์ที่เป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูงสุด คือ Toyota Vios ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มคนฟิลิปปินส์วัยทำงาน รองลงมาได้แก่ Toyota Hilux, Toyota Innova, Toyota Fortuner, และ Mitsubishi Xpander ทั้งนี้รุ่นรถยนต์ที่เป็นนิยมในฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่จะเป็นรถยนต์สำหรับครอบครัว หรือรถสำหรับคนวัยทำงานรุ่นใหม่

พฤติกรรมการเป็นเจ้าของรถยนต์ของชาวฟิลิปปินส์

ตามข้อมูลการสำรวจสำมะโนครัวพบว่า ในฟิลิปปินส์ระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับการเป็นเจ้าของรถยนต์ค่อนข้างมาก โดยเกือบร้อยละ 12 ของครัวเรือนชนชั้นกลางมีรถยนต์อย่างน้อย 1 คัน และครัวเรือนรายได้สูงมีสัดส่วนการเจ้าของรถยนต์กว่าร้อยละ 62 ในขณะที่ครอบครัวที่มีรายได้น้อยจะมีสัดส่วนการเป็นเจ้าของรถยนต์น้อยกว่าร้อยละ 1 นอกจากนี้ พบว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองเป็นเจ้าของรถยนต์มากกว่า

ผู้ที่อาศัยอยู่ในชนบท ทั้งนี้ ข้อมูลการสำรวจพบว่าทั่วทั้งประเทศฟิลิปปินส์รถยนต์ 7 คันใน 10 คัน มีผู้ที่เป็นชนชั้นกลางเป็นเจ้าของ แต่พบว่าครัวเรือนชนชั้นกลางในเขตกรุงมะนิลากลับมีสัดส่วนการเป็นเจ้าของรถยนต์น้อยกว่าในเมืองหลักอื่นๆ โดยสัดส่วนชนชั้นกลางที่เป็นเจ้าของรถยนต์อยู่ที่ 6 คัน ใน 10 คัน สาเหตุหลักเนื่องมาจากในกรุงมะนิลามีระบบบริการขนส่งสาธารณะและบริการแอปพลิเคชั่นขนส่ง (Ride Hailing) รวมทั้งปัญหาสภาพการจราจรที่ติดขัดอย่างมากในกรุงมะนิลา ทำให้ผู้คนหลีกเลี่ยงการใช้รถยนต์ส่วนตัว อย่างไรก็ตาม พบว่าอัตราการเติบโตของการเป็นเจ้าของรถยนต์ในกรุงมะนิลาเพิ่มมากที่สุดในฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลางซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 2 ต่อปี โดยปัจจัยหลักคือ การเสนอแพ็คเกจใหม่ๆ ของค่ายรถยนต์ต่างๆ และชนชั้นกลางมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์ คือ กลุ่มคนชนชั้นกลางของประเทศ

แนวโน้มตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2563ได้ส่งผลกระทบอย่างหนักต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ทั่วโลก รวมทั้งฟิลิปปินส์ โดยอุตสาหกรรมรถยนต์ฟิลิปปินส์ที่มีแนวโน้มเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง ต้องเผชิญกับความท้าทายที่ยากที่สุด และยังทำให้กำลังซื้อสินค้ารถยนต์ซึ่งถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์อ่อนแอลง เนื่องจากผู้บริโภคมุ่งเน้นกับการใช้จ่ายสินค้าพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันเป็นหลัก และมีแนวโน้มเก็บออมเงินไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉินมากขึ้น ประกอบกับความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดน้อยลง ส่งผลให้ยอดจำหน่ายรถยนต์หดตัวลงมากกว่าครึ่งหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม ตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์สามารถกลับมาฟื้นตัวและเติบโตได้ดีขึ้น หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดฯ เริ่มคลี่คลาย โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมยานยนต์ของฟิลิปปินส์เริ่มมองเห็นสัญญาณการฟื้นตัวของ Sales Environments ในตลาดรถยนต์ฟิลิปปินส์ หลังจากรัฐบาลได้ผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดต่างๆ ลงอย่างมาก ทำให้ยอดจำหน่ายมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยสัญญาณการฟื้นตัวดังกล่าวมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนี้ คาดว่าการฟื้นตัวในระยะต่อไปจะได้รับแรงหนุนสำคัญเพิ่มเติมจากการที่รัฐบาลฟิลิปปินส์มุ่งเน้นและเตรียมการเพิ่มงบประมาณการใช้จ่ายในโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานอย่างเร่งด่วน โดยรัฐบาลชุดปัจจุบันภายใต้การนำของประธานาธิบดีเฟอร์ดินานด์ มาร์กอส จูเนียร์ ได้ประกาศเน้นย้ำว่าโครงสร้างพื้นฐานเป็นกระดูกสันหลัง (Backbone) ของเศรษฐกิจประเทศ และให้คำมั่นจะสานต่อโครงการ Build Build Build ของรัฐบาลชุดก่อน ภายใต้ชื่อโครงการใหม่อย่างเป็นทางการ Build Better More (BBM) โดยจะเดินหน้าและทุ่มงบประมาณด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอยู่ที่ร้อยละ 5 - 6 ของ GDP อย่างต่อเนื่องตลอดช่วงของการดำรงตำแหน่ง โดยปัจจัยสนับสนุนที่แข็งแกร่งจากแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศดังกล่าว จะทำให้เกิดความก้าวหน้าในกิจกรรมการก่อสร้างและจะช่วยผลักดันให้เกิดความต้องการรถยนต์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะรถบรรทุกหนักและรถยนต์เชิงพาณิชย์ขนาดเล็กซึ่งเป็นที่ต้องการ

และเหมาะสมกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างมากที่สุด จึงคาดว่ารถยนต์กลุ่มดังกล่าวจะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตของยอดจำหน่ายรถยนต์โดยรวมของฟิลิปปินส์ไปจนถึงปี 2572

สินค้ายานยนต์ และ ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในฟิลิปปินส์

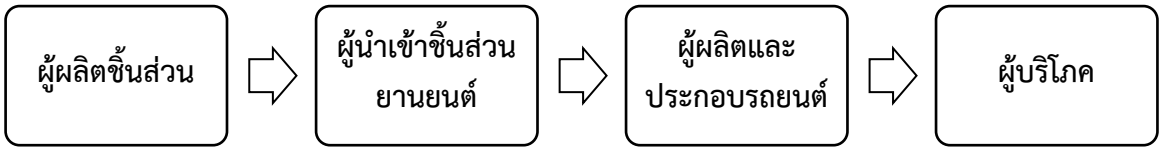
ฟิลิปปินส์เป็นตลาดศักยภาพและตลาดส่งออกรถยนต์สำคัญอันดับ 2 ของไทยรองจากประเทศออสเตรเลีย โดยเฉพาะรถปิกอัพและรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ทั้งนี้ ตลาดรถยนต์ในฟิลิปปินส์ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากมีจำนวนประชากรขนาดใหญ่แต่อัตราการเป็นเจ้าของรถยนต์ยังอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งปัจจัยหนุนอื่นๆ ทั้งแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศผ่านโครงการก่อสร้างจำนวนมาก ซึ่งจะช่วยผลักดันให้เกิดความต้องการรถยนต์เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีศักยภาพในการส่งออกสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์มายังฟิลิปปินส์ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะสินค้าประเภทลวดและเคเบิล และส่วนประกอบของยานยนต์ที่มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 10 ทั้งยังมีแนวโน้มการเข้าสู่ตลาดมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ คู่แข่งสำคัญของไทยโดยเฉพาะสินค้าประเภทชิ้นส่วนยานยนต์และชิ้นส่วนจักรยานยนต์ คือ อินโดนีเซียและจีน โดยเฉพาะอินโดนีเซีย ซึ่งกำลังมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นในสินค้าหลายประเภท ในขณะที่จีนมุ่งเน้นขายสินค้าโดยใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขันเป็นหลัก สำหรับรายการสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีศักยภาพเติบโตในตลาดฟิลิปปินส์ ได้แก่

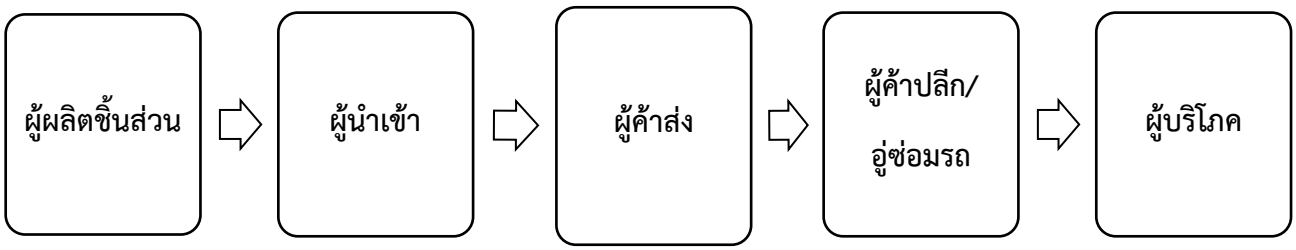
1. เพลาลูกเบี้ยวและเพลาข้อเหวี่ยง สำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายใน
2. เกียร์และระบบเกียร์ ยกเว้นเฟือง
3. กระปุกเกียร์หรืออุปกรณ์เปลี่ยนความเร็ว
4. ระบบสายไฟที่ใช้กับยานพาหนะ
5. ส่วนประกอบและชิ้นส่วนของคลัตช์
6. ยางรถยนต์และส่วนประกอบ
7. ส่วนประกอบอื่นๆ ของรถยนต์
8. หม้อน้ำ
9. ระบบดักเสียงและท่อไอเสีย
10. ยางเรเดียล และระบบนิวแมติก
11. ยางอื่นๆ และระบบนิวแมติกที่ใช้กับรถบัสและรถขนาดใหญ่
12. อุปกรณ์กรองอากาศสำหรับเครื่องยนต์สันดาปภายใน
13. เครื่องรับวิทยุ
14. อุปกรณ์ไฟและให้สัญญาณสำหรับรถยนต์

ช่องทางการกระจายสินค้า

ช่องทางการกระจายสินค้าสำหรับสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ในฟิลิปปินส์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ช่องทางหลักได้แก่ การจำหน่ายสินค้าให้กับโรงงานผลิต และการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้าที่จำหน่ายให้กับลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนอะไหล่



ผู้ผลิตชิ้นส่วนเป็นผู้ส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบรถยนต์ในฟิลิปปินส์ ซึ่งอาจเป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมถึงประเทศไทยผ่านผู้นำเข้าหรือส่งให้ผู้ผลิตโดยตรง เนื่องจากในฟิลิปปินส์ผู้ประกอบการสามารถผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ได้ไม่มากนัก จึงจำเป็นต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เมื่อได้ชิ้นส่วนมาแล้วผู้ประกอบรถยนต์จะประกอบรถยนต์และจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป



ผู้ผลิตชิ้นส่วนในต่างประเทศจะส่งสินค้าให้กับผู้นำเข้า โดยผู้นำเข้าอาจทำหน้าที่เป็นผู้ค้าส่งด้วย หลังจากนั้นจะส่งต่อให้กับผู้ค้าปลีกหรืออู่ซ่อมรถทั่วประเทศ ซึ่งจะนำไปขายต่อให้กับผู้บริโภคต่อไปเพื่อเปลี่ยนอะไหล่หรือซ่อมแซมจากของเดิม

กฎระเบียบในการนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของฟิลิปปินส์

กฎหมาย EO 877 ของฟิลิปปินส์ระบุว่า ห้ามนำเข้าสินค้ารถยนต์มือสอง ยกเว้นกรณีที่กำหนดในกฎหมาย เช่น รถที่ใช้ในทางการทูต (ต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงการต่างประเทศของฟิลิปปินส์) รถบรรทุกที่มีน้ำหนักมากกว่า 2.5 ตันและรถโดยสารที่มีน้ำหนักมากกว่า 6 ตัน (ต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม) หรือรถเพื่อวัตถุประสงค์พิเศษอื่น ๆ เช่น รถดับเพลิง รถพยาบาล เป็นต้น

นอกจากนี้ การนำเข้าสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ต่อไปนี้ (ทั้งใหม่และใช้แล้ว) ผู้นำเข้าต้องขออนุญาตนำเข้าจาก Bureau of Import Services ภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมก่อน โดยผู้นำเข้าต้องยื่นใบอนุญาตที่ออกโดย Bureau of Import Services ก่อนที่จะออกของจากศุลกากรด้วย สินค้าดังกล่าวได้แก่

แผงหน้าปัดด้านหน้าของรถ	ประตู
กันชนรถยนต์	ฟลอร์บอร์ด
ตะแกรงหน้าหม้อรถยนต์	ฝากระโปรงรถยนต์
กระโปรงรถ	แร็คหลังคา
แท่นใส่ป้ายทะเบียน	บันไดที่จะก้าวขึ้นรถยนต์
ฝากั้นหม้อน้ำ	กระโปรงหลังรถยนต์
เครื่องบังแสงอาทิตย์ที่กระจกรถยนต์	สปอยเลอร์
บังโคลน	พรมรถยนต์
ตัวถังรถยนต์	โครงรถยนต์ที่รวมทั้งเครื่องยนต์และล้อ, โครงช่วงล่าง

สำหรับรถจักรยานยนต์ ฟิลิปปินส์ห้ามนำเข้าชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ที่ใช้แล้วทุกประเภท ในขณะที่การนำเข้าชิ้นส่วนต่อไปนี้ จำเป็นต้องขออนุญาตจาก Bureau of Import Services ก่อน

เบาะ	ครัช
เบรก	สตาร์ทเตอร์
ถังน้ำมัน	โช๊กอัพ
กันโคลน	สแตน
ล้อ	ส่วนประกอบด้านข้างของมอเตอร์ไซค์

ทั้งนี้ ผู้นำเข้าจะต้องเป็นผู้ดำเนินการในการขอใบอนุญาตดังกล่าว แต่อาจมีเอกสารบางส่วนที่ผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมให้ผู้นำเข้าเพื่อใช้ประกอบการขอ

อัตราภาษี

HS Code	**ผลิตภัณฑ์**	**อัตราภาษีทั่วไป**	**อัตราภาษีสำหรับประเทศในอาเซียน**
87	ยานยนต์และส่วนประกอบ	0-30	0
8408	เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบชนิดจุดระเบิดด้วยการอัด	1-10	0
8544	ลวดและเคเบิล (รวมถึงเคเบิลร่วมแกน) ที่หุ้ม	0-20	0

HS Code	ผลิตภัณฑ์	อัตราภาษีทั่วไป	อัตราภาษีสำหรับประเทศในอาเซียน
	ฉนวน (รวมถึงชนิดเคลือบหรือชนิดแอโนไดส์) และตัวนำไฟฟ้าอื่นๆ ที่หุ้มฉนวน		
8708	ชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถยนต์	1-30	0
8714	ชิ้นส่วนและส่วนประกอบรถจักรยานยนต์	1-15	0

ประเทศในอาเซียนมีความได้เปรียบประเทศนอกกลุ่มอาเซียน เนื่องจากอัตราภาษีนำเข้าอยู่ที่ร้อยละ 0 ในขณะที่ประเทศนอกกลุ่มอาเซียนต้องเสียภาษีมากถึงร้อยละ 30 ในบางรายการ ดังนั้น การได้รับยกเว้นภาษีตามข้อตกลง ATIGA จึงนับเป็นความได้เปรียบอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการไทย ทั้งนี้ สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากไทยต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form D จึงจะได้รับสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอัตราร้อยละ 0

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ผู้ผลิตไทยมีความชำนาญในการผลิต รวมถึงแรงงานมีประสบการณ์และทักษะการผลิตมาก ซึ่งช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้มาก นอกจากนี้ ยังมีค่ายรถยนต์จากต่างประเทศ เข้ามาตั้งฐานการผลติในประเทศไทย ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ของไทยมีความแข็งแกร่ง 2. ประเทศไทยมีตลาดรถยนต์ขนาดใหญ่และมีโรงงานผลิตรถยนต์ในประเทศจำนวนมาก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เข้มแข็ง เช่น แม่พิมพ์ การขึ้นรูปโลหะและพลาสติก เป็นต้น 3. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในไทยให้ความสำคัญกับการออกแบบและมีการออกแบบที่โดดเด่น รวมทั้งผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยได้รับมาตรฐานสากล อาทิ ISO 9000, ISO 14000 ทำให้ได้รับความน่าเชื่อถือจากนานาชาติ	1. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบเช่น เหล็ก และเทคโนโลยีต่าง ๆ จากต่างประเทศ 2. ต้นทุนการผลิตและต้นทุนแรงงานค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น เช่น จีน 3. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยหลายรายยังไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง 4. ผู้ผลิตไทยยังไม่มีการเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายและมีอุปสรรคด้านภาษา

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
1. อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของฟิลิปปินส์ยังไม่ก้าวหน้ามากนัก และยังขาดชิ้นส่วนการผลิตรถยนต์ต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นหลัก 2. ตลาดฟิลิปปินส์ยังมีศักยภาพมากในระยะยาว เนื่องจากอัตราการเป็นเจ้าของรถยนต์ยังอยู่ในระดับต่ำ และรายได้ของประชากรยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถในการเป็นเจ้าของรถยนต์เพิ่มมากขึ้น 3. โครงสร้างพื้นฐานของฟิลิปปินส์โดยเฉพาะถนนยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงอะไหล่ ชิ้นส่วนยานยนต์ค่อนข้างบ่อย 4. ความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ทำให้ต้นทุนภาษีลดลง และผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น	1. ผู้บริโภคในฟิลิปปินส์จำนวนมากยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา และนิยมใช้สินค้าที่มีราคาต่ำ 2.ฟิลิปปินส์มีนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ รวมถึงมีการส่งเสริมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดได้ 3. กฎระเบียบในการนำเข้าของฟิลิปปินส์มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างบ่อยทำให้เกิดความสับสน

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมต่าง ๆ รวมถึงลดต้นทุนการผลิตสินค้า เพื่อให้มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ยังควรรักษามาตรฐานและดำรงจุดแข็งด้านคุณภาพของตัวสินค้า เพราะถือเป็นจุดแข็งสำคัญของผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไทยในฟิลิปปินส์ และทำให้สามารถวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพดี ราคาปานกลางได้
ราคา (Price)	ราคาไม่ควรตั้งสูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคฟิลิปปินส์ เป็นผู้ที่มีความอ่อนไหวทางด้านราคาค่อนข้างมาก อย่างไรก็ดี หากสินค้ามีตราสินค้าและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แข็งแกร่งก็จะสามารถเจาะตลาดระดับบนและตั้งราคาสูงกว่าเดิมได้
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทชิ้นส่วนยานยนต์ได้แก่ ร้านค้าปลีกจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ โดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้ติดต่อกับร้านค้าดังกล่าวเอง หรือบางครั้งผู้นำเข้าจะเป็นผู้จัดจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ด้วย โดยปัจจุบันตลาดรถยนต์ในเมืองรองของฟิลิปปินส์ เช่น เมืองเซบูและเมืองดาเวา

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
	เป็นตลาดที่มีศักยภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้า ผู้ประกอบการไทยสามารถทำได้หลายแนวทาง เช่น การติดต่อกับผู้นำเข้าโดยตรงซึ่งสามารถขอรายชื่อจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ เช่น งานแสดงสินค้า PHILAUTO ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีและเป็นงานระดับนานาชาติ มีผู้นำเข้าและผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมาก นอกจากนี้ ผู้ประกอบสามารถติดต่อกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรง ในการจัดหาผู้นำเข้า และข้อแนะนำด้านตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจ รวมถึงกฎระเบียบ/มาตรการนำเข้าต่างๆ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์สามารถทำได้โดยการใช้กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับผู้ค้าปลีกหรือผู้ผลิตเป็นหลัก เนื่องจากผู้ประกอบการดังกล่าวจะเป็นผู้ใช้หรือแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค ทั้งที่เป็นผู้ใช้โดยตรงและนำไปจำหน่ายต่อได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าสำหรับสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ จึงถือว่ามีความสำคัญมาก

4.4 ภาวะตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างของฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไปและแนวโน้มความต้องการของสินค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์

ในช่วงที่ผ่านมา เศรษฐกิจฟิลิปปินส์มีอัตราการเติบโตที่โดดเด่นในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงอุตสาหกรรมการก่อสร้างที่ชะงักงันมาหลายทศวรรษ ก็เริ่มกลับมามีชีวิตชีวาเช่นเดียวกันและเพื่อเป็นการรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รัฐบาลภายใต้การนำของอดีตประธานาธิบดีโรดิโก ดูเตอร์เต ได้ดำเนินโครงการ Build Build Build (BBB) ในการพัฒนาและปรับปรุงโครงการพื้นฐานของประเทศ เพื่อปิดจุดอ่อนของการขาดโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและได้รับการอ้างถึงว่าเป็น “จุดอ่อนของจุดอ่อน” ของการพัฒนาเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ โดยโครงการ BBB มีการทุ่มงบประมาณจำนวนมหาศาลครอบคุลมโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของประเทศจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นระบบขนส่ง โดยระบบการขนส่งในกรุงมะนิลายังจำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งในรูปแบบการขนส่งทางราง การขนส่งแบบมวลชนและถนน สนามบิน ท่าเรือ รวมถึงระบบสาธารณูปโภค การก่อสร้างอาคารต่างๆ เป็นต้น โดยการดำเนินโครงการดังกล่าวได้ช่วยขับเคลื่อน

ระบบเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และทำให้มีนักลงทุนต่างชาติสนใจเข้าไปลงทุนในฟิลิปปินส์มากขึ้น รวมทั้งนโยบายดังกล่าวยังได้ส่งผลให้อุตสาหกรรมก่อสร้างในฟิลิปปินส์ได้รับอานิสงค์และกลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง

อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้โครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เกิดการหยุดชะงัก ล่าช้า และไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ปัจจุบันโครงการก่อสร้างต่างๆ สามารถกลับมาดำเนินการได้เต็มประสิทธิภาพ และรัฐบาลก็ได้เร่งการใช้จ่ายงบประมาณโครงการโครงสร้างพื้นฐานเพื่อช่วยกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศด้วย โดยในปี 2565 งบประมาณสำหรับโครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานมีมูลค่าถึง 1.18 ล้านล้านเปโซ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ของ GDP โดยงบประมาณส่วนใหญ่ถูกจัดสรรให้กับกระทรวงโยธาธิการและทางหลวง (Department of Public Works and Highways: DPWH) เป็นจำนวน 6.821 แสนล้านเปโซ ซึ่งจะนำไปใช้จ่ายสำหรับโครงการก่อสร้างถนนหลักจำนวน 1.281 แสนล้านเปโซ โครงการจัดการน้ำท่วมจำนวน 1.135 แสนล้านเปโซ โครงการบำรุงรักษาเชิงป้องกันของถนนในประเทศจำนวน 5.96 หมื่นล้านเปโซ และโครงการก่อสร้างสะพานจำนวน 3.44 หมื่นล้านเปโซ ในขณะที่กระทรวงคมนาคม (Department of Transportation: DoTr) จะได้รับจัดสรรงบประมาณจำนวน 1.513 แสนล้านเปโซ โดยจะนำไปใช้จ่ายสำหรับโครงการขนส่งทางรถไฟ เช่น ระบบรถไฟสายเหนือ-ใต้ และรถไฟใต้ดินในเมโทรมะนิลา ระยะที่ 1 คิดเป็นจำนวนถึง 1.109 แสนล้านเปโซ

นอกจากนี้ หลังการเข้ารับตำแหน่งของประธานาธิบดีคนใหม่ของฟิลิปปินส์ นายเฟอร์ดินานด์ มาร์กอส จูเนียร์ ก็ได้ประกาศเน้นย้ำว่าโครงสร้างพื้นฐานเป็นกระดูกสันหลัง (Backbone) ของเศรษฐกิจประเทศ และให้คำมั่นจะสานต่อโครงการ Build Build Build ภายใต้ชื่อโครงการใหม่อย่างเป็นทางการ Build Better More (BBM) โดยจะเดินหน้าและทุ่มงบประมาณด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอยู่ที่ร้อยละ 5 - 6 ของ GDP อย่างต่อเนื่องตลอดช่วงของการดำรงตำแหน่ง

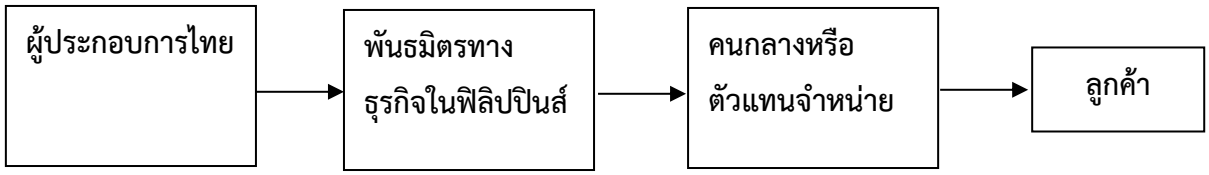
จากปัจจัยสนับสนุนต่างๆ และแนวโน้มการเติบโตของภาคการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของฟิลิปปินส์ คาดว่าจะส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าวัสดุก่อสร้างจำนวนมากในฟิลิปปินส์ จึงนับเป็นโอกาสอันดีสำหรับการเข้ามาติดต่อธุรกิจการค้า/การลงทุนในอุตสาหกรรมก่อสร้างในฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง ไม่ควรพลาดโอกาสดังกล่าวเพราะสินค้าวัสดุก่อสร้างถือเป็นส่วนสำคัญในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมก่อสร้าง

อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการค้าหรือการลงทุนในอุตสาหกรรมก่อสร้างของฟิลิปปินส์ยังมีความเสี่ยงอยู่มากไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่พร้อม กฎระเบียบที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงบ่อย และปัญหาการทุจริตคอร์รัปชั่น ซึ่งอาจส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินธุรกิจและความสามารถ

ในการทำกำไรของบริษัทได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบ รูปแบบการลงทุน สภาพตลาดและปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ในฟิลิปปินส์เป็นอย่างดีก่อนเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์

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

ห่วงโซ่อุปทานของการค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์เพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการไทย



สำหรับห่วงโซ่อุปทานของในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างเพื่อการส่งออกนั้น ผู้ประกอบการไทยจะส่งออกมายังพันธมิตรทางธุรกิจในฟิลิปปินส์ ซึ่งจะเป็นผู้ส่งสินค้าต่อไปยังตัวแทนจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าให้แก่ลูกค้าอีกทีหนึ่ง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยอาจส่งออกโดยตรงมายังพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายในฟิลิปปินส์ได้ด้วยเช่นกัน

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้างไทยในฟิลิปปินส์นั้น พบว่าในหลายสินค้าไทยถือว่ามีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างมากในตลาด เช่น

- แผง แผ่น กระเบื้อง ก้อนเหลี่ยมและของที่คล้ายกัน ที่ทำด้วยเส้นใยพืช ฟาง หรือทำด้วยขี้กบ ชิ้นไม้ สะเก็ดไม้ ขี้เลื่อยหรือเศษไม้อื่นๆ เกาะหรือติดรวมกันด้วยซีเมนต์ ปลาสเตอร์หรือสารยึดจำพวกแร่อื่นๆ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 45
- ของทำด้วยปลาสเตอร์หรือที่มีส่วนผสมของปลาสเตอร์เป็นหลัก มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 29
- ของทำด้วยแอสเบสทอสซีเมนต์ เซลลูโลสไฟเบอร์ ซีเมนต์หรือทำด้วยของที่คล้ายกัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 79
- บล็อกปูพื้นแผ่นหนา บล็อกปูพื้นแผ่นสี่เหลี่ยมจัตุรัส อิฐ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.2
- กระเบื้อง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.6
- วัสดุอื่นๆ ทำด้วยแก้วและเครื่องแก้ว มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 0.9
- อะลูมิเนียมและผลิตภัณฑ์ทีเกี่ยวข้อง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5
- ของทำด้วยหิน ปูนปลาสเตอร์ ซีเมนต์ แอสเบสทอส ไมกาหรือวัตถุที่คล้ายกัน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 39

สินค้าวัสดุก่อสร้างของไทยหลายรายการมีศักยภาพในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรรักษาส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่ด้วยการขยายขอบเขตการดำเนินงาน การหาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ควรมองฟิลิปปินส์เป็นโอกาส เนื่องจากยังมีการขยายตัวของอุปสงค์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ แนวโน้มความต้องการสินค้าไทยในกลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้าง คาดว่าจะยังสามารถขยายตัวได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีคู่แข่งสำคัญในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์ คือ จีน ซึ่งสามารถผลิตสินค้าที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่ามาก

ทั้งนี้ จากการสำรวจตลาดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและของตกแต่งบ้าน พบสินค้าของไทยหลายตราสินค้า เช่น กระเบื้องตรา Susuco บล็อกแก้วตรา Chang Kaew ไม้ฝา Shera เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบผลิตภัณฑ์ของบริษัทนักลงทุนไทย (SCG Group) เช่น กระเบื้องตรา Mariwasa ด้วย

กฎระเบียบและอัตราภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าวัสดุก่อสร้าง

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

อย่างไรก็ตาม สินค้าวัสดุและอุปกรณ์การก่อสร้างที่จำหน่ายในฟิลิปปินส์จำเป็นต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้ใช้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้ ต้องได้รับกำรรับรองเครื่องหมาย PS หรือ ICC

1. ท่อเหล็กกัลวาไนซ์ 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. ท่อโพลิเอทิลีนสำหรับน้ำดื่ม
10. ท่อพีวีซีที่ไม่ใช่พลาสติกสำหรับน้ำดื่ม
11. ท่อหนาพิเศษหรือท่ออาร์เอสซีแบบไวนิล
12. ท่อไวนิลสำหรับ Drain Waste
13. แผ่นไม้อัด

14. เหล็กแบบ Rerolled Steel
15. เครื่องสุขภัณฑ์
16. แผ่นเหล็กสำหรับหลังคา
17. ลวดเหล็กกล้าคาร์บอนต่ำ
18. ตะปู

Imports Commodity Clearance (ICC)

สำหรับผลิตภัณฑ์นำเข้าสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีมาตรฐาน ICC ซึ่งระบุไว้ในกฎหมายมาตรา 5:2001 โดยมาตรฐานนี้ ออกให้กับผู้นำเข้าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานแห่งชาติของฟิลิปปินส์หรือมาตรฐานที่สากลรับรองนอกจาก การทดสอบสิ่งของที่นำเข้ามาแล้ว สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยังทำการตรวจสอบร้านค้าต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้านำเข้าเหล่านี้ ตรงกับมาตรฐานของฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ ผู้นำเข้าจะต้องเป็นผู้ขออนุมัติมาตรฐานดังกล่าวในการลำเลียงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งถ้าหากผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ได้บังคับให้แสดงมาตรฐาน ผู้นำเข้าไม่จำเป็นต้องดำเนินการขออนุมัติแต่หากกฎหมายบังคับให้ขออนุมัติมาตรฐาน ผู้นำเข้า จะต้องยื่นตัวอย่างสินค้าให้สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตรวจสอบ และหากผลิตภัณฑ์ผ่านการทดสอบทั้งหมดสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จึงจะอนุญาตให้กระจายสินค้าในประเทศได้

Philippines national standard (PNS)

มาตรฐานแห่งชาติฟิลิปปินส์ (PNS) เป็นเอกสารที่เขียนขึ้นโดยคณะกรรมการ ผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคและ ผ่านการอนุมัติโดยสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับกฎวิธีการและผลมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้มีการวัดมาตรฐานของสินค้าในประเทศอย่างเหมาะสม โดยผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีมาตรฐานตามที่กำหนด

อัตราภาษีนำเข้า

สำหรับสินค้าวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์ ประเทศในกลุ่มอาเซียนเสียภาษีในอัตราร้อยละ 0 ภายใต้ความตกลง ATIGA ในขณะที่ประเทศนอกกลุ่มอาเซียนต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 15-20 ดังนั้น อัตราภาษีนำเข้า จึงนับเป็นความได้เปรียบอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการไทย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยและตลาดวัสดุก่อสร้างในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ผู้ประกอบการไทยมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และ มีประสิทธิภาพ เช่น การผลิตเหล็กที่มีคุณภาพ มีรูปแบบตรงตามความต้องการของลูกค้า คุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ 2. บริษัทหรือโรงงานต่างๆ ของไทยได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ISO9002 ISO14001 และ ISO GUIDE25 3. ต้นทุนโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าจากไทยมายังฟิลิปปินส์ไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับคู่แข่งประเทศอื่นๆ 4. ผู้ประกอบการไทยมีฐานลูกค้าอยู่ในฟิลิปปินส์อยู่แล้ว	1. ต้นทุนของสินค้ามีราคาสูงกว่าคู่แข่งบางราย (เช่น จีน เวียดนาม) เนื่องจากไทยมีค่าแรงงานและค่าขนส่งที่สูงกว่า 2. ขาดการวิจัยและพัฒนาสินค้าต่างๆ ให้ทันสมัยเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าสำหรับวัสดุก่อสร้างของในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 2. ตลาดภายในฟิลิปปินส์เริ่มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากรายได้ประชากรและการขยายตัวของชนชั้นกลาง 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการก่อสร้าง เช่น อุตสาหกรรม BPO และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขยายตัวที่ดีอย่างต่อเนื่อง 4. รัฐบาลฟิลิปปินส์เร่งการใช้จ่ายในโครงการโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง	1. รัฐบาลของฟิลิปปินส์มีความล่าช้าในการ ดำเนินโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ-เอกชน (Public-Private Partnership) 2. การกระจายรายได้ให้แก่ประชากรที่ยากจนยังไม่ดี 4. สินค้าประเทศคู่แข่งสำคัญจากจีนมีราคาถูกทำให้มีแนวโน้มที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากประเทศคู่แข่งอื่นๆ ได้มาก

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	สินค้าที่ต้องการทำตลาดในกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไปควรเน้นด้านคุณภาพ ความคงทนแข็งแรง รูปลักษณ์ที่สวยงามทันสมัย ควรมีการส่งมอบสินค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนด และควรมีการบริการหลังการขาย

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ราคา (Price)	นำเสนอราคาระดับกลางคือ ต่ำกว่าราคาของผู้นำตลาด แต่ต้องสูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันจากประเทศจีน แต่หากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในระดับราคาต่ำจะทำให้สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น
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 ซึ่งอาจเป็นกลยุทธ์เรื่องราคาหรือการให้ความรู้แก่ผู้ขายว่าสินค้าดีอย่างไร เป็นต้น

4.5 ภาวะตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าของฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตอุปกรณ์ สารกึ่งตัวนำ (เซมิคอนดักเตอร์เป็นหลัก) มากกว่าร้อยละ 70 โดยสินค้าที่ผลิตได้แก่ วงจรรวม (IC) ทรานซิสเตอร์ ไดโอด ตัวเก็บประจุ ขดลวดเหนี่ยวนำ หม้อแปลงไฟฟ้า แผ่นวงจรพิมพ์ และส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ใช้เป็นส่วนประกอบในเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยบริษัทหลักๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมย่อยเซมิคอนดักเตอร์ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทย่อยของบริษัทระดับโลก ได้แก่ Texas Instruments, Philips, Amkor, Fairchild Semiconductor เป็นต้น สำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ฟิลิปปินส์มีการผลิตอยู่บ้างเช่นเดียวกันโดยค่อนข้างมีชื่อเสียงในกลุ่มชุดรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นซีดี วิทยุ โดยมีบริษัทสำคัญในอุตสาหกรรมได้แก่ Panasonic Intel Philips เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์ต้องเผชิญการแข่งขันกับสินค้านำเข้าต่างๆ จำนวนมาก เนื่องจากฟิลิปปินส์มีการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าไม่ว่าจะเป็นเครื่องเสียง อุปกรณ์

เครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ ภายในบ้านเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสินค้านำเข้าส่วนใหญ่มีราคาต่ำกว่าสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ โดยเฉพาะสินค้าจากจีน เนื่องจากมีต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคท้องถิ่นค่อนข้างมาก

นอกจากการแข่งขันจากสินค้านำเข้าแล้ว ผู้ผลิตยังต้องแข่งขันกับสินค้าคุณภาพต่ำ รวมถึงสินค้ามือสองอีกด้วย เนื่องจากมีสินค้าจำนวนมากที่ไม่ได้จดทะเบียนและมีมาตรฐานอุตสาหกรรมที่ถูกต้อง แต่สินค้าดังกล่าวมีราคาถูกทำให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคฟิลิปปินส์ในปัจจุบันเริ่มหันมาพิถีพิถันกับสิ่งที่ซื้อในชีวิตประจำวันมากขึ้น ประกอบกับกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีการสื่อสารรวมถึงการขนส่งที่ก้าวหน้า ทำให้เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น นอกจากจะมีคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าเดิมแล้ว ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในปัจจุบัน ยังมีคุณสมบัติที่สามารถประหยัดพลังงานและน้ำได้มากกว่าเดิม เนื่องจากผู้บริโภคในฟิลิปปินส์และหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐต่างให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากขึ้น นอกจากนี้อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือการปรับขึ้นค่าสาธารณูปโภคที่เกิดขึ้นบ่อยก็ทำให้ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าให้ความสำคัญกับการประหยัดน้ำและพลังงานมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาเน้นคุณภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านมากขึ้น

การส่งเสริมทางการตลาดโดยใช้อินเทอร์เน็ตมีเพิ่มมากขึ้น

เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์นิยมใช้โซเชียลมีเดีย ทำให้อินเทอร์เน็ตเริ่มมีความสำคัญสำหรับผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกในการทำกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด โดยความเร็วและความสะดวกในการรวบรวมข้อมูลนั้นนับเป็นข้อได้เปรียบสำคัญสำหรับ ผู้บริโภคเมื่อเทียบกับสื่อแบบดั้งเดิม ทำให้ในปัจจุบันบริษัทต่างๆ เริ่มใช้สื่อโซเชียลมีเดียกระจายข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ และจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการ ตลาด รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

ร้านขายผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยังคงมีอิทธิพลมากกว่าผู้ค้าปลีกออนไลน์

ร้านที่ขายผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์โดยตรงยังเป็นช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้ามากกว่าร้านค้าปลักออนไลน์ แม้ว่าร้านค้าปลีกออนไลน์จะทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเปรียบเทียบราคาและคุณสมบัติของสินค้า รวมถึงร้านออนไลน์ ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดอยู่บ้าง แต่ทั้งนี้การจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดบนร้านค้าออนไลน์ ยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก เนื่องจากร้านขาย

ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไปก็มีกิจกรรมการส่งเสริมทางการตลาด เช่นเดียวกัน อีกทั้งยังมีทางเลือกในการผ่อนจ่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายอีกด้วย

หน่วยงานรัฐบาลให้การสนับสนุนเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดพลังงาน

เนื่องจากฟิลิปปินส์มีอัตราค่าไฟฟ้าที่สูงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ ในเอเชีย หน่วยงานรัฐบาลจึงให้ความรู้กับประชาชนเกี่ยวกับการประหยัดไฟฟ้า เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย โดยกระทรวงพลังงานได้ออกโครงการ Energy Labelling Program เพื่อลดเครื่องใช้ไฟฟ้าและหลอดไฟที่ไม่มีประสิทธิภาพในตลาด ซึ่งฉลากเหลืองจะต้องติดกับผลิตภัณฑ์อัตราส่วน ประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศ (EER) และ Energy Efficiency Factor (EEF) ของตู้เย็น โดยถ้า EER และ EEF สูง จะมีประสิทธิภาพของเครื่องไฟฟ้าที่ดีกว่า และ มีต้นทุนค่าไฟฟ้าที่ต่ำกว่า นอกจากนี้ กระทรวงพลังงานยังวางแผนจะสร้างศูนย์ทดสอบมาตรฐานของประสิทธิภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าอีกด้วย

ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ยังคงเป็นช่องทางการกระจายสินค้าหลัก

ผู้บริโภคยังคงชอบที่จะซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวโดยตรงมากกว่า โดยเฉพาะการซื้อ สินค้าที่มีมูลค่าสูง โดยมียอดขายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านช่องทางดังกล่าวกว่าร้อยละ 74 นอกจากนี้ จำนวนสาขาของ ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์ยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย สำหรับ SM Appliance Center นั้นมีการเปิดสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงการพัฒนาร้านออนไลน์ โดยการขยายขอบเขตการขนส่งในเมืองหลักนอกจากเมโทรมะนิลา แต่เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวล ในเรื่องของความปลอดภัย ในการทำรายการออนไลน์ รวมถึงนโยบายการคืนสินค้าและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ทำให้การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตยังอยู่ ในสัดส่วนร้อยละ 0.4 เท่านั้น

การส่งเสริมทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางที่สำคัญในการเข้าถึงลูกค้าสำหรับธุรกิจหลายประเภท รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านด้วย ซึ่งผู้ที่ใช้การส่งเสริมทางการตลาดมีทั้งผู้ผลิตเองและร้านค้าปลีกด้วย อาทิ Automatic Centre ที่เคยให้ส่วนลดกับผู้ซื้อผ่านเฟซบุ๊กกว่าร้อยละ 65

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทำให้การเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่เฟื่องฟูทำให้สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านได้รับผลดีไปด้วย และเนื่องจากการเข้าถึงสินเชื่ออสังหาริมทรัพย์ง่ายขึ้นเมื่อเทียบกับแต่ก่อนที่ทำให้ผู้บริโภคเริ่มซื้อคอนโดมิเนียมจำนวนมาก อีกทั้งยังทำให้กระแสการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าเปลี่ยนไปด้วย โดยกระแสเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบประหยัดพื้นที่และเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบอเนกประสงค์เริ่มได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยนวัตกรรมที่ถือว่ามาแรง เช่น เครื่องปั่นแบบไร้สาย ตู้เย็นพร้อมจอสัมผัส เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังไม่นิยมที่จะใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าแบบ Built-in มากนัก เพราะเครื่องใช้ไฟฟ้าแบบที่ไม่ใช่ Built-in มีความยืดหยุ่นในการพกพาไปยังที่ต่าง ๆ ได้ง่ายกว่า ดังนั้นนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์หรือมัณฑนากรมักไม่ใส่เครื่องใช้ไฟฟ้า แบบ Built-in ในการออกแบบหรือแบบแพลนก่อสร้าง เนื่องจากต้องการลดค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง นอกจากนี้เครื่องใช้ไฟฟ้า แบบ Built-in ยังเหมาะสำหรับผู้ใช้ที่มีรายได้สูงเป็นส่วนใหญ่ ทำให้สินค้าดังกล่าวเป็นตลาดกลุ่มเฉพาะและใช้ในคอนโดมิเนียมระดับบน

กฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

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

สำหรับการออกใบรับรองให้กับผู้ผลิตนั้น สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะดำเนินการทั้งการตรวจโรงงานเพื่อตรวจสอบว่า โรงงานมีการจัดตั้งระบบการจัดการคุณภาพที่เหมาะสมหรือไม่ และการประเมินผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจสอบความปลอดภัยเครื่องหมาย ICC

นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายห้องปฏิบัติการเพื่อการทดสอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและหลอดไฟ ควบคุมโดยกระทรวงพลังงาน ในการบังคับใช้มาตรฐานพลังงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าในฟิลิปปินส์และโครงการฉลากของเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยโครงการดังกล่าว มีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานและลดค่าไฟฟ้าของผู้ใช้

ทั้งนี้ ในการนำข้าสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าเข้ามาในฟิลิปปินส์ ผู้นำเข้าต้องมี Import Commodity Clearance ก่อน เพื่อให้สามารถทำพิธีการศุลกากรได้ และในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศนั้น ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องมีเครื่องหมาย PS Quality และ/ หรือ Safety Certification Mark สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศ และมีเครื่องหมาย ICC Quality สำหรับ ผลิตภัณฑ์นำเข้า และยังต้องมีฉลากแสดงพลังงานที่ต้องใช้อีกด้วย นอกจากนี้กระทรวงการค้าและอตุสาหกรรมอาจดำเนินการสุ่มตรวจผลิตภัณฑ์ในการขนส่งแต่ละครั้งด้วย ซึ่งเมื่อผ่านการตรวจสอบแล้วกระทรวงการค้าและอตุสาหกรรมจะออกใบอนุญาตให้ประทับเครื่องหมาย PS หรือ ICC ต่อไป

นอกจากกฎดังกล่าวแล้ว ฟิลิปปินส์ยังกำหนดให้ผู้ประกอบการติดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าบนผลิตภัณฑ์ด้วย ประกอบด้วย ตราสินค้า ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตและผู้นำเข้า ชื่อรุ่น การใช้ ระบบการทำงาน และคำเตือน

ทั้งนี้ สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกประเภทที่ส่งออกจากไทยมายังฟิลิปปินส์สามารถใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลง ATIGA กำหนดอัตราภาษีร้อยละ 0 จากการนำเข้าจากประเทศสมาชิกอาเซียนแต่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 12 เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าไทยในฟิลิปปินส์ได้ในแผนภูมิ SWOT

จุดแข็ง (S)	**จุดอ่อน (W)**
1. ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีศักยภาพมายาวนาน โดยสินค้าที่ผลิตในไทยมีคุณภาพมาตรฐานระดับโลก และ มีราคาเหมาะสมเป็นที่ยอมรับในตลาดส่งออก 2. มีอุตสาหกรรมสนับสนุนจำนวนมาก 3. แรงงานฝีมือมีทักษะดีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง	1. อุตสาหกรรมสนับสนุน ยังขาดการเชื่อมโยง 2. ต้นทุนด้านโลจิสติกส์สูงและขาดประสิทธิภาพ 3. มีแนวโน้มขาดแคลนแรงงานฝีมือและบุคลากรเพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ 4. ขาดการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบตั้งแต่การทำวิจัยและพัฒนา รวมถึงอุตสาหกรรมต้นน้ำ
โอกาส (O)	**ความเสี่ยง (T)**
1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ผลิตในประเทศไทย เสียภาษีร้อยละ 0 2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีรายได้สูงขึ้น จากเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างแข็งแกร่งในช่วงที่ผ่านมาทำให้ผู้บริโภคเริ่มเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น 3. ไม่มีนโยบายกีดกันการค้าสำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	1. สินค้าราคาถูกจากจีนที่เข้ามาตตีลาดฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง 2. ผู้บริโภคฟิลิปปินส์จำนวนมากยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา และผู้บริโภคบางส่วนยังไม่ให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายมากนัก 3. กฎระเบียบการนำเข้าค่อนข้างมีความซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรรักษาจุดแข็งในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เนื่องจาก ผู้บริโภคฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะยกระดับการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าให้ทันสมัยมากขึ้น และยังเน้นเรื่องประโยชน์ใช้สอยและการประหยัดพลังงาน ซึ่งจะเป็นข้อได้เปรียบและ เพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าได้
ราคา (Price)	เนื่องจากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้นหากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลางโดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไปเพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับอรรถประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า คือร้านค้าปลีกที่จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยตรง รวมถึงไฮเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ ได้แก่ SM และ Abenson ในขณะที่ช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ เริ่มมีเพิ่มมากขึ้นแต่ยังไม่แพร่หลายมากนัก
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าฟิลิปปินส์เน้นกลยุทธ์ราคาและการจัดรายการส่งเสริมทางการตลาดเป็นหลัก ทั้งนี้ในช่วงหลังผู้ประกอบการในตลาด เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการหลังการขายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

4.6 ภาวะตลาดสินค้าอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงของฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

ปัจจุบันชาวฟิลิปปินส์นิยมเลี้ยงสัตว์มากขึ้นไม่เฉพาะสุนัขและแมวที่เป็นที่นิยมอยู่แล้ว แต่รวมไปถึงสัตว์ประเภทอื่นๆ ที่เป็นที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น เช่น กระต่าย ปลาสวยงาม หนูแฮมสเตอร์ และสัตว์เลื้อยคลานประเภทต่างๆ เนื่องจากกระแสโซเชียลมีเดีย ทำให้ผู้คนได้รู้จักสัตว์สายพันธุ์แปลกใหม่ เป็นแรงกระตุ้นให้ชาวฟิลิปปินส์หันมานิยมเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น ประกอบกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่องในช่วงที่หลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีความพิถีพิถันกับสัตว์เลี้ยงของตนเอง เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์มองว่าสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกครอบครัว และปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มใช้อาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปแทนการใช้เศษอาหารแก่สัตว์เลี้ยง ทำให้การใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลจาก Rakuten Insight คาดการณ์ว่าตลาดสัตว์เลี้ยงในเอเชียมีมูลค่ามากกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีแนวโน้มการเติบโตเป็น 1.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 แสดงให้เห็นถึงความมีศักยภาพของตลาดสัตว์เลี้ยงขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ ทัศนคติและอัตราการเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค โดยผลการสำรวจในประเทศเป้าหมายได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทยและไต้หวัน พบว่า อัตราการเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงทุกชนิดในฟิลิปปินส์มีอัตราสูงสุดร้อยละ 83 รองลงมาได้แก่ ไต้หวัน (ร้อยละ 76) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 67) และไทย (ร้อยละ 54) และ 3 ใน 4 ประเทศยืนยันว่าสุนัขเป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของมนุษย์ ยกเว้นอินโดนีเซียที่มีอัตราการเป็นเจ้าของแมว

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

แม้ว่าครัวเรือนฟิลิปปินส์จะมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น แต่ครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลางยังคงมีเป็นจำนวนมากและยังคงเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงที่มีราคาต่ำ ทำให้กลุ่มอาหารสัตว์ที่ราคาต่ำและราคาปานกลางมีการขยายตัวมากกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีราคาแพง อย่างไรก็ดี ตราสินค้าของบริษัทข้ามชาติ คาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง แต่ตราสินค้าท้องถิ่นได้ใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อแข่งขันและช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างเข้มข้น อย่างไรก็ดี บริษัทข้ามชาติได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการขายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความได้เปรียบด้านราคา ยังเป็นเครื่องมือทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพในตลาดฟิลิปปินส์

ตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงในฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเติบโตที่ดี เนื่องจากได้รับแรงหนุนจากการเอาใจใส่และดูแลสุขภาพของสัตว์เลี้ยงของเจ้าของเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งแนวโน้มกลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยงเหมือนลูก (Pet Humanization) ในฟิลิปปินส์ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงเป็นที่ต้องการมากขึ้น โดยพฤติกรรมของกลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยงเหมือนลูกที่มีฐานะร่ำรวยมักจะเต็มใจซื้อสินค้าประเภทที่ต้องใช้วิจารญาณก่อนตัดสินใจซื้อ (Discretionary Items) หรือสินค้าฟุ่มเฟือยให้กับสัตวเลี้ยง เช่น เตียง/ที่นอน เสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงาม

นอกจากนี้ พฤติกรรมของชาวฟิลิปปินส์ที่เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงมักดูแลและเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงเหมือนเป็นหนึ่งในสมาชิกของครอบครัว ทำให้การใช้จ่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงต่างๆ เพิ่มขึ้น ประกอบกับห้างสรรพค้า/ศูนย์การค้าในฟิลิปปินส์มีนโยบายอนุญาตให้เจ้าของสามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปในพื้นที่ได้เพิ่มมากขึ้น อาทิ ห้างสรรพสินค้าในเครือของ Araneta Center group ได้แก่ Gateway Mall, Ali Mall, Farmers Plaza จึงช่วยเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่นสายจูงสัตว์เลี้ยง หรือรถเข็นสำหรับสัตว์เลี้ยง อาจกระตุ้นให้เกิดการซื้ออุปกรณ์เสริมคุณภาพสูงสำหรับสัตว์เลี้ยง

ผลิตภัณฑ์และบริการของสัตว์เลี้ยงเริ่มมีความใกล้เคียงกับมนุษย์ยิ่งขึ้น

เนื่องจากชุมชนเมืองขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และจำนวนประชากรที่มีสถานภาพโสดเริ่มมีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตเมืองสัตว์เลี้ยงจึงกลายเป็นเพื่อนรู้ใจของคนจำนวนมาก ทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสัตว์เลี้ยงให้มีความใกล้เคียงกับมนุษย์มากขึ้น เช่น รสชาติอาหารสัตว์ที่มีความหลากหลาย รวมถึงสปาสัตว์เลี้ยง และธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะในเขตเมโทรมะนิลา สถานบริการสัตว์เลี้ยงดังกล่าวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และบางร้านยังมีภาพลักษณ์เป็นร้านสำหรับลูกค้าระดับพรีเมียมด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มใส่ใจต่อสัตว์เลี้ยงมากขึ้น

ช่องทางการกระจายสินค้าอาหารและสัตว์เลี้ยงในฟิลิปปินส์

เมื่อพิจารณาตลาดอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงในฟิลิปปินส์ พบว่า ซุปเปอร์มาร์เก็ตเป็นช่องทางการกระจายสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง (ร้อยละ 33) ร้านค้าปลีกแบบอื่นๆ (ร้อยละ 11) คลินิคสัตวแพทย์ (ร้อยละ 10) ไฮเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 6) ร้านจำหน่ายฮาร์ดแวร์ (ร้อยละ 2) และช่องทางออนไลน์ (ร้อยละ 2)

ทั้งนี้ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง (Pet Store) ยังคงเป็นช่องทางที่สำคัญช่องทางหนึ่ง สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์อาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงในฟิลิปปินส์ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกอย่างในร้านเดียว ผู้บริโภคยังสามารถทำการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้าได้ง่ายกว่าและสะดวกกว่า ทำให้ผู้บริโภคชอบไปซื้อสินค้าเหล่านี้ตามร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง

ช่องทางการเข้าสู่ตลาดฟิลิปปินส์

ผู้ส่งออกสามารถแต่งตั้งตัวแทนท้องถิ่น (Local representative) หรือหาผู้นำเข้า (Exclusive Importer) เพื่อเจาะตลาดเข้าสู่ฟิลิปปินส์ โดยผู้นำเข้าถือเป็นกุญแจสำคัญในการกระจายสินค้าต่อไปยังเมืองสำคัญของฟิลิปปินส์ ได้แก่ กรุงมะนิลา เมืองเซบู และเมืองดาเวา ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งระหว่างเกาะของฟิลิปปินส์ค่อนข้างมีค่าใช้จ่ายสูง จึงทำให้สินค้ามีราคาแพงกว่าที่จำหน่ายในกรุงมะนิลา

ผู้นำเข้าท้องถิ่นส่วนใหญ่จะมีตัวแทนจำหน่ายของตนเองหรือจะจำหน่ายต่อให้กับผู้จัดจำหน่ายอิสระ และส่งต่อไปยังซุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้า Pet Care Stores ต่อไป ทั้งนี้ ซุปเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งสามารถนำเข้าเองโดยตรง

สำหรับช่องทางการจำหน่ายผ่านซุปเปอร์มาร์เก็ต ส่วนใหญ่ผู้นำเข้าจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียม Slotting จำนวน 120 เหรียญสหรัฐฯ ต่อหน่วย SKU ในแต่ละสาขาและค่าส่งเสริมการตลาดตลอดทั้งปี ประมาณ 1,000 – 2,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี) ดังนั้น ผู้ส่งออกควรสนับสนุนหรือช่วยเหลือค่าใช้จ่ายดังกล่าวกับผู้นำเข้าเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดได้รวดเร็วขึ้น

ข้อกฎหมาย/ระเบียบการนำเข้าอาหารสัตว์ของฟิลิปปินส์

หน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแล: สำนักอุตสาหกรรมสัตว์ กระทรวงเกษตรฟิลิปปินส์ (Bureau of Animal Industry: BAI) จะกำหนดมาตรฐานในกระบวนการผลิต การนำเข้า และการติดฉลาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดจำหน่าย และการจำหน่ายอาหารสัตว์ อุปกรณ์สำหรับสัตว์ในประเทศฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ BAI ยังทำหน้าที่ในการป้องกัน ควบคุม และกำจัดโรคสัตว์ติดต่อ โดยการควบคุมการเคลื่อนย้ายสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ภายในประเทศด้วย

กฎหมาย/ระเบียบการนำเข้า: BAI กำหนดให้ผู้นำเข้าอาหารสัตว์ของฟิลิปปินส์ต้องจดทะเบียนกับ BAI ก่อนการนำเข้าโดยอาหารสัตว์ ส่วนผสมอาหารสัตว์และผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์ทุกชนิดที่นำเข้ามาในฟิลิปปินส์จะต้องแนบใบรับรองการส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์ที่ออกโดยหน่วยงานตรวจสอบสุขภาพสัตว์และพืชของประเทศผู้ส่งออก ทั้งนี้ ผู้นำเข้าจะต้องได้รับใบอนุญาตนำเข้าจาก BAI และส่งต่อไปยังผู้ส่งออกก่อนที่สินค้าจะถูกส่งออกจากประเทศต้นทาง

นอกจากหลักฐานดังกล่าว รัฐบาลฟิลิปปินส์ยังกำหนดให้ขอหนังสืออนุญาตสุขอนามัยสัตว์และพืช (SPS import clearance and permit) ด้วย สำหรับการนำเข้ายาและเวชภัณฑ์สัตว์เลี้ยงต้องปฏิบัติตามกฎของมาตรการสุขอนามัยสัตว์และพันธุ์พืช โดยต้องยื่นแบบฟอร์มขอนำเข้าสินค้าเกี่ยวกับกับสัตว์เลี้ยงกับ BAI การขนส่งสินค้าแต่ละครั้งจำเป็นต้องขออนุญาตทุกครั้ง (สามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม www.bai.da.gov.ph)

เอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นขอหนังสืออนุญาตออกสินค้าที่เกี่ยวกับสุขอนามัยสัตว์และพืช (SPS import clearance and permit) ตามแนบดังนี้

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

ทั้งนี้เจ้าหน้าที่จะพิจารณาให้ใบอนุญาตกับผู้ที่มีหลักฐานและทำตามข้อกำหนดครบถ้วนเท่านั้น โดยใบอนุญาตต้องมีสำเนาไว้ 4 ชุดให้แก่

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

ทั้งนี้ฉบับของคู่ค้านั้นเป็นหนังสือคนละฉบับกันกับที่ใช้ยื่นกับกรมศุลกากร ซึ่งใช้เฉพาะในการทำธุรกรรมการค้าหรือสัญญากับผู้ส่งออก สถาบันการเงิน และ/หรือบริษัทขนส่ง และต้องมีตราประทับว่า" "For business transaction only. NOT FOR CUSTOMS AND QUARANTINE CLEARANCE"

หลังจากดำเนินขั้นตอนจนได้เอกสารครบถ้วนจากทางไทยแล้ว ต้องส่งสำเนาให้แก่ BAI ของประเทศฟิลิปปินส์ภายใน 15 วัน มิฉะนั้นการอนุญาตการออกของจะถือเป็นโมฆะเอกสารดังกล่าว ได้แก่

1. ใบตราส่งสินค้า (Bill of lading)
2. ใบ invoice
3. ใบรับรองด้านสุขอนามัยสัตว์/พืช ที่เกี่ยวข้องจากประเทศที่ส่งออก

เมื่อสินค้ามาถึงต้องได้รับการตรวจสอบสินค้าและเอกสารจากเจ้าหน้าที่กักกัน โดยต้องยื่นเอกสารต้นฉบับต่อเจ้าหน้า โดยเจ้าหน้าที่กักกันจะออกเอกสารซึ่งต้องนำไปใช้ในการออกสินค้าต่อไป เอกสารที่จะต้องยื่นได้แก่

1. หนังสืออนุญาตออกสินค้าที่เกี่ยวกับสุขอนามัยสัตว์และพืช SPS import clearance and permit
2. ใบตราส่งสินค้า (Bill of lading)
3. ใบ invoice
4. ใบรับรองด้านสุขอนามัยสัตว์/พืชที่เกี่ยวข้องจากประเทศที่ส่งออก

อัตราภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม

สินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่นำเข้ามาในประเทศฟิลิปปินส์ โดยทั่วไปจะต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 5 ยกเว้นกลุ่มประเทศในอาเซียน ที่ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 และสำหรับภาษีมูลค่าเพิ่มนั้น เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าในท้องตลาด ก็ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 12

การวิเคราะห์ SWOT ของสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงของไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ประเทศไทยมีความเข้าใจและมีค่านิยมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากกว่าหลายประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถ	1. ต้นทุนแรงงานและสาธารณูปโภคสูง 2. การวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับสินค้าอาหารและ

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีในระดับสากล 2. การผลิตและคุณภาพของสินค้าไทยค่อนข้างมีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ โดยเฉพาะอาหารสัตว์เลี้ยงที่เป็น by product มาจากอาหารคน 3. ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ ติด 1 ใน 5 ของโลกใน สินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง สินค้ามีความน่าเชื่อถือ 4. วัตถุดิบหลายอย่างสามารถหาได้ภายในประเทศ เช่น ปลาป่น ข้าวโพด เป็นต้น	อุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงยังมีไม่มากนัก 3. หน่วยงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องยังไม่พร้อมมากนัก อาทิ การศึกษาหรือมาตรฐานสินค้าที่เกี่ยวข้อง

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าสัตว์เลี้ยงของไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาค ที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีกว่าร้อยละ 5 2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มเริ่มให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น 3. ช่องทางการกระจายสินค้าสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น	1. แม้ภาพรวมเศรษฐกิจฟิลิปปินส์จะดีขึ้น แต่ยังมีผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจำนวนมาก ทำให้คู่แข่งที่เน้นกลยุทธ์ราคาต่ำมีความได้เปรียบสูง 2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงให้สัตว์เลี้ยงรับประทาน อาหารเหลือจากโต๊ะอาหารอยู่

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรรักษาจุดแข็งในเรื่องมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของสินค้า นอกจากนี้ ควรเพิ่มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย
ราคา (Price)	หากต้องการเจาะตลาดผู้บริโภคทั่วไป ควรราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียม ราคาไม่ควรต่ำเกินไปเพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับอรรถประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทสัตว์เลี้ยง ได้แก่ ซุปเปอร์มาร์เก็ตและร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะโดยผู้นำเข้าจะเป็นผู้ติดต่อกับเครือข่ายห้างค้าปลีกและร้านค้าปลีก หรือผู้ส่งออกอาจติดต่อกับร้านจำหน่ายโดยตรง สำหรับช่องทางหาผู้นำเข้า สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องในฟิลิปปินส์หรืองาน Thailand Week ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดขึ้นทุกปี นอกจากนี้สามารถติดต่อกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรงในการจัดหาผู้นำเข้า และข้อแนะนำด้านตลาดอื่นๆ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง เน้นกลยุทธ์ผลัก คือ การให้สิทธิประโยชน์กับคลินิกสัตว์เลี้ยง ผู้ค้าปลีกหรือผู้กระจายสินค้าเป็นหลัก เช่น การให้ส่วนลดหรือให้ส่วนแบ่งในอัตราส่วนที่สูง นอกจากนี้อาจร่วมกับร้านจำหน่ายสินค้าอาหารและอุปกรณ์ดูแลสัตว์เลี้ยงจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดในช่วงเทศกาลต่างๆได้

4.7 ภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไป

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านในฟิลิปปินส์เป็นอุตสาหกรรมที่กระจาย เนื่องจากมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจำนวนมากทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยคู่แข่งจากต่างประเทศมีตั้งแต่เฟอร์นิเจอร์ราคาแพงจนถึงเฟอร์นิเจอร์ราคาถูก ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกเพื่อช่วงชิงความสามารถในการแข่งขันในตลาด

การเติบโตทางเศรษฐกิจในเชิงบวกของตลาดแรงงานในฟิลิปปินส์ทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีรายได้ที่ใช้จ่ายได้ (Disposal Incomes) สำหรับสินค้าที่มีราคาแพง (Big-Ticket Items) มากขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลหลายประการที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้ตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านได้รับอานิสงค์อย่างต่อเนื่องจากความต้องการที่จะจับจ่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในครัวเรือนของชาวฟิลิปปินส์เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ วิถีชีวิตของชาวฟิลิปปินส์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ยังทำให้ช่องทางการเลือกซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยมีการเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น โดยร้านเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เริ่มได้รับความ

นิยมมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์รู้สึกว่าร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าเป็นศูนย์บริการแบบครบวงจรที่สามารถมองหาสินค้าได้ครบทุกแบบ

โดยในช่วงที่ผ่านมา สินค้าของตกแต่งบ้านหลายหมวดหมู่มีการเติบโตที่ดีไม่ว่าจะเป็นโคมไฟ ที่นอน ฟูก และโซฟาปรับนอน (Sofa Beds) ที่มีมูลค่าขยายตัวอย่างรวดเร็ว และส่วนใหญ่ถูกขับเคลื่อนจากจำนวนเจ้าของบ้านใหม่ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยในฟิลิปปินส์พบว่าเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีการขยายตัวไปยังจังหวัดต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการสินค้าของตกแต่งบ้านมีการขยายฐานการผลิตไปยังพื้นที่อื่นๆ ทั่วประเทศเพื่อตอบสนองและรองรับกับความต้องการที่ขยายตัวขึ้นดังกล่าว ยกตัวอย่าง แบรนด์ Uratex ซึ่งเป็นแบรนด์ที่นอนชั้นนำของประเทศได้ตระหนักถึงความอิ่มตัวในตลาดพื้นที่เกาะลูซอนซึ่งเป็นที่ตั้งของกรุงมะนิลา จึงได้ขยายธุรกิจไปยังเกาะวิสายาส์และเกาะมินดาเนาที่มีความต้องการสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่มคนชนชั้นกลาง (Middle class) ที่เพิ่มขึ้นและมีความสามารถในการจับจ่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่และราคาแพงขึ้น

ในอนาคต คาดว่าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์จะสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากขึ้น รวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้บริโภคเริ่มใช้สินค้าที่มีราคาแพงมากขึ้นแต่อย่างไรก็ตาม ตราสินค้าใหม่ๆ ในตลาดทำให้ผู้ประกอบการในตลาดเริ่มใช้กลยุทธ์ราคาในการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งนับเป็นปัจจัยลบในตลาดเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์

สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคฟิลิปปินส์เริ่มทำงานจากบ้านมากขึ้น และเริ่มมีที่ทำงานในบ้านมากขึ้น

เนื่องจากฟิลิปปินส์เป็นแหล่งลงทุนของบริษัทที่ดำเนินอุตสาหกรรมด้าน BPO จำนวนมาก และหลายบริษัทมีนโยบายให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) ได้ ทำให้ชาวฟิลิปปินส์มีการทำงานจากบ้านเพิ่มจำนวนมากขึ้น จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจกับการตกแต่งบ้านมากขึ้น ทั้งการปรับแต่งภูมิทัศน์ภายในบ้าน รวมถึงการซื้ออุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ในบ้านใหม่

นอกจากนี้ หลังจากรัฐบาลฟิลิปปินส์ได้มีการบังคับใช้กฎหมาย The Republic Act 11165 หรือ Telecommuting Act เมื่อเดือนมกราคม 2562 ซึ่งกำหนดให้นายจ้างให้ทางเลือกกับพนักงานที่จะสามารถทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) หรือทำงานจากระยะไกลได้ และยิ่งประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2563 จนถึงปัจจุบัน ทำให้หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนของฟิลิปปินส์หันมาใช้นโยบายทำงานจากที่บ้านมากขึ้นด้วย ส่งผลให้ความต้องการสินค้า Home Office Furniture เติบโตอย่างรวดเร็ว จากแรงขับเคลื่อนแนวโน้มการทำงานจากที่บ้านที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว โดยชาวฟิลิปปินส์จำนวนมาก

ต่างหันมาใส่ใจกับการปรับปรุงดูแลที่อยู่อาศัยและมีการจัดระเบียบพื้นที่และมุมต่างๆ ภายในบ้านเพื่อให้เหมาะสมกับการทำงานมากขึ้น และทำให้ผู้เล่นหลายบริษัทหันมาทำการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

ตราสินค้าผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านที่มีราคาถูกมีจำนวนเพิ่มขึ้น

แม้ว่าตลาดผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านจะเป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคาไม่มากนักเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นๆ แต่ราคาก็ยังเป็นสิ่งจูงใจหลักของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้นำเข้าจึงนิยมเปิดตัวหรือนำสินค้าที่มีราคาถูกมาจำหน่ายในตลาด จากการที่ตราสินค้าต่างๆ เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าที่มีราคาถูกมากขึ้น ทำให้ตลาดเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้นโดยสินค้ากลุ่มที่มีราคาต่ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเติบโตของยอดขายสูง ทั้งนี้ คาดว่าความนิยมสินค้าที่มีราคาต่ำของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะยังคงมีอยู่ต่อไป แม้ว่าจะมีผู้บริโภคบางกลุ่ม เริ่มหันไปซื้อสินค้าราคาที่สูงกว่าเพื่อตอบสนองรสนิยมและมาตรฐานคุณภาพที่ตั้งไว้ก็ตาม

“โซเชียลมีเดีย” ช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างยอดขายให้กับสินค้าของตกแต่งบ้าน

การเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและการใช้งานออนไลน์ทำให้ผู้ประกอบการสินค้าของตกแต่งบ้านในฟิลิปปินส์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างหันมาปรับวิธีการทำการตลาด การโฆษณาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับแฟลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ทั้งนี้ ปัจจุบันช่องทางโซเชียลมีเดียถือเป็นแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพอย่างมากสำหรับสินค้าของตกแต่งบ้าน เนื่องจากผู้ประกอบการและผู้บริโภคสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ รวมถึงแรงบันดาลใจในการออกแบบ (Design inspiration) ผ่านรูปภาพและวิดีโอได้ง่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจและกระตุ้นยอดจำหน่ายผ่านการจัดกิจกรรมลดราคาและนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบเฉพาะเจาะจง รวมทั้งการให้ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งนับว่าเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ ในการช่วยโปรโมทแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

การเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น ทำให้ชาวฟิลิปปินส์สามารถเข้าถึงสินค้าราคาแพงได้มากขึ้น

นอกเหนือจากการเติบโตของสินค้าของตกแต่งบ้านจากปัจจัยเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและรายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้ของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นแล้ว พบว่ายอดจำหน่ายสินค้าของตกแต่งบ้านแต่ละประเภทปรับตัวดีขึ้นตามความสามารถของผู้บริโภคในการเข้าถึงสินเชื่อ (Credit) เพื่อซื้อสินค้าได้มากขึ้นโดยเฉพาะสินค้า Big-ticket items อาทิ เตียงนอน ที่นอน ชุดโต๊ะทานอาหาร และโซฟาปรับนอน โดยบริษัทผู้ให้บริการธุรกิจสินเชื่ออย่าง AEON Credit Service และ Home Credit เป็นหนึ่งในบริษัทที่ได้ปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้นและง่ายขึ้นโดยลูกค้าที่ไม่มีบัตรเครดิตก็สามารถซื้อ

สินค้าของตกแต่งบ้านได้และสามารถผ่อนชำระโดยไม่จำเป็นต้องชำระเต็มจำนวนในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ยกตัวอย่างบริษัท Home Credit จัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าสามารถซื้อเฟอร์นิเจอร์โดยวิธีการผ่อนชำระต่อเดือน โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำและมีการพิจารณาอนุมัติสินเชื่ออย่างรวดเร็ว โดยใช้เพียงแค่หลักฐานยืนยันตัวตน ทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ใช้ประโยชน์จากบริการในลักษณะดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ช่องทางจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน

ช่องทางค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าเป็นช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากฐานลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้ามักเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อสูงกว่าผู้ที่ไปซื้อสินค้าตามร้านค้าปลีกดั้งเดิมแบบเล็กๆ ทั้งนี้ คาดว่าในอนาคตจะมีการเปิดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทนี้มากขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้บริโภคทั้งในกรุงมะนิลาและต่างจังหวัดเริ่มเปลี่ยนแปลงไป และต้องการใช้เวลากับการเลือกซื้อสินค้าประเภทดังกล่าวน้อยลง อย่างไรก็ตาม สำหรับร้านค้าแบบดั้งเดิมยังสามารถเป็นช่องทางจำหน่ายให้กับกลุ่มครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลาง-ต่ำได้

ทั้งนี้ สินค้าเฟอร์นิเจอร์นำเข้าของฟิลิปปินส์พบว่าส่วนใหญ่นำเข้าจากจีนเป็นหลักมากกว่าร้อยละ 50 และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยังคงนิยมสินค้าที่มีราคาถูกจากจีน สำหรับการส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยมายังฟิลิปปินส์ พบว่าในปี 2564 มีมูลค่าอยู่ที่ 18.75 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 29.91 จากปี 2563 ที่มีมูลค่า 14.43 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

กฎระเบียบการนำเข้าสำหรับสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน

สำหรับการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในฟิลิปปินส์นั้น ไม่มีเอกสารการนำเข้าใดที่ต้องขอเป็นพิเศษ นอกเหนือจากเอกสารที่ต้องใช้ในการนำเข้าโดยทั่วไป ได้แก่

- 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 และเอกสารดราฟต์ของ D/A, D/P, OA

สำหรับอัตราภาษีนำเข้านั้น สินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านที่มาจากกลุ่มประเทศในอาเซียนไม่ต้องเสียภาษี นำเข้า ในขณะที่สินค้าที่มาจากภูมิภาคอื่นๆ อาจต้องเสียภาษีมากถึงร้อยละ 15 ทำให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทยมีความได้เปรียบด้านต้นทุนจากข้อตกลงด้านภาษีดังกล่าว

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. บุคลากรมีฝีมือ ความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ประณีต 2. ผู้ผลิตบางส่วนสามารถสร้างเอกลักษณ์และออกแบบลวดลายใหม่ได้ด้วยตนเอง 3. ตลาดภายในประเทศมีความซับซ้อน ทำให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาตนเองได้มาก	1. ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ ยังไม่มีตราสินค้าของตนเอง 2. กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังเสียเปรียบด้านต้นทุน เมื่อเทียบกับจีนหรือคู่แข่งที่ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ 3. ผู้ผลิตขาดความเข้าใจความต้องการลูกค้าต่างชาติ รวมถึงขาดความรู้ด้านการตลาด 4. อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านวัสดุศาสตร์และการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง

โอกาส (O)	ความเสี่ยง (T)
1. ความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้าของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านไทยและประเทศอื่นๆ ในอาเซียนเหลือร้อยละ 0 เมื่อเทียบกับสินค้านอกภูมิภาคที่หลายรายการยังต้องเสียภาษีร้อยละ 1-15 2. ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีรายได้สูงขึ้นจากเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้นและซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านมากขึ้น 3. ไม่มีนโยบายกีดกันการค้าสำหรับสินค้าเฟอร์นิเจอร์	1. สินค้าราคาถูกจากจีนที่เข้ามาตีตลาดฟิลิปปินส์อย่างต่อเนื่อง 2. ฟิลิปปินส์มีอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ที่มีความสามารถทางการแข่งขันอยู่แล้วอาจทำให้เฟอร์นิเจอร์ไทยแข่งขันได้ยาก 3. ผู้บริโภคฟิลิปปินส์จำนวนมากยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรรักษาจุดแข็งในเรื่องของการออกแบบและมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ ทั้งนี้ แนวโน้มผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จะเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองและมีวิถีชีวิตแบบ Urban lifestyle มากขึ้น รวมถึงมีการทำงานจากบ้านมากขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
	ทำให้การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ใช้สอย และการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม และหากเป็นกลุ่มสินค้าพรีเมียม ควรเลือกใช้วัสดุที่รักษาสิ่งแวดล้อมจะเป็นข้อได้เปรียบและเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าได้
ราคา (Price)	เนื่องจากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา ดังนั้น หากต้องการเจาะตลาดประชาชนทั่วไป ราคาควรอยู่ในระดับปานกลาง โดยเทียบเท่ากับตราสินค้าอื่นๆ ในตลาด หากต้องการเจาะตลาดระดับบนหรือพรีเมียมราคาไม่ควรตำเกินไปเพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า แต่ต้องเหมาะสมกับอรรถประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าที่นำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาด
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เป็นที่นิยมในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน ได้แก่ ร้านเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านโดยตรง โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า นับเป็นกระแสใหม่ของผู้บริโภคเนื่องจาก มีความสะดวกสบายและครบวงจร โดยร้านเหล่านี้ อาจนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศหรือผลิตเอง สำหรับแนวทางการหาผู้นำเข้านั้น สามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำคัญในฟิลิปปินส์ เช่น Philippines International Furniture Show หรือ Manila FAME นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อกับ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ได้โดยตรงในการจัดหาผู้นำเข้า และข้อแนะนำด้านตลาดอื่นๆ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ฟิลิปปินส์ เน้นกลยุทธ์ราคา และ การจัดรายการส่งเสริมทางการตลาดเป็นหลัก ทั้งนี้ในช่วงหลังผู้ประกอบการในตลาดเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการหลังการขายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

4.8 ภาวะตลาดสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไปและสภาพตลาด

ตลาดเครื่องจักรการเกษตรฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากความต้องการอาหารภายในประเทศที่สูงขึ้น โดยคาดว่าจะมีมูลค่าเติบโตกว่าร้อยละ 12.3 ต่อปี เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่

- ความต้องการอาหารที่เพิ่มขึ้น โดยเศรษฐกิจฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจำนวนชนชั้นกลางจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ภายในปี 2573 ทำให้ความต้องการอาหารที่มีคุณภาพสูงน่าจะ

เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรเพิ่มขึ้นและมีความต้องการพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตร จึงทำให้ตลาดเครื่องจักรการเกษตรเติบโตขึ้นด้วย

- นโยบายลดการพึ่งพาการนำเข้า ฟิลิปปินส์มีการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารค่อนข้างมาก โดยรัฐบาลมีความพยายามในการลดการนำเข้าและเพิ่มการส่งออก ซึ่งจะเป็นการลดการขาดดุลทางการค้า ซึ่งนโยบายดังกล่าว อาจทำให้เครื่องจักรการเกษตรเป็นที่ต้องการมากขึ้นในอนาคต

- การส่งเสริมการผลิตเครื่องจักรการเกษตรท้องถิ่น โดยฟิลิปปินส์มีกฎหมาย RA 10601 หรือ Agriculture and Fisheries Mechanization Law ซึ่งสนับสนุนการผลิตและประกอบชิ้นส่วนเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรในประเทศ ซึ่งน่าจะทำให้ตลาดเครื่องจักรการเกษตรเติบโตในอนาคต

ตลาดเครื่องจักรการเกษตรในฟิลิปปินส์เน้นการนำเข้าเป็นหลัก โดยแหล่งนำเข้าหลัก เช่น จีน ไทย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดีย เป็นต้น สำหรับตลาดเครื่องจักรในประเทศประกอบด้วย OEM จากต่างประเทศ ผู้กระจายสินค้าภายในประเทศ อย่างไรก็ดี OEM ในฟิลิปปินส์ยังมีจำนวนน้อย จำเป็นต้องนำเข้าชิ้นส่วนของเครื่องจักรการเกษตรและประกอบเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ

ตลาดเครื่องจักรการเกษตรฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง จากการเพิ่มขึ้นของการอุดหนุนจากรัฐบาลในการนำเครื่องจักรมาใช้ในการทำการเกษตร โครงการอบรมที่จัดโดยกระทรวงเกษตร การนำวิธี Smart farming มาใช้ การเพิ่มขึ้นของการรับรู้เกี่ยวกับเครื่องจักรการเกษตรและการใช้โดรน อย่างไรก็ดี ยังมีปัจจัยลบที่สำคัญ ได้แก่ การลงทุนครั้งแรกที่ใช้เงินทุนสูง ทักษะการใช้เทคโนโลยีที่ยังไม่เพียงพอและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายในประเทศ

การวิเคราะห์ตลาดเครื่องจักรการเกษตรของฟิลิปปินส์

(1) พิจารณาตามประเภทของผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาตามประเภทของเครื่องจักรการเกษตร พบว่า ในปี 2561 รถแทรกเตอร์มียอดขายในตลาดมากที่สุด เนื่องจากสามารถใช้ในการทำการเกษตรได้หลากหลาย ตั้งแต่การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก การปลูก การกำจัดวัชพืช การปกป้องพืช และการเก็บเกี่ยว รวมถึงกิจกรรมหลังการเก็บเกี่ยว โดยแทรกเตอร์ที่มีขนาดไม่เกิน 60 แรงม้ามียอดขายมากที่สุด เนื่องจากสามารถสนับสนุนกิจกรรมทางการเกษตรได้ โดยไม่ต้องลงทุนสูง ในขณะที่แทรกเตอร์ขนาด 61-130 แรงม้า มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 2 ใช้สำหรับการปลูกข้าวโพดเป็นหลัก สำหรับรถแทรกเตอร์ที่มีขนาดใหญ่กว่า 130 แรงม้ายังไม่มีการใช้มากนัก เนื่องจากต้องลงทุนสูง

นอกจากรถแทรกเตอร์แล้ว เกษตรกรฟิลิปปินส์ใช้เครื่องเก็บเกี่ยวนวด (Combine Harvesters) ซึ่งเป็นเครื่องจักรการเกษตรเอนกประสงค์ เป็นอันดับ 2 โดยใช้มากในกลุ่มผู้ปลูกข้าวและข้าวโพด เพราะสามารถรวมกระบวนการเก็บเกี่ยว การนวดข้าว การฝัดข้าว ให้เหลือเพียงกระบวนการเดียว ตามมาด้วยอุปกรณ์ไถพรวน เครื่องหว่านเมล็ด รถไถ คราด

ทั้งนี้ Japan International Cooperation Agency (JICA) ได้คาดการณ์ว่า ฟิลิปปินส์จะมีขนาดตลาดของเครื่องเก็บเกี่ยวนวดและรถแทรกเตอร์อยู่ที่ประเภทละ 71,257 เครื่อง มีมูลค่ารวม 1,425 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (สมมติฐานคือราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1 ล้านเปโซต่อเครื่อง) ในขณะที่ เครื่องปลูกข้าวอยู่ที่ 30,600 เครื่องและเครื่องสีข้าวขนาดใหญ่อยู่ที่ 2,276 เครื่อง

(2) พิจารณาตามการนำเข้าและการผลิตภายในประเทศ

เครื่องจักรการเกษตรในฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้า โดยแหล่งนำเข้าหลักได้แก่ จีน ไทย ญี่ปุ่น ตามลำดับ โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ต้องมีการนำเข้าคือ การขาดความเชี่ยวชาญในการผลิตเครื่องจักรที่มีความซับซ้อน รวมถึงการยอมรับเครื่องจักรการเกษตรที่ผลิตภายในประเทศยังมีจำกัด

แบรนด์ในตลาดเครื่องจักรการเกษตรของฟิลิปปินส์

ตลาดเครื่องจักรการเกษตรของฟิลิปปินส์ยังมีจำนวนแบรนด์ในตลาดค่อนข้างน้อย และมีส่วนแบ่งตลาดที่ค่อนข้างกระจุกตัว โดย Kubota มีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ตามมาด้วย Yanmar, Massey Ferguson, CNH (Case IH & New Holland), John Deere, McCormick, และอื่น ๆ โดยปัจจัยในการแข่งขันหลักได้แก่ ราคา ภาพลักษณ์ของแบรนด์ บริการหลังการขาย การกระจายสินค้าและเครือข่ายของตัวแทน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการตลาดและการส่งเสริมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

กฎระเบียบการนำเข้าเครื่องจักรการเกษตรในฟิลิปปินส์

ฟิลิปปินส์ไม่มีกฎระเบียบเฉพาะสำหรับการนำเข้าเครื่องจักรการเกษตรของฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์มีนโยบายสนับสนุนและอุดหนุนการใช้เครื่องจักรการเกษตรภายในประเทศ โดยมีกฎหมายส่งเสริมการปฏิรูปการเกษตรและการประมงให้ทันสมัย คือกฎหมาย Agriculture and Fishery Mechanization (AFMech Law of 2013) ซึ่งจะส่งเสริมให้มีการใช้เครื่องจักรการเกษตรอย่างยั่งยืนและปฏิรูปการเกษตรให้ทันสมัย

สำหรับการนำเข้าเครื่องจักรการเกษตรจากประเทศในสมาชิกอาเซียน จะมีอัตราภาษีศุลกากรอยู่ที่ร้อยละ 0 ทั้งนี้ หากไม่ได้เป็นประเทศนอกสมาชิกอาเซียน แต่เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่เขตส่งเสริมการลงทุนของ BOI ฟิลิปปินส์ จะได้สิทธิประโยชน์ในการนำเข้า โดยอัตราภาษีการนำเข้าจะเป็นร้อยละ 0 เช่นกัน แต่อัตราภาษี MFN ทั่วไปจะอยู่ที่ร้อยละ 1-15 ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและความเสี่ยง (SWOT) และกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักรการเกษตรไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. เครื่องจักรการเกษตรของไทยได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ เป็นที่นิยม และมีตราสินค้าเป็นที่รู้จักของประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งมีราคาสมเหตุสมผล 2. มีกำลังการผลิตเครื่องจักรการเกษตรสูงและเป็นฐานการผลิตของตราสินค้าชื่อดัง 3. มีนโยบายสนับสนุนและขยายฐานการผลิตเครื่องจักรการเกษตร	1. มีการนำเข้าชิ้นส่วนจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง 2. เครื่องจักรกลการเกษตรไทยยังขาดแคลนเทคโนโลยีระดับ High-End Technology 3. การพัฒนา ออกแบบและการใช้นวัตกรรมยังมีไม่มากเท่าที่ควร 4. ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรเพื่อประกอบใช้เฉพาะมากกว่าการรับช่วงการผลิต

โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
- แนวโน้มความต้องการเครื่องจักรทางการเกษตรของฟิลิปปินส์เพิ่มมากขึ้นทุกปี และบางรายการเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าในช่วง 5 ปี - เครื่องจักรทางการเกษตรประเภทรถแทรกเตอร์ รวมถึงสินค้าอื่นๆ ได้รับความนิยมในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้น - ลักษณะการใช้เครื่องจักรทางการเกษตรของไทยและฟิลิปปินส์ค่อนข้างใกล้เคียงกัน - อัตราภาษีศุลกากรร้อยละ 0 เนื่องจากเป็นประเทศในกลุ่มอาเซียน - รัฐบาลฟิลิปปินส์สนับสนุนการใช้เครื่องจักรการเกษตรในการทำเกษตรกรรมมากขึ้น	- ต้นทุนการขนส่งทางโลจิสติกส์ไปฟิลิปปินส์ค่อนข้างสูง - การแข่งขันทางด้านคุณภาพและราคาจากเครื่องจักรทางเกษตรจากประเภทคู่แข่งสำคัญ เช่น จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เป็นต้น - ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ไม่มีทุนทรัพย์ในการซื้อเครื่องจักรการเกษตร

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4 P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผู้ประกอบการไทยควรพัฒนา ออกแบบและสร้างสรรค์นวัตกรรมเครื่องจักรทางการเกษตรให้ทันสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต้องการของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ และควรศึกษาถึงความต้องการของเกษตรกรฟิลิปปินส์เชิงลึกว่าต้องการเครื่องจักรประเภทและรูปแบบไหนที่เหมาะกับเกษตรกรฟิลิปปินส์ ซึ่งส่วนใหญ่มีฐานะระดับปานกลาง-ต่ำ โดยเฉพาะรถแทรกเตอร์ซึ่งเป็นเครื่องจักรทางการเกษตรที่ฟิลิปปินส์นำเข้าจากไทยมากที่สุด นอกจากนี้ ควรศึกษาพฤติกรรมการทำเกษตรกรรมของชาวฟิลิปปินส์ เพื่อคิดค้นนวัตกรรมทางเครื่องจักรใหม่ๆ ที่เหมาะสม ทั้งนี้ กระบวนการทำการเกษตรของฟิลิปปินส์ มีความคล้ายคลึงกับการทำการเกษตรของไทย
ราคา (Price)	เกษตรกรส่วนใหญ่ในฟิลิปปินส์เป็นกลุ่มเกษตรกรรายย่อย ซึ่งมีเงินทุนไม่เพียงพอต่อการลงทุนกับเครื่องจักรการเกษตร ดังนั้น ราคาของเครื่องจักรการเกษตรไม่ควรอยู่ในระดับสูงมากนัก สำหรับเครื่องจักรการเกษตรสำหรับการเพาะปลูกขนาดกลาง-ใหญ่ ราคาควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องจักร และทำให้ผลิตภาพของการผลิตสินค้าทางการเกษตรสูงขึ้น
การจัดจำหน่าย (Place)	ช่องทางที่เหมาะสมในการจัดจำหน่ายเครื่องจักรการเกษตรคือการจัดจำหน่ายให้กับผู้นำเข้าโดยตรง สำหรับช่องทางการหาผู้นำเข้าสามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การเจรจาติดต่อกับผู้นำเข้าโดยตรงซึ่งสามารถติดต่อสอบถามรายชื่อและรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา เพื่อขอคำปรึกษาต่างๆ ในการแนะนำหรือจัดหาผู้นำเข้า รวมทั้งข้อแนะนำในการเจาะตลาดหรือการจัดตั้งธุรกิจในฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ ควรหาคู่ค้าที่มีเครือข่ายกว้างขวางเพื่อช่วยให้การกระจายสินค้าเข้าถึงลูกค้าหรือร้านค้าปลีกเครื่องจักรการเกษตรที่ตั้งอยู่ในจังหวัดต่างๆ ด้วย เนื่องจากเกษตรกรท้องถิ่นมักซื้อเครื่องจักรการเกษตรจากร้านค้าที่เป็นที่รู้จักในแต่ละจังหวัด
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาด สามารถทำได้หลากหลายช่องทาง เช่น การส่งเสริมผ่านผู้กระจายสินค้าและร้านขายปลีกในจังหวัดต่าง ๆ ที่มีการจำหน่ายสินค้าเครื่องจักรการเกษตรให้กับเกษตรกร หรือการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐของฟิลิปปินส์ในการวิจัยและพัฒนาการ

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์
	เกษตร ซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเครื่องจักรการเกษตรไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

4.9 ภาวะตลาดสินค้าพลาสติกในฟิลิปปินส์

ข้อมูลทั่วไปและสภาพตลาด

อุตสาหกรรมพลาสติกของฟิลิปปินส์แบ่งได้ตามขั้นตอนการผลิตออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) และ อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) ทั้งนี้ บริษัทผู้ผลิตพลาสติกหลักส่วนใหญ่ในประเทศฟิลิปปินส์ จะตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเมโทรมะนิลา (Metro Manila) โดยเฉพาะในพื้นที่ CAMANAVA (Caloocan, Malabon, Navotas, Valenzuela) รวมถึง พื้นที่ในภูมิภาคอื่นๆ ของฟิลิปปินส์ซึ่งเป็นเมืองรองทางเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ เช่น เมือง Cebu ในหมู่เกาะ Visayas และเมือง Davao ในหมู่เกาะ Mindanao โดยในประเทศฟิลิปปินส์จะมีสมาคมที่เกี่ยวกับข้องกับอุตสาหกรรมพลาสติกหลักคือ The Plastics Industry Philippine Plastics Industry Association, Inc. (PPIA)

ฟิลิปปินส์มีการผลิตเม็ดพลาสติกประเภท PE,PP,PS และ PVC รวมกันปีละประมาณ 528,000 ตัน ในขณะที่มีความต้องการใช้พลาสติกอยู่ที่ 2,150,000 ตัน ทำให้ฟิลิปปินส์จำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าค่อนข้างมาก โดยอุตสาหกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตพลาสติกในประเทศ คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เช่น Toyota, Isuzu และ Mitsubishi ในขณะที่กลุ่ม SME ใช้พลาสติกเพื่อผลิตถุงพลาสติก เสื้อผ้า เครื่องใช้ในบ้าน และพลาสติกในอุตสาหกรรมการก่อสร้าง ทั้งนี้ ในปี 2562 ฟิลิปปินส์มีการนำเข้าพลาสติกทั้งวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์พลาสติก และบรรจุภัณฑ์พลาสติกกว่า 1.881 ล้านตัน โดยวัตถุดิบที่นำเข้าส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของเม็ดพลาสติก พลาสติกชิ้นเล็กๆ (Flake) พลาสติกแผ่น (Sheet) ชิ้นส่วนขึ้นรูป (Moulded plastic parts) ซึ่งใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงการนำเข้าบรรจุภัณฑ์พลาสติก ได้แก่ ขวดพลาสติก แผ่นห่อพลาสติก และแพ็คเกจพลาสติก เป็นต้น ในขณะที่มีการส่งออกผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์พลาสติกไปต่างประเทศปริมาณ 442,000 ตัน

การเติบโตของตลาดพลาสติกของฟิลิปปินส์

ในช่วงปี 2563 – 2569 คาดว่า ตลาดพลาสติกของฟิลิปปินส์จะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 5 ต่อปี อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2563 ทำให้กิจกรรมในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมก่อสร้าง หรืออุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต้องหยุดดำเนินการชั่วคราว แต่พบว่า อุตสาหกรรมต่อเนื่องบางส่วนได้รับอานิสงค์และมีการเติบโตอย่างมาก

โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ หลังธุรกิจ E-commerce และ smart packaging ในอุตสาหกรรมอาหารและสุขภาพมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ทั้งนี้ ในระยะกลาง คาดการณ์ว่าความต้องการในอุตสาหกรรมต่างๆ จะเป็นตัวผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมพลาสติกของฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสุขภาพที่มีการใช้พลาสติกจำนวนมาก เนื่องจากพลาสติกมีคุณสมบัติที่ดีกว่าแก้วในการลดความเสี่ยงและรักษาสุขอนามัย จึงมีการนำไปใช้ในอุตสาหกรรมสุขภาพ เช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับ IV tubes เข็มฉีดยา และ IV bags เป็นต้น นอกจากนี้ นวัตกรรมของอุตสาหกรรมพลาสติก โดยเฉพาะการใช้พลาสติกที่ย่อยสลายได้ ช่วยสร้างโอกาสในการเติบโตของตลาด

พฤติกรรมผู้บริโภคและภาคเอกชนในการใช้พลาสติกในฟิลิปปินส์

การใช้พลาสติกต่อคนของฟิลิปปินส์อยู่ที่ประมาณ 20 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ทั้งนี้ ประมาณร้อยละ 40-50 ของพลาสติกถูกใช้สำหรับการทำบรรจุภัณฑ์ และประมาณร้อยละ 16 ยังมีการเก็บและใช้ในครัวเรือน เช่น เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ถังน้ำ ท่อ เป็นต้น ในส่วนของพลาสติกในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์พลาสติกคาดว่า มีขยะประมาณ 137,000 ตัน ซึ่งจะถูกนำไปรีไซเคิลโดยเฉลี่ย

ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์ได้ชื่อว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่ประสบกับปัญหาภาวะมลพิษจากพลาสติกที่เลวร้ายของโลก โดยข้อมูลของ Global Alliance for Incinerator Alternatives ที่เผยแพร่ในปี 2562 ระบุว่า ในแต่ละปี ชาวฟิลิปปินส์แต่ละคนมีการใช้ซอง Sachet จำนวน 591 ถุง shopping bags จำนวน 174 ต่อวัน ถุง Plastic lobo bags จำนวน 163 ถุง ทำให้ในแต่ละปี จะมีการใช้ถุง Shopping bags เกือบ 57 ล้านใบ และถุง Plastic labo 45.2 ล้านใบ นอกจากนี้ ยังมีการใช้ผ้าอ้อมอีกกว่า 3 ล้านชิ้นต่อวัน

ผลจากการใช้พลาสติกจำนวนมากดังกล่าวได้ก่อให้เกิดปัญหาขยะพลาสติกที่น่าเป็นห่วงในฟิลิปปินส์ทำให้ชาวฟิลิปปินส์เริ่มมีกระแสตื่นตัวเกี่ยวกับปัญหาดังกล่าว โดยผลสำรวจของ Social Weather Stations (SWS) ในปี 2562 ซึ่งได้ทำการสำรวจชาวฟิลิปปินส์จำนวน 1,800 คน เกี่ยวกับปัญหาขยะพลาสติก พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- ชาวฟิลิปปินส์ 7 ใน 10 คน ต้องการให้มีการห้ามใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง
- ชาวฟิลิปปินส์ร้อยละ 68 ระบุว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าจะพิจารณาบรรจุภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนมากขึ้นสำหรับกลุ่มสินค้าเครื่องปรุงรส เช่น น้ำมัน ซอสถั่วเหลืองและน้ำส้มสายชู ในขณะที่ร้อยละ 42 ยินดีที่จะซื้อแชมพู ครีมนวดผม น้ำยาล้างจาน ผงซักฟอกเหลว น้ำยาซักผ้า ที่ใช้บรรจุภัฑณ์แบบรีไซเคิลหรือรีฟิล

นอกจากนี้ ร้อยละ 27 และร้อยละ 29 จะพิจารณาซื้อเครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ซักผ้าในบรรจุภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนกว่าบรรจุภัณฑ์ชนิดซองพลาสติก

ผลการสำรวจยังแสดงให้เห็นว่าชาวฟิลิปปินส์ร้อยละ 41 เห็นว่าบริษัท/ผู้ผลิตสินค้าควรใช้หรือคิดค้นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทดแทนพลาสติก และ ร้อยละ 23 เห็นว่าบริษัทต่างๆ ควรซื้อหรือรวบรวมพลาสติกแล้วนำมารีไซเคิล ในขณะที่ ร้อยละ 14 ระบุว่าบริษัท/ผู้ประกอบการควรหยุดหรือห้ามจำหน่ายและผลิตสินค้าพลาสติก

กฎระเบียบและภาษีนำเข้าพลาสติกของฟิลิปปินส์

สำหรับสินค้าพลาสติกทั่วไป ผู้นำเข้าไม่จำเป็นต้องใช้เอกสารหรือขอใบอนุญาตใดเพิ่มเติมเพื่อนำเข้าสินค้าพลาสติกมายังฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม มีสินค้าผลิตภัณฑ์พลาสติกบางประเภทที่จำเป็นต้องขอใบอนุญาตหรือผ่านมาตรฐานเครื่องหมาย Philippine Standard (PS) Quality and/or Safety Certification Mark หรือ Import Commodity Clearance (ICC) ของหน่วยงานสำนักมาตรฐานฟิลิปปินส์ (Bureau of Philippine Standards) กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมก่อน

โดยสินค้าที่อยู่ในรายการผลิตภัณฑ์ที่ต้องผ่านมาตรฐานและมีเครื่องหมายดังกล่าวบนผลิตภัณฑ์เมื่อมีการจำหน่ายในฟิลิปปินส์ เช่น

- เทปสำหรับอุปกรณ์ไฟฟ้า (PVC electrical tapes)
- สายไฟ สายเคเบิ้ล (PVC insulated flexible cords)
- ท่อน้ำที่ทำจาก PB (Pipes (PB) for potable water supply)
- ท่อน้ำที่ทำจาก PE (Pipes (PE) for potable water supply)
- ท่อน้ำที่ทำจาก uPVC (Pipes (uPVC) for potable water supply)
- ท่อร้อยสายไฟที่ทำจาก uPVC (uPVC rigid electrical conduit)
- ท่อน้ำทิ้งและท่อระบายที่ทำจาก PVC-U (Pipes (PVC-U) for drain waste & vent)
- เก้าอี้พลาสติก (Monobloc chairs/stools)

ทั้งนี้ สามารถตรวจสอบรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องขอเครื่องหมายหรือผ่านมาตรฐานก่อนเข้าสู่ตลาดฟิลิปปินส์ได้ที่ http://www.bps.dti.gov.ph/index.php/product-certification/list-of-products-under-mandatory-certification

สำหรับการขอเครื่องหมาย ICC นั้น เป็นไปตาม Department Administrative Order (DAO) No. 5:2008 ของกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม โดยผู้นำเข้าจะต้องขอใบอนุญาต ICC เพื่อใช้

สติกเกอร์ ICC บนผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าในทุกๆ shipment เพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นไปตามมาตรฐานของ Philippine National Standard โดยสำนักมาตรฐานฟิลิปปินส์ สามารถสุ่มตรวจและตรวจสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้ ทั้งนี้ การขอเครื่องหมาย ICC ผู้นำเข้ามีทางเลือกในการดำเนินการ ดังนี้

1. ขอใช้เครื่องหมาย ICC โดยมี ISO 9001:2000 แต่ไม่มีรายงานการทดสอบผลิตภัณฑ์ (มีกระบวนการตรวจสอบเพิ่มเติม)

2. ขอใช้เครื่องหมาย ICC โดยมี ISO 9001:2000 และมีรายงานการทดสอบผลิตภัณฑ์จากห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองจาก Bureau of Philippine Standards

3. ขอใช้เครื่องหมาย ICC โดยไม่มี ISO 9001:2000 และไม่มีรายงานการทดสอบผลิตภัณฑ์ (มีกระบวนการตรวจสอบเพิ่มเติม)

4. ขอใช้เครื่องหมาย ICC จากผู้ผลิตต่างประเทศที่มี Philippine Standard (PS) อยู่แล้ว (ไม่ต้องขอ ICC แต่ขอ Certificate of Exemption)

ทั้งนี้ การขอเครื่องหมาย ICC ต้องใช้เอกสารได้แก่

1. Packing List
2. Import Entry (ยังไม่จำเป็นต้องยื่นตอนขอเครื่องหมาย แต่ต้องใช้ในการรับ ICC Certificate)
3. Commercial Invoice
4. Bill of Lading/Airway Bill
5. เลขที่ Batch
6. เอกสารการจดทะเบียนธุรกิจหรือ Certificate of Incorporation
7. Special Power of Attorney หรือ Board/Partner’s Resolution
8. เงินค้ำประกัน (Surety bond)
9. BIR Importers Clearance Certificate
10. หลักฐานการเรียกเก็บเงินจากโกดัง (Proof billing)
11. ใบรับรอง ISO 9001 ของผู้ผลิต
12. รายงานการทดสอบ
13. เอกสารอื่น ๆ (สำหรับบางผลิตภัณฑ์)

หมายเหตุ ตัวสำเนาของเอกสาร ต้องมีการลงนามและรับรองสำเนาถูกต้องด้วย

สำหรับการนำเข้าสินค้าขยะหรือเศษพลาสติก จะต้องขออนุญาตจากกระทรวงสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (DENR) ตามหลักเกณฑ์ของระเบียบ Revised Procedures and Standards for the Management of Hazardous Waste และต้องได้รับใบอนุญาต Pre-Shipment Importation Clearance (PSI) ก่อนจะนำเข้าขยะพลาสติกเข้ามาในฟิลิปปินส์

อัตราภาษีนำเข้า

สินค้าพลาสติกโดยทั่วไป ภายใต้พิกัดศุลากร HS Code 39 ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 1 - 15 ตามเงื่อนไข MFN ในขณะที่สินค้าที่มีถิ่นกำเนิดในอาเซียนเสียภาษีในอัตราร้อยละ 0 ตามความตกลง ATIGA

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของสินค้าพลาสติกไทยในฟิลิปปินส์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. ตลาดพลาสติกไทยเป็นตลาดที่ใหญ่และซับซ้อน เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตที่สำคัญของภูมิภาค ทั้งอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้อุตสาหกรรมพลาสติกไทยมีการปรับตัวและพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมกลุ่มนี้อยู่เสมอ 2. ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมปิโตรเลียม ซึ่งเป็นผู้ผลิตเม็ดพลาสติกที่แข็งแกร่ง 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์พลาสติกไทยเป็นที่ยอมรับในระดับภูมิภาค 4. ประเทศไทยเริ่มมีการวางรากฐานสำหรับอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพบ้างแล้ว	1. ประเทศไทยยังมีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงค่อนข้างน้อย และเป็นการผลิตในรูปแบบ OEM เป็นหลัก ทำให้การส่งออกพลาสติกส่วนใหญ่ ไม่ใช่การส่งออกที่มีมูลค่าสูง 2. ขาดแคลนแรงงานทักษะในอุตสาหกรรม 3. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจ SME ซึ่งมีต้นทุนและเทคโนโลยีที่ค่อนข้างน้อยกว่าบริษัทใหญ่ อย่างไรก็ดี สินค้าพลาสติกที่ส่งมาฟิลิปปินส์จำนวนมาก ยังคงเป็นสินค้าจากบริษัทใหญ่ของไทย หรือบริษัทข้ามชาติ

โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
1. อุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรมเริ่มมีการขยายตัวและมีความต้องการใช้พลาสติก เช่น การขนส่งรูปแบบเดลิเวอรี่ อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมก่อสร้าง 2. ฟิลิปปินส์ยังไม่สามารถผลิตเม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกได้เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ 3. ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ค่อนข้างเข้มแข็งและมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง	1. การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง และส่งผลกระทบต่อความต้องการของผลิตภัณฑ์พลาสติก 2. ความพยายามในการลดการใช้พลาสติกของภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศฟิลิปปินส์ เช่น การห้ามใช้ถุงพลาสติก การจัดแคมเปญการตลาดของบริษัทต่าง ๆ 3. คู่แข่งที่มีศักยภาพจากประเทศอื่นๆ เช่น จีน มาเลเซีย เป็นต้น

กลยุทธ์ของส่วนประสมทางการตลาด (4 P) ที่ผู้ประกอบการไทยควรใช้ในตลาดฟิลิปปินส์

ส่วนประสมทางการตลาด	รายละเอียด
ผลิตภัณฑ์ (Product)	- เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง มีนวัตกรรมใหม่ ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะสินค้าบางประเภทที่ต้องขอใบอนุญาตก่อนเข้ามาจำหน่ายในตลาดฟิลิปปินส์ - มองหาช่องทางเปิดตลาดของพลาสติกที่ย่อยสลายได้ หรือพลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจเป็นแนวโน้มของตลาดในอนาคต - ผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค - สำหรับสินค้าที่มีเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้บริโภค (ไม่ใช่กลุ่มอุตสาหกรรม) ต้องมีความสร้างสรรค์ มีสีสันที่ดึงดูดสำหรับผู้บริโภค และสามารถใช้งานได้ง่าย
ราคา (Price)	- ในการตั้งราคาควรสืบค้นราคาของคู่แข่งและราคาของตลาดโลกก่อน - หากเป็นสินค้าที่มีดีไซน์และความคิดสร้างสรรค์หรือมีจุดขาย เช่น เครื่องใช้ในบ้านที่ทำจากพลาสติกที่รักษาสิ่งแวดล้อม อาจสามารถเพิ่มราคาได้
ช่องทางการกระจายสินค้า (Place)	- สำหรับสินค้าอุตสาหกรรม สามารถจำหน่ายได้ในบริษัทผู้ผลิตสินค้าที่ทำจากพลาสติกต่าง ๆ เช่น ชิ้นส่วนยานยนต์ วัสดุก่อสร้าง อาหาร เป็นต้น - สำหรับสินค้าสำหรับผู้บริโภค เช่น เครื่องใช้ในบ้าน ของแต่งบ้าน สามารถกระจายสินค้าผ่านช่องทาง e-commerce เช่น Lazada, Shopee หรือผ่านห้างค้าปลีก เช่น SM
การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	- สำหรับสินค้าอุตสาหกรรม การส่งเสริมการตลาดอาจทำได้โดยการร่วมงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เพื่อพบกับลูกค้าศักยภาพ พร้อมสร้างเครือข่ายในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นลูกค้าของบริษัทในอนาคต นอกจากนี้อาจต้องมีการเยี่ยมลูกค้าหรือพูดคุยกับลูกค้าเพื่อรับทราบถึงความต้องการเป็นครั้งคราว รวมถึงอาจสามารถสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น - สำหรับสินค้าสำหรับผู้บริโภค อาจต้องใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เช่น การทำแคมเปญใน online marketplace เช่น Shopee, Lazada การใช้ Influencer ในโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook ซึ่งจะเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภครู้จักและใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ ยังสามารถใช้กลยุทธ์การให้ Incentive กับสมาชิกในช่องทางการตลาด เช่น ร้านค้าปลีก หรือผู้นำเข้าได้ด้วย

5

การลงทุน

5.1 การลงทุนจากต่างประเทศของฟิลิปปินส์

ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 ฟิลิปปินส์มีการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Investment: FI) มูลค่ารวม 4.623 หมื่นล้านเปโซ เพิ่มขึ้นร้อยละ 105.47 จากช่วงเดียวกันในปี 2564 ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนอยู่ที่ 2.250 หมื่นล้านเปโซ โดยเป็นการลงทุนผ่านหน่วยงานส่งเสริมการลงทุน 5 หน่วยงาน ได้แก่ Board of Investments (BOI) BOI-Bangsamoro Autonomous Region in Muslim Mindanao (BOI-BARMM) Clark Development Corporation (CDC) Philippine Economic Zone Authority (PEZA) Subic Bay Metropolitan Authority (SBMA)

ตารางการลงทุนจากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2565

อันดับ	ประเทศ	ไตรมาส 2 / 2565
1	เนเธอร์แลนด์	19,037.2
2	สิงคโปร์	15,886.9
3	ญี่ปุ่น	6,507.5
4	เกาหลีใต้	870.6
5	สหรัฐอเมริกา	845.8
6	สหราชอาณาจักร	801.0
7	จีน	410.5
8	หมู่เกาะบริติชเวอร์จิน	332.7
9	ออสเตรเลีย	285.6
10	หมู่เกาะเคย์แมน	223.5
	อื่นๆ	651.2
	การลงทุนจากต่างประเทศรวม	**46,230.7**

อุตสาหกรรมที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์มากที่สุด คือ อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ รองลงมาได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมการผลิต กิจกรรมด้านการบริการและสนับสนุน เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง ไฟฟ้า แก๊ส ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ และอุสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น

ตัวอย่างของบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์และประเภทของอุตสาหกรรมที่มาลงทุน

บริษัท	อุตสาหกรรม
ON Semicon	อิเล็กทรอนิกส์
Shell Petroleum Corporation	น้ำมันและปิโตรเลียม

บริษัท	อุตสาหกรรม
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 และประเภทของอุตสาหกรรมที่มาลงทุน

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

5.2 กฎระเบียบด้านการลงทุนในประเทศ

พระราชบัญญัติการลงทุนจากต่างประเทศฉบับแก้ไข (The Amended Foreign Investment Act) หรือ Republic Act No. 11647 ซึ่งปรับแก้ไขจากพระราชบัญญัติว่าด้วยการลงทุนของชาวต่างชาติปี 2534 (Foreign Investments Act of 1991) ได้บัญญัติเกี่ยวกับ เรื่องการเข้ามาของการลงทุนต่างชาติและการประกอบธุรกิจในประเทศฟิลิปปินส์ รวมถึงข้อจำกัดและข้อห้ามการประกอบธุรกิจบางประเภทของนักลงทุนต่างชาติ (Foreign Investment Negative List) โดยภายใต้พระราชบัญญัติที่แก้ไขเพิ่มเติม ระบุให้นักลงทุนต่างชาติสามารถได้รับอนุญาตให้เป็นเจ้าของกิจการได้ถึงร้อยละ 100 สำหรับธุรกิจบางประเภท

โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

- การมีส่วนร่วมของผู้ที่มิใช่ชาวฟิลิปปินส์ในวิสาหกิจนั้นเป็นสิ่งต้องห้ามหรือมีการจำกัดการถือครองโดยกฎหมายที่มีอยู่และ/หรือภายใต้บทบัญญัติของพระราชบัญญัติดังกล่าว

- หากเป็นการลงทุนในธุรกิจการค้าภายในประเทศต้องมีเงินทุนชำระแล้วอย่างน้อย 200,000 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่การลงทุนในธุรกิจการส่งออกไม่มีเงื่อนไขขั้นต่ำ อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขเงินทุนขั้นต่ำอาจลดลงเหลือ 100,000 เหรียญสหรัฐฯ หากเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีชั้นสูงซึ่งกำหนดและรับรองโดย กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Department of Science and Technology) หรือมีการจ้างแรงงานอย่างน้อย 15 คนขึ้นไป ซึ่งรับรองโดยสำนักงานท้องถิ่นของกระทรวงแรงงานและการจ้างงาน (Department of Labor and Employment)

- การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการสาธารณะผู้ที่มิใช่ชาวฟิลิปปินส์สามารถเป็นเจ้าของกิจการได้ถึงร้อยละ 100 ยกเว้นกิจการด้านสาธารณูปโภคของประเทศ ได้แก่ การจำหน่ายและส่งไฟฟ้า ระบบจำหน่ายน้ำ ระบบท่อส่งปิโตรเลียม ระบบท่อน้ำเสีย และท่อน้ำทิ้ง ท่าเรือ ระบบขนส่งสาธารณะ และกิจการที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ โดยกำหนดห้ามชาวต่างชาติถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 50 ของทุนของบริษัทที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการจัดการโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เว้นแต่ว่าประเทศดังกล่าวจะมีการตอบแทนซึ่งกันและกันกับชาวฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ ความหมายของคำว่า “คนชาติฟิลิปปินส์” (Philippine National) ในกรณีนิติบุคคล คือ นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งมีคนสัญชาติฟิลิปปินส์ถือหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 60

นอกจากนี้ การแก้ไขพระราชบัญญัติการลงทุนจากต่างประเทศดังกล่าว ยังทำให้เกิดคณกรรมการประสานงานส่งเสริมการลงทุนระหว่างหน่วยงาน (The Inter-Agency Investment Promotion Coordination Committee) ซึ่งจะมีกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักหรือผู้นำในการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศให้มากขึ้น

กิจกรรมที่มีเงื่อนไขในการลงทุนสำหรับชาวต่างชาติ (Foreign Investments Negative List-FINL)

List A : กิจการที่มีข้อจำกัดการลงทุนของต่างชาติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

กิจการที่ห้ามต่างชาติลงทุน	1. สื่อทุกประเภท ยกเว้นการบันทึก และธุรกิจด้านอินเตอร์เน็ต 2. วิชาชีพดังต่อไปนี้ เช่น : นักบัญชี วิศวกรการบิน เกษตรกร สภาปนิก ทันตแพทย์ วิศกรไฟฟ้า พยาบาล เภสัชกร นักรังสีวิทยาและเทคโนโลยี X-ray นักอาชญาวิทยา นักป่าไม้ เป็นต้น

	3. กิจการค้าปลีกที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วต่ำกว่า 2.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ 4. สหกรณ์ 5. กิจการด้านนักสืบเอกชน และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 6. การทำเหมืองแร่ขนาดเล็ก 7. กิจการที่ใช้ทรัพยากรในไหล่ทวีปทะเลอาณาเขต และเขตเศรษฐกิจจำเพาะรวมถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในแม่น้ำ อ่าว หรือแหลม 8. ธุรกิจบ่อนไก่ (Management of Cockpit) 9. การผลิต ซ่อมแซม สะสมและกระจายอาวุธนิวเคลียร์ 10. การผลิต ซ่อมแซม สะสมและกระจายอาวุธชีวภาพ อาวุธเคมี อาวุธรังสีชีวภาพ 11. การผลิตดอกไม้ไฟ ประทัด
กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 25%	1. บริษัทจัดหางาน ทั้งในและต่างประเทศ 2. กิจการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันประเทศและความมั่นคง
กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 30%	การโฆษณา
กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 40%	1. การจัดซื้อจัดจ้างที่เกี่ยวข้องกับโครงการโครงสร้างพื้นฐาน 2. การแสวงหา พัฒนา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ 3. การเป็นเจ้าของที่ดินเอกชน 4. การดำเนินการบริการสาธารณะของรัฐ ได้แก่ การจำหน่ายและส่งไฟฟ้า ระบบจำหน่ายน้ำ ระบบท่อส่งปิโตรเลียม ระบบท่อน้ำเสีย และท่อน้ำทิ้ง ท่าเรือ ระบบขนส่งสาธารณะ ยกเว้นการผลิตกระแสไฟฟ้าให้แก่ตลาดที่เข้าข่ายการแข่งขันสมบูรณ์ 4. สถาบันการศึกษาอื่นที่ไม่ได้จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มเผยแพร่ศาสนาเพื่อชาวต่างชาติ 5. การปลูก ผลิต แปรรูป ค้าขาย (ยกเว้นค้าปลีก) ข้าวและข้าวโพด โดยการเจรจาต่อรอง ซื้อขาย 6. ผู้จัดหาวัตถุดิบ สินค้า ให้กับกิจการที่รัฐบาลเป็นเจ้าของหรือบริษัทที่รัฐควบคุมอยู่หรือบริษัทของเทศบาล 7. เรือประมงน้ำลึก 8. การเป็นเจ้าของคอนโดมิเนียม 9. กิจการเครือข่ายวิทยุคมนาคมของเอกชน

List B : กิจการที่มีข้อจำกัดการลงทุนของต่างชาติด้วยเหตุผลด้านความมั่นคง การป้องกันประเทศ สุขภาพอนามัย วัฒนธรรม หรือเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

กิจการที่อนุญาตให้ต่างชาติลงทุนได้ไม่เกิน 40%	1. การผลิต ซ่อมแซม สะสมผลิตภัณฑ์ หรือส่วนประกอบตามที่กำหนดใน Philippine National Police (PNP) Clearance 2. การผลิตและจำหน่ายยาอันตราย 3. ซาวน่า โรงนวด หรือกิจการอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียง ที่กฎหมายกำหนดว่าจะมีผลกระทบต่อการสาธารณสุขและศีลธรรม 4. การพนันทุกชนิด ยกเว้นที่มีข้อตกลงการลงทุนร่วมกับ PAGCOR 5. บริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วน้อยกว่า 2 แสนเหรียญสหรัฐฯ 6. บริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือมีการจ้างแรงงานตั้งแต่ 15 คนเป็นต้นไป และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วน้อยกว่า 1 แสนเหรียญสหรัฐฯ

5.3 การจัดตั้งธุรกิจในฟิลิปปินส์

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1.กฎหมาย Corporation Code of the Philippines

ระบุขั้นตอนการปฏิบัติและกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจทั้งบริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้นและองค์กรไม่แสวงหากำไร

2.กฎหมาย Civil Code (Partnerships)

ระบุขั้นตอนการปฏิบัติและกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน

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

ระบุขั้นตอนกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติต่าง ๆ 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) ประกอบด้วยการควบคุมการจดทะเบียนของห้างหุ้นส่วน องค์กรแสวงและไม่แสวงหากำไร (Stock and Non-stock corporation)

นอกจากนี้ กฎหมายฉบับนี้ยังได้ให้อำนาจ SEC ในการตัดสินคดีความของธุรกิจภายใต้อำนาจกฎหมายที่กำหนด

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) องค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการสาธารณะ การกศุล NGOs การศึกษาและวัฒนธรรมโดยไม่มีการจำหน่ายหุ้นให้สมาชิก

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) หมายถึงกิจการที่จดทะเบียนในต่างประเทศแต่งตั้งสำนักงานตัวแทนในฟิลิปปินส์โดยมิได้มีรายได้ในฟิลิปปินส์ ทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ 30,000 เหรียญสหรัฐฯ

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

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

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

สัดส่วนการถือหุ้น

สัญชาติของบริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้นมีผลสำคัญต่อการทำธุรกรรม อาทิ

- การถือครองที่ดิน
- การรับสิทธิประโยชน์ทางภาษี
- การประกอบธุรกิจที่จำกัดสัดส่วนการถือหุ้นโดยผู้ประกอบการต่างชาติ

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถถือหุ้นในบริษัทที่แบ่งทุนออกเป็นหุ้นได้ร้อยละ 100 หากไม่ได้ดำเนินธุรกิจที่ อยู่ในบัญชีควบคุมของฟิลิปปินส์ (Philippines Foreign Investment Negative List)

ขั้นตอนการจดทะเบียน

การจดทะเบียนมีขั้นตอนดำเนินงาน 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การจองชื่อธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถจองชื่อธุรกิจได้ 3 ชื่อ หากชื่อธุรกิจไม่ได้รับการอนุมัติ ระบบจะพิจารณาชื่อในลำดับถัดไป ค่าธรรมเนียมการจองชื่อขึ้นอยู่รับระยะเวลาการจอง (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

รูปแบบองค์กรธุรกิจ	เอกสารการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่ได้รับ
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 โดยการจดทะเบียน กิจการเจ้าของคนเดียวมีขั้นตอนดำเนินงาน 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 สำเนาเอกสาร ระบุรหัสการทำธุรกรรม TRN จำนวน 2 ชุด เอกสารยืนยันตัวบุคคลและรูปถ่ายปัจจุบัน 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) การพิจารณาใช้ระยะเวลา ประมาณ 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

เอกสารที่ใช้ในการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจของบริษัทสัญชาติฟิลิปปินส์และบริษัทต่างชาติประกอบด้วยเอกสารและข้อมูลที่จำเป็นดังต่อไปนี้

1. กิจการเจ้าของเดียว (Sole Proprietorship) เตรียมเอกสาร 6 ชุด ดังนี้

- สำเนาเอกสารแสดงสัญชาติฟิลิปปินส์ อาทิ บัตรประจำตัวประชาชน
- แบบฟอร์มการจองชื่อ แบบฟอร์ม 16
- รูปบัตรประชาชน (ขนาดเดียวกับพาสปอร์ต) 7 รูป
- ตั๋วเงินฝากยืนยันการชำระทุน (Bank Certificates of Deposit)
- ใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Endorsement) (ถ้ามี)

2. ห้างหุ้นส่วน (Partnership)

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

ในกรณีที่หุ้นส่วนเป็นผู้ประกอบการต่างชาติ มีเอกสารเพิ่มเติม ดังนี้

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

3. บริษัทเอกชน (Non-Stock Corporation)

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

4. บริษัทมหาชน (Stock Corporation)

- ใบจองชื่อหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียม
- หนังสือสำคัญการจดทะเบียนและข้อบังคับบริษัท (Articles of Association and By-laws)
- หนังสือรับรอง (Treasurer’s Affidavit)
- ตั๋วเงินฝากยืนยันการชำระทุน (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 และมีสำนักงานภูมิภาคอยู่ในเอเชียแปซิฟิกและพื้นที่อื่น ๆ (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) จะได้รับสิทธิ

ประโยชน์ในการลงทุนหากอยู่ในเงื่อนไข ดังนี้

1.เป็นกิจการที่ระบุใน Investment Priorities Plan (IPP)

2.หากเป็นกิจการที่มิได้อยู่ใน IPP ต้องเป็นการผลิตเพื่อส่งออกอย่างน้อยร้อยละ 50 (กรณีเป็นกิจการที่ต่างชาติ ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 40) หรืออย่างน้อยร้อยละ 70 (กรณีกิจการที่ต่างชาติถือหุ้นเกินร้อยละ 40)

สำหรับสิทธิประโยชน์ที่สำคัญ ได้แก่

1. การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล กิจการที่จดทะเบียนกับ BOI จะได้รับยกเว้นภาษิเงินได้นับจากปีที่เริ่มผลิตเชิงพาณิชย์ ในระยะเวลาแตกต่างกัน ดังนี้

- โครงการใหม่ที่เป็นโครงการบุกเบิก (Pioneer Status) 6 ปี
- โครงการใหม่ที่มิได้เป็นโครงการบุกเบิก (Non-pioneer Status) 4 ปี
- โครงการขยาย 3 ปี และโดยทั่วไปจะจำกัดเฉพาะรายได้ส่วนที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น
- โครงการใหม่หรือโครงการขยายที่อยู่ในเขตห่างไกลความเจริญ (Less Developed Areas: LDAs) 6 ปี ไม่ว่าจะเป็น โครงการบุกเบิกหรือไม่ โดยกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงมะนิลาจะไม่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ ยกเว้นกิจการที่เกี่ยวข้อง กับอสังหาริมทรัพย์ของรัฐ 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 กิจการสามารถนำรายจ่ายมาหักลดหย่อนรายได้ก่อนนำมาคำนวณ ภาษีเงินได้ ดังนี้

- ค่าจ้างแรงงานสามารถนำมาหักลดหย่อนได้กึ่งหนึ่ง หากการนั้นมีสัดส่วนทุนต่อแรงงานตามที่กำหนด และไม่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
- ค่าใช้จ่ายในการสร้างสาธารณูปโภคที่จำเป็นสามารถนำมาหักค่าใช้จ่ายได้ทั้งหมด หากกิจการนั้นตั้งอยู่ในเขตท้องถิ่นห่างไกลความเจริญที่ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งนี้ ยกเว้นกิจการเหมืองแร่และป่าไม้ ซึ่งจำเป็นต้องใกล้แหล่งวัตถุดิบอยู่แล้ว

5. การจ้างแรงงานต่างชาติกิจการที่จดทะเบียนกับ BOI สามารถจ้างแรงงานต่างชาติในตำแหน่ง

ผู้อำนวยการ ช่างเทคนิค และที่ปรึกษาได้ 5 ปีนับจากวันที่จดทะเบียน ทั้งนี้ ยกเว้นประธานบริษัท กรรมการผู้จัดการ และผู้อำนวยการสร้าง ด้านการเงิน ไม่มีข้อจำกัดนี้

6. การผ่อนคลายพิธีการศุลกากร กิจการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจาก BOI จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการนำเข้าอุปกรณ์ ชิ้นส่วนอะไหล่ วัตถุดิบและสินค้า และการส่งออกสินค้า โดยการผ่อนคลายระบบพิธีการศุลกากรเพื่อการอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุน

กิจการที่จดทะเบียนกับ PEZA

สำหรับกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมการลงทนุภายใต้การกำกับดูแลของ PEZA และมีการส่งออกอย่างน้อยร้อยละ 70 จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการลงทุนที่สำคัญ ดังนี้

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

2. การยกเว้นภาษีนำเข้าผู้ประกอบการได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักร อุปกรณ์ชิ้นส่วนอะไหล่และวัตถุดิบทั้งหมด

3. การยกเว้นค่าธรรมเนียมท่าเรือ ภาษีส่งออก และค่าธรรมเนียมการนำเข้า ผู้ประกอบการจะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมท่าเรือ ภาษีส่งออก และค่าธรรมเนียมในการนำเข้าสินค้าต่าง ๆ

4. สิทธิการพำนักถาวร ผู้ประกอบการต่างชาติและครอบครัวจะมีสิทธิการพำนักถาวรหากมีการลงทุนเริ่มต้นไม่น้อยกว่า 150,000 เหรียญสหรัฐฯ

5. การผ่อนคลายพิธีการศุลกากร ผู้ประกอบการจะได้รับความสะดวกในการนำเข้าและส่งออกสินค้าโดยการผ่อนคลายระบบพิธีการศุลกากรให้คล่องตัวขึ้น

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. เกี่ยวกับกำรจัดการสภาพแวดล้อมทางอากาศ

5.5 อัตราภาษีในการลงทุน

นโยบายภาษีเป็นไปภายใต้กรอบการปฏิบัติสากลในฐานะหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนและสมาชิก OECD โดยมีกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับภาษีของประเทศฟิลิปปินส์ที่สำคัญคือพระราชบัญญัติสาธารณรัฐที่ 8424 หรือพระราชบัญญัติประมวลสรรพากรแห่งชาติปี 1997 แบ่งเป็น 6 ภาษีหลัก คือ

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 กิจการที่จดทะเบียนตามกฎหมายของฟิลิปปินส์** คำนวณภาษีเงินได้จากฐานเงินได้สุทธิ (Net Income) ที่เกิดขึ้นจากทั่วโลก

• **นิติบุคคลต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์ (Resident Foreign Corporation) หมายถึง กิจการที่จดทะเบียน** ในต่างประเทศภายใต้กฎหมายของต่างประเทศและเข้ามาดำเนินกิจการในฟิลิปปินส์ (อาทิสาขาของสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ) คำนวณภาษีจากฐานเงินได้สุทธิ (Net Income) ที่เกิดขึ้นเฉพาะในฟิลิปปินส์

• **นิติบุคคลต่างประเทศที่มได้มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์ (Non-resident Foreign Corporation) หมายถึง กิจการที่จดทะเบียน** ในต่างประเทศภายใต้กฎหมายของต่างประเทศและมิได้เข้ามาดำเนินกิจการในฟิลิปปินส์ คำนวณภาษีจากฐานรายได้รวม (Gross Income) ที่เกิดขึ้นเฉพาะในฟิลิปปินส์ เช่น เงินปันผล ค่าเช่า ค่าธรรมเนียม ค่าชดเชย ค่าบริการต่าง ๆ โดย หักภาษี ณ ที่จ่าย

ประเภทภาษี	**อัตราภาษีนิติบุคคลในประเทศ/ นิติบุคคลต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์**	**อัตราภาษีนิติบุคคลต่างประเทศที่มิได้มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์**
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
เงินปันผลจากนิติบุคคลในประเทศ(Dividends from Domestic Corporation)	ไม่ระบุ	15% / 35% (15% หากประเทศนิติบุคคลต่างประเทศมีกฎหมายเอื้อการลดหย่อนภาษี)

ประเภทภาษี	อัตราภาษีนิติบุคคลในประเทศ/ นิติบุคคลต่างประเทศที่มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์	อัตราภาษีนิติบุคคลต่างประเทศที่มิได้มีถิ่นที่อยู่ในฟิลิปปินส์
ดอกเบี้ยเงินกู้ต่างประเทศ (Interest on Foreign Loans) ไม่ระบุ 20%กำไรจากการขายหุ้นของบริษัทที่ไม่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ หากน้อยกว่า 100,000 เปโซ (Gains on sales of stocks not traded in the Stock Exchange)	5%	5%
กำไรจากการขายหุ้นของบริษัทที่ไม่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์หากมากกว่า 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
สถาบันการศึกษาและโรงพยาบาลที่ไม่แสวงหากำไร	10%	เงินได้พึงประเมิน (Taxable Income)
บริษัทที่ได้ขึ้นทะเบียนกับเขตเศรษฐกิจพิเศษ PEZA	5%	รายได้รวม (Gross Income)
ชาวต่างด้าวผู้ครอบครอง/ ผู้ให้เช่าเครื่องบินรวมถึงเครื่องยนต์และอุปกรณ์	7.5%	รายได้จากการให้เช่ายืมในประเทศ
ชาวต่างด้าวผู้ครอบครองเรือตามการขึ้นทะเบียนกับองค์การอุตสาหกรรมพาณิชยนาวี	4.5%	รายได้จากการให้เช่ายืมในประเทศ
ชาวต่างด้าวผู้ครอบครอง ผู้ให้เช่า ผู้จัดจำหน่ายธุรกิจภาพยนตร์	25%	รายได้รวม (Gross Income) ในประเทศ
บริษัทขนส่งต่างชาติทางเรือและทางอากาศ	2.5%	ใบเรียกเก็บเงินเบื้องต้น (Gross billing) ในประเทศ

ประเภทธุรกิจ	อัตราภาษี	ฐานการคำนวณภาษี
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%

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ฟิลิปปินส์ได้เริ่มประกาศใช้โครงการปฏิรูปภาษีเพื่อผลักดันเศรษฐกิจและสร้างความเท่าเทียม (Tax Reform for Acceleration and Inclusion (RA10963): TRAIN) ซึ่งมีเป้าหมายให้ระบบภาษีง่าย ยุติธรรม มีประสิทธิภาพมากขึ้นและ รองรับโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของฟิลิปปินส์ โดยเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2561 ได้เริ่มมีผลบังคับใช้ โดยกฎหมายการปฏิรูปภาษีมีข้อน่าสนใจที่สำคัญ ดังนี้

การลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ยกเว้นสำหรับผู้มีรายได้สูง

กฎหมายใหม่ระบุว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 250,000 เปโซต่อปี ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และผู้ที่มีรายได้มากกว่านั้น (ยกเว้นกลุ่มที่รวยที่สุด) จะเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราที่ต่ำลงตั้งแต่ร้อยละ 15-30 ภายในปี 2566 ซึ่งผู้ที่มีรายได้มากกว่า 8 ล้านเปโซต่อปี ยังต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาร้อยละ 32- 35 เริ่มตั้งแต่ปี 2561-2565 เป็นต้นไป ผู้มีรายได้ที่ต้องเสียภาษีในฟิลิปปินส์จะเสียภาษีในอัตราดังต่อไปนี้

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

แบบฟอร์มภาษีเงินที่เกี่ยวข้องมี 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

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

ทั้งนี้ ผู้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลมีหน้าทีต้องจ่ายภาษี เมื่อยื่นแบบขอคืนภาษีและหากภาษีเงินได้มีมูลค่าเกิน 2,000 เปโซ อาจสามารถแบ่งชำระได้ใน 2 งวด โดยครึ่งแรกชำระในวันที่ยื่นแบบฟอร์ม และงวดที่ 2 จ่ายในวันที่ 15 กรกฎาคม

ภาษีอสังหาริมทรัพย์และมรดก (Estate and Donor's tax)อัตราการจัดเก็บภาษีประเภทอสังหาริมทรัพย์

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

ตัวอย่าง : การคำนวณภาษีในการโอนที่ดินสมมุติมูลค่าที่ดิน 388 ล้านเปโซ 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 ตามตาราง ดังนี้

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
5,000,000-10,000,000 เปโซ	465,000 + 15% ของส่วนที่เกิน 5,000,000 เปโซ
มากกว่า 10,000,000 เปโซ	1,215,000 + 20% ของส่วนที่เกิน 10,000,000 เปโซ

ภาษีเงินรางวัล/ ของขวัญ

ตามมาตรา 98 ภาษีเงินรางวัล/ ของขวัญจะเก็บเมื่อมีการส่งมอบให้กับบุคคลธรรมดาทั้งที่เป็นพลเมืองและ ไม่ใช่พลเมืองชาวฟิลิปปินส์ และไม่ว่าทรัพย์สินนั้นจะเป็นทรัพย์สินประเภทสังหาริมทรัพย์หรืออสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ อัตราการเก็บภาษี แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. อัตราการเก็บภาษีการรับของขวัญทั่วไป โดยจะคำนวณจากมูลค่าของขวัญสุทธิตลอดปีปฏิทิน

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

2. อัตราการเก็บภาษีการรับของขวัญคนแปลกหน้า โดยกำหนดให้ผู้บริจาคของขวัญต้องเสียภาษีร้อยละ 30 ของมูลค่าของขวัญรวม โดยมีนัยยะครอบคลุมบุคคลผู้บริจาคของขวัญ ดังนี้

- ผู้ที่ไม่นับเป็นพี่น้อง คู่สมรส บรรพบุรุษ หรือผู้สืบเชื้อสาย
- ผู้ที่ไม่นับเป็นญาติที่มีความเกี่ยวเนื่องกันภายใน 4 รุ่น

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

การยกเลิกการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มของสินค้าบางรายการ

โดยทั่วไปแล้ว สินค้าและบริการที่จำหน่ายในฟิลิปปินส์ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 12 แต่ในกฎหมายฉบับนี้ ยังมีสินค้าและบริการส่วนหนึ่งที่มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม รายการสินค้าที่ต้องยกเว้นการเสียภาษีมูลค่าเพิ่มให้เหลือน้อยลง นั่นหมายถึงมีสินค้าบางรายการที่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง ถ่านหิน

สำหรับผู้ประกอบการท้องถิ่นไม่ต้องจ่ายภาษมีลูค่าเพิ่มกรณีขายสินค้าหรือบริการให้กับบริษัทที่จดทะเบียนใน PEZA (Philippines Economic Zones Authority) ซึ่งหลักการข้อนี้อาจยังไม่สามารถบังคับใช้ได้เนื่องจากขัดแย้งกับกฎหมาย PEZA และคำสั่งของกฤษฎีกาตามกฎหมายพระราชบัญญัติที่ RA 7716 กำหนดให้บุคคลใดที่ทำการค้าขาย/ การค้าต่างตอบแทน/ การแลกเปลี่ยน/การให้เช่าสินค้าหรือทรัพย์สิน รวมถึงสินค้านำเข้าต้องเข้าข่ายเสียภาษีมูลค่าเพิ่มอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจะจัดเก็บจากธุรกรรมการค้าทั้งการค้าขาย/ ให้เช่าสินค้าประเภททรัพย์สินรวมถึงการค้าขาย/ ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และการให้บริการทุกรายการที่อัตราร้อยละ 10 บวกอีกร้อยละ 2 เป็นภาษีให้แก่รัฐบาลท้องถิ่นของราคาขายรวม รวมเป็นภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 12

ผู้ที่ต้องจดทะเบียนผู้เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามกรอบกฎหมายภาษีมาตราที่ 109 กำหนดให้บุคคลที่ต้องจดทะเบียน ภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อ

- สร้างรายได้จากยอดขายรวม (Gross Sales) หรือจากใบเสร็จรับเงิน (Receipts) เกิน 1,500,000 เปโซ ภายในระยะเวลา 12 เดือนที่ผ่านมา หรือ
- มีหลักฐานที่คาดได้ว่าจะสร้างรายได้เกิน 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 โดยอัตราภาษีสรรพสามิต สำหรับรถยนต์แสดงในตาราง

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 หรือผลประโยชน์ของสินทรัพย์หรือการสะสมทุน	0.50 เปโซ ต่อมูลค่าผลกำไร 200 เปโซ
เช็คธนาคาร ดราฟต์ เงินฝากที่ไม่มีดอกเบี้ย	1.50 เปโซ
ตราสารหนี้ ตั๋วสัญญาใช้เงิน ตั๋วแลกเงิน หลักทรัพย์ที่ออกโดย รัฐบาล สิ่งทดแทนเงินฝาก เงินฝากที่มีดอกเบี้ย	0.30 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
การออกใบรับตั๋วแลกเงิน	0.30 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
ตั๋วแลกเงินจากต่างประเทศ (Letter of Credit)	0.30 เปโซ ต่อมูลค่าในสัญญา 200 เปโซ
กรมธรรม์ประกันชีวิต	0.50 เปโซ ต่อมูลค่ากรมธรรม์ 200 เปโซ

รายการ	อัตราอากรแสตมป์
กรมธรรม์ประกันทรัพย์สินและอื่นๆ	0.50 เปโซ ต่อมูลค่ากรมธรรม์ 4 เปโซ
กรมธรรม์ประกันชีวิตที่จ่ายผลตอบแทนเป็นรายปี	1.50 เปโซ ต่อมูลค่ากรมธรรม์ 200 เปโซ
ใบรับประกัน/ หนังสือรับรองโดยนายทะเบียน (Notary Public)/ ศุลกากรและนักสำรวจทางทะเล	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 เปโซต่อๆ ไป
สัญญาจำนอง	20 เปโซ สำหรับมูลค่าในสัญญา 5,000 เปโซ และ 10 เปโซ สำหรับมูลค่า 5,000 เปโซ ต่อๆ ไป
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 อัตราภาษีจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการจัดหมวดหมู่และ ประเทศแหล่งกำเนิดของสินค้าที่นำเข้า ถ้าสินค้าที่มาจากประเทศที่เป็นสมาชิกของแกตต์ (GATT) หรือสมาชิกอาเซียน จะมีการจัดเก็บภาษีภายใต้ความร่วมมือของประเทศสมาชิกด้วยกัน

5.6 ข้อมูลด้านแรงงาน

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

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 กระทรวงแรงงานและการจ้างงานของฟิลปิปินส์ยังแบ่งกลุ่ม การจัดการดูแลแรงงานตามลักษณะของงานออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

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

2. กลุ่มหน่วยงานการวางแผน/ พัฒนาแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ กระทรวงแรงงานและการจ้างงานของฟิลปิปินส์ ยังแบ่งกลุ่มการวางแผนพัฒนาจัดการแรงงานออกเป็น 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)

ตามประมวลกฎหมายแรงงานแห่งประเทศฟิลปิปินส์ (Labor Codes of the Philippines) เล่มที่ 3 กฎหมายเกี่ยวกับการจ้างงาน (Conditions of Employment) ระบุรายละเอียดตามหัวข้อหลักโดยสังเขป ดังนี้

ชั่วโมงการทำงาน

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

สำหรับบุคลากรด้านสาธารณสุขและดูแลสุขภาพรวมถึงแพทย์ วิชาชีพพยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่ทำงานในเขตเมืองที่มีประชากรมากกว่า 1 ล้านคน หรือในโรงพยาบาล/ คลินิกที่มเตียงผู้ป่วยมากกว่า 100 เตียง หากมีความจำเป็นต้องทำงานเกินกำหนดติดต่อกัน 6 วัน 48 ชั่วโมง กำหนดให้จ่ายค่าจ้างชดเชยที่อัตราเพิ่มจากฐานเงินเดือนร้อยละ 30

การทำงานล่วงเวลา

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

วันหยุดรายสัปดาห์

กำหนดวันพักผ่อน 1 วัน หลังทำงานติดต่อกัน 6 วัน โดยสามารถตกลงวันหยุดรายสัปดาห์กับลูกจ้าง ทั้งนี้ ต้องเคารพสิทธิการเลือกวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้างหากเป็นเหตุผลเกี่ยวกับศาสนา

วันหยุดและค่าจ้างชดเชยการทำงานในวันหยุด

วันหยุดนักขัตฤกษ์ทางการ 12 วัน วันหยุดทางการพิเศษซึ่งขึ้นอยู่กับการกำหนดของรัฐตามแต่กรณีในแต่ละปีประมาณ 3-8 วัน

- หากเป็นการทำงานในวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้าง ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้าง 1 วันทำงานที่อัตราการจ้างงานชดเชยอย่างน้อยร้อยละ 30 จากอัตราการจ้างงานปกติ (ร้อยละ 130)
- หากเป็นการทำงานในวันหยุดทางการพิเศษ ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้าง 1 วัน และค่าจ้างชดเชยอย่างน้อยร้อยละ 30 จากอัตราการจ้างงานปกติ (ร้อยละ 130)
- หากเป็นการทำงานในวันหยุดทางการพิเศษซึ่งทับซ้อนกับวันหยุดรายสัปดาห์ของลูกจ้าง ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้างเพิ่มเติมอย่างน้อยร้อยละ 50 จากอัตราการจ้างงานปกติ (ร้อยละ 150)
- หากเป็นการทำงานในวันหยุดนักขัตฤกษ์ทางการ ลูกจ้างต้องได้รับค่าจ้างอีกเท่าตัวจากอัตราการจ้างงานปกติ (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 ตามประกาศของคณะกรรมการกำกับค่าจ้างและผลการผลิตไตรภาคีระดับภูมิภาค (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) ตามประมวลกฎหมายแรงงานแห่งประเทศฟิลิปปินส์ (Labor Codes of the Philippines) เล่มที่ 4 กฎหมายประกันสังคมและการคุ้มครองสุขภาพ (BOOK FOUR HEALTH, SAFETY AND SOCIAL WELFARE BENEFITS)

การคุ้มครองสุขภาพและการรักษาพยาบาล

• กำหนดให้นายจ้างจัดการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่พนักงานหนึ่งส่วน

• หากมีการจ้างงานระหว่าง 50-200 คน กำหนดให้มีสถานพยาบาลเบื้องต้นพร้อมยาและการดูแลสุขภาพช่องปากเบื้องต้นโดยพยาบาลวิชาชพี หากสถานที่ไม่มีความเสี่ยงต่ออันตรายสามารถทดแทนพยาบาลวิชาชีพด้วยการจัดสรรบุคลากรปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้

• หากมีการจ้างงานระหว่าง 200-300 คน กำหนดให้มีคลินิกฉุกเฉินพยาบาลวิชาชีพ แพทย์นอกเวลาและทันตแพทย์นอกเวลา

• หากมีการจ้างงานเกิน 300 คนขึ้นไป กำหนดให้มีโรงพยาบาลฉุกเฉิน พร้อมด้วยพยาบาลวิชาชีพ แพทย์ และทันตแพทย์ โดยต้องมีเตียงผู้ป่วย 1 เตียงต่อจำนวนพนักงาน 100 คน ในกรณีที่นายจ้างทำข้อตกลงกับโรงพยาบาลในการคุ้มครองดูแลสุขภาพได้ทันทีหากมีกรณีจำเป็น นายจ้างไม่จำเป็นต้องจัดสรรโรงพยาบาลหรือคลินิกฉุกเฉินในสถานที่ทำงาน

กองทุนประกันสังคมแห่งชาติ (The State Insurance Fund)

• โดยนายจ้างให้นับจากวันแรกของการเปิดดำเนินกิจการ และลูกจ้างให้นับจากวันแรกของการทำงาน และทั้ง 2 ฝ่าย ต้องลงทะเบียนกับระบบสำนักงานดูแลระบบสวัสดิการประกันสังคมพนักงาน/ ลูกจ้าง SSS

• กองทุนประกันสังคมไม่รับผิดชอบในกรณีที่ลูกจ้างหรือผู้อยู่ในอุปการะได้รับบาดเจ็บถึงพิการหรือเสียชีวิต อันเกิดจากความตั้งใจหรือเกิดจากความประมาทเลินเล่อของลูกจ้างเอง

• กองทุนประกันสังคมเป็นผู้รับผิดชอบ หากมีกรณีบาดเจ็บถึงพิการหรือเสียชีวิตของลูกจ้างหรือผู้อยู่ในอุปการะจากอุบัติเหตุโดยบุคคลที่สาม

การจ่ายเงินเบี้ยประกันสังคม (Contributions)

• กำหนดให้ลูกจ้างจ่ายเบี้ยประกันสังคมทุกวันสุดท้ายของเดือนตลอดช่วงระยะเวลาสัญญาการจ้างงานที่ร้อยละ 1 ของเงินเดือน

• กำหนดให้มีการพิจารณาปรับอัตราการจัดเก็บเบี้ยประกันสังคมหากมีการปรับเพิ่มความเสี่ยง

• นายจ้างจ่ายเบี้ยประกันสังคมสมทบโดยไม่มีการหักจากเงินเดือนลูกจ้าง และสามารถหยุดการ

จ่ายเบี้ยประกันสังคมสมทบ

ในเดือนสุดท้ายที่มีการจ้างงาน หรือจ่ายเงินเดือนแก่ลูกจ้าง หรือจากการยุติการจ้างงานจากการเสียชีวิต หรือทุพพลภาพ

• ตามมาตราที่ 200 หากลูกจ้างเจ็บถึงพิการหรือเสียชีวิตอันเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของนายจ้าง ด้านมาตรฐานสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน กำหนดให้นายจ้างจ่ายเงินชดเชยเพิ่มเติมที่ร้อยละ 25 ของจำนวน เงินสะสมของลูกจ้าง

แผนบำนาญ

บุคคลที่ได้รับการคุ้มครองจากแผนประกันสังคม กำหนดนายจ้างและลูกจ้างอายุไม่เกิน 60 ปี ให้มีการจ่าย เบี้ยเงินประกันสังคม 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 เป็นระยะเวลา ต่อเนื่องไม่เกิน 120 วัน โดยค่าเฉลี่ยรายวันดังกล่าวต้องอยู่ระหว่าง 10-90 เปโซต่อวันตามมาตราที่19 ของระเบียบ Presidential Decree No. 850

ทุพพลภาพถาวร

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

• โดยจ่ายติดต่ออย่างน้อย 5 ปี และจะระงับการจ่ายค่าชดเชยหากลูกจ้างสามารถกลับไปทำงานได้อีกเต็มเวลา หรือหายจากความทุพพลภาพ หรือไม่มารายงานตัวตามการนัดหมายของสำนักงานกองทุนประกันสังคมทุกรอบ 1 ปี

โดยแบ่งประเภทลักษณะทุพพลภาพถาวรดังนี้

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

2. ทุพพลภาพถาวรบางส่วน โดยผู้ทุพพลภาพถาวรบางส่วนจะได้รับค่าชดเชยทุพพลภาพตามระยะเวลากำหนด ดังนี้
   - 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 กองทนุประกนัสงัคมจ่ายเงนิชดเชยจำนวนเท่ากับเงินเดือนชดเชย เพิ่มอีกร้อยละ 10 ต่อบุตรหนึ่งคน โดยชดเชยจำนวนสูงสุดไม่เกินบุตร 5 คน เริ่มนับจากบุตรคนเล็ก
- ผู้รับประโยชน์หลักจะได้รับเบี้ยชดเชยเป็นเวลา 5 ปีติดต่อกัน
- หากไม่มีผู้รับประโยชน์หลักให้จ่ายเบี้ยชดเชยแก่ผู้รับประโยชน์รองเป็นเวลาไม่เกิน 60 เดือน ตามระเบียบ Presidential Decree No. 1921
- เงินชดเชยกรณีเสียชีวิตกำหนดมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 15,000 เปโซ
- เงินค่าจัดงานฌาปณกิจศพที่ 3000 เปโซแก่ลูกจ้างผู้เสียชีวิต

แรงงานต่างด้าว

- กำหนดให้แรงงานต่างด้าวต้องได้รับใบอนุญาตการทำงานจากกระทรวงแรงงานและการจ้างงาน (DOLE)
- กำหนดให้สามารถจ้างแรงงานต่างด้าวในกรณีหากไม่สามารถหาแรงงานชาวฟิลิปปินส์ที่มีความสามารถเฉพาะ ที่ทดแทนได้
- ไม่อนุญาตให้มีการเปลี่ยนถ่ายโอนตำแหน่งงานหรือเปลี่ยนนายจ้างโดยไม่แจ้งต่อกระทรวง หากฝ่าฝืนมีความผิด
- นายจ้างที่ประสงค์จะขอใบอนุญาตการทำงานต้องแจ้งรายชื่อของบุคคลต่างด้าว ระบุข้อมูลชื่อ

สัญชาติ ที่อยู่ในประเทศ และถิ่นที่อยู่อาศัยในต่างประเทศ ลักษณะการทำงานและข้อมูลสถานะการพักอาศัยในประเทศฟิลิปปินส์

• หากเป็นการจ้างงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษ กระทรวงสามารถออกใบอนุญาตตามคำร้องของหน่วยงาน เขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าว

ค่าใช้จ่ายสำหรับการทำวีซ่า สำหรับแรงงานต่างด้าวในฟิลิปปินส์ ดังนี้

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	ยื่นขอใบ	อนุญาต	ขอต่ออายุ
PROVISIONAL WORK PERMIT	สำหรับชาวต่างชาติที่อยู่ระหว่างการรอรับวีซ่าทำงานและใบอนุญาตทำงานระยะยาว	3 เดือน	4,040	
SPECIAL WORK PERMIT: COMMERCIAL	สำหรับชาวต่างชาติที่มีสัญญาจ้างงานไม่เกิน 3-6 เดือน	6 เดือน	6,440	
ALIEN EMPLOYMENT PERMIT	สำหรับชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศฟิลิปปินส์ระยะยาวทั่วไป รวมถึงประเภทวีซ่า 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	ค่าใช้จ่ายวีซ่า พนักงาน: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่า คู่สมรส: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่า ผู้ติดตามอายุ 16 ปี: เปโซ	ค่าใช้จ่ายวีซ่า ผู้ติดตามอายุ 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 – วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานของบริษัทประเภทสำนักงานใหญ่ศูนย์ส่วนกลางปฏิบัติงานระดับภูมิภาค บริษัทข้ามชาติ

8) PD 1034 Visa - วีซ่าสำหรับการจ้างแรงงานของบริษัทธุรกิจธนาคารนอกประเทศ (Offshore Banking)

5.2 วีซ่าพิเศษสำหรับผู้ลงทุน แบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก

1) Special Investors Resident Visa (SIRV) - วีซ่าสำหรับผู้ลงทุนในประเทศทั่วไป โดยต้องนำฝากเงินจำนวน ไม่ต่ำกว่า 75,000 เหรียญสหรัฐฯ และต้องลงทุนในแผนธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีความยั่งยืน

2) SPECIAL VISA FOR EMPLOYMENT GENERATION (SVEG) – วีซ่าสำหรับผู้ลงทุนระดับสร้างงานในประเทศ โดยต้องจ้างงานแรงงานชาวฟิลิปปินส์ขั้นต่ำจำนวน 10 คน และต้องมีแผนธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายและมีความยั่งยืน

5.7 ระบบบัญชี

กฎหมายและมาตรฐาน

ระบบบัญชีของประเทศฟิลิปปินส์โดยรวมได้รับอิทธิพลส่วนใหญ่มาจากระบบประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ยุคภายใต้การปกครองของสหรัฐฯ โดยฟิลิปปินส์รายงานการเงินตามระบบ GAAP ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานการรายงานการเงินบัญชีสากล ที่มาจากประเทศสหรัฐ รวมทั้งการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ตามแนวทางรายงานการเงินของประเทศสหรัฐฯ ในระยะหลังฟิลิปปินส์ต้องการให้ระบบการรายงานทางการเงินภายในประเทศมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยหันมาใช้กรอบมาตรฐานรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ IAS ในปี 2540 ตามด้วยกรอบมาตรฐานรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ IFRS ตามกฎหมายพระราชบัญญัติ RA 9298 (หรือกฎหมายการบัญชีแห่งชาติ) ในปี 2547 มาปรับเป็นพื้นฐานการรายงาน

บัญชีหลักของประเทศ 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 กลุ่ม ตามประเภทกิจการ 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
- สำนักผู้บริหารสถาบันการเงินแห่งประเทศฟิลิปปินส์ หรือ FINEX
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ SEC
- กรมสรรพากรฟิลิปปินส์ BIR

ประเภทรายงาน/ งบการเงินการบัญชี

รัฐบาลฟิลิปปินส์กำหนดให้บริษัทที่กำเนินกิจการในประเทศต้องจัดทำยื่นรายงานการเงินการบัญชีทั่วไป ตามมาตรฐานสากล ดังนี้

- 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

1. บริษัทขนาดใหญ่/ กิจการที่มีส่วนได้เสียสาธารณะ/ บริษัทมหาชน

- ใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS พร้อมรายงานประกอบอื่นตามระเบียบ SRC 68 ส่วนที่ 2
- บริษัทที่มีสินทรัพย์รวมมากกว่า 350 ล้านเปโซ หรือบัญชีหนี้สินรวมมากกว่า 250 ล้านเปโซ หรือ
- เป็นกิจการที่ต้องการออกหุ้นสามัญ
- ถือใบอนุญาตเสริมเฉพาะจากหน่วยงานรัฐ

2. กิจการผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SME

- ใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS for SMEs
- ธุรกิจที่มีสินทรัพย์รวมของมากกว่า 3-350 ล้านเปโซ หรือบัญชีหนี้สินรวมมากกว่า 3-250 ล้านเปโซ หรือ
- ไม่เป็นกิจการที่ต้องการออกหุ้นสามัญ
- ไม่ถือใบอนุญาตเสริมเฉพาะจากหน่วยงานรัฐ

ยกเว้น

- กิจการเอสเอ็มอีที่ไม่สามารถรายงานได้ตามเกณฑ์ขั้นต่ำของมาตรฐานบัญชี PFRS for SMEs และจะมีผลกระทบทางลบต่อบัญชีสินทรัพย์และหนี้สินของบริษัทในระยะยาว
- กิจการเอสเอ็มอีที่มีแผนการออกหุ้นสามัญภายในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี
- กิจการเอสเอ็มอีที่อยู่ระหว่างการชำระบัญชีหนี้สิน
- บริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SME พิเศษ -ที่ต้องใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS
  - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทในเครือภายใต้บริษัทแม่ในประเทศ
  - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทร่วมทุน/ บริษัทในเครือ
  - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทที่ถูกกำหนดให้รายงานภายใต้มาตรฐานการรายงาน PFRS
- บริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SME พิเศษ - ที่ต้องใช้มาตรฐานการรายงาน IFR
  - บริษัทเอสเอ็มอีที่เป็นบริษัทในเครือภายใต้บริษัทแม่ต่างประเทศ
  - บริษัทเอสเอ็มอีเป็นบริษัทสาขาหรือบริษัทศูนย์ปฏิบัติการส่วนภูมิภาคต่างประเทศ

3. ธรุกิจขนาดเล็ก

- สามารถใช้มาตรฐานการรายงาน PFRS for SMEs หรือมาตรฐานการรายงานอื่นที่ไม่ขัดต่อระเบียบการบัญชีสากลได้
- ที่มีสินทรัพย์บัญชีหนี้สินรวมน้อยกว่า 3 ล้านเปโซ
- ไม่เป็นกิจการที่ต้องการออกหุ้นสามัญ
- ไม่ถือใบอนุญาตเสริมเฉพาะจากหน่วยงานรัฐ

5.8 ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน

1. ราคาที่ดินและค่าเช่าสำนักงาน

ราคาที่ดิน/ ค่าเช่าสำนักงาน	ราคา เปโซ : ตรม.
ราคาที่ดินเฉลี่ยเขต Makati	400,000 - 1,000,000
ราคาที่ดินเฉลี่ยในเขต Bay City	300,000 - 500,000
ราคาที่ดินเฉลี่ยในเขต Alabang CBD	250,000 - 400,000
ราคาที่ดินเฉลียในเขต Taguig	400,000 – 1,000,000
ค่าเช่าสำนักงานย่านธุรกิจ Makati และ Taguig	1,600

ราคาที่ดิน/ ค่าเช่าสำนักงาน	ราคา เปโซ : ตรม.
ค่าเช่าสำนักงานย่าน Bay City	1,200
ค่าเช่าสำนักงานย่าน Alabang	750

2. ค่าเช่าที่พักอาศัย

ค่าเช่าที่พักอาศัย	ราคา เปโซ : ตรม./เดือน
ค่าเช่าที่พักอาศัย 3 ห้องนอน ในเขต Makati	600 - 1,500
ค่าเช่าที่พักอาศัย 3 ห้องนอน ในเขต Rockwell	700 – 2,000
ค่าเช่าที่พักอาศัย 3 ห้องนอน ในเขต Fort Bonifacio	900 – 1,400

3. อัตราค่าจ้างขั้นต่ำในฟิลิปปินส์

ภูมิภาค	อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ (Minimum Wage Rate)		
	นอกภาคการเกษตร	ภาคการเกษตร	
		Plantation	Non-plantation
เขตเมโทรมะนิลา	537 เปโซ ($11.17)	500 เปโซ ($10.40)	500 เปโซ ($10.40)
เขตบริหารกอร์ดียา	350 เปโซ ($7.28)	350 เปโซ ($7.28)	350 เปโซ ($7.28)
เขต Region I	340 เปโซ ($7.07)	295 เปโซ ($6.13)	282 เปโซ ($5.86)
เขต Region II	370 เปโซ ($7.70)	345 เปโซ ($7.18)	345 เปโซ ($7.18)
เขต Region III	420 เปโซ ($8.74)	390 เปโซ ($8.11)	374 เปโซ ($7.78)
เขต Region IV-A	400 เปโซ ($8.32)	372 เปโซ ($7.74)	372 เปโซ ($7.74)
เขต Region IV-B	320 เปโซ ($6.66)	320 เปโซ ($6.66)	320 เปโซ ($6.66)
เขต Region V	310 เปโซ ($6.45)	310 เปโซ ($6.45)	310 เปโซ ($6.45)
เขต Region VI	395 เปโซ ($8.22)	315 เปโซ ($6.55)	315 เปโซ ($6.55)
เขต Region VII	404 เปโซ ($8.40)	394 เปโซ ($8.20)	394 เปโซ ($8.20)
เขต Region VIII	325 เปโซ ($6.76)	295 เปโซ ($6.14)	295 เปโซ ($6.14)
เขต Region IX	316 เปโซ ($6.57)	303 เปโซ ($6.30)	303 เปโซ ($6.30)
เขต Region X	365 เปโซ ($7.59)	353 เปโซ ($7.34)	353 เปโซ ($7.34)
เขต Region XI	396 เปโซ ($8.24)	391 เปโซ ($8.13)	391 เปโซ ($8.13)
เขต Region XII	336 เปโซ ($6.99)	315 เปโซ ($6.55)	315 เปโซ ($6.55)
เขต CARAGA	320 เปโซ ($6.66)	320 เปโซ ($6.66)	320 เปโซ ($6.66)
เขต BARMM	325 เปโซ ($6.76)	300 เปโซ ($6.24)	300 เปโซ ($6.24)

4. ค่าจ้างแรงงาน (แยกตามประเภทงาน)

ตำแหน่งงาน	เงินเดือนเฉลี่ย: เปโซ
พนักงานศูนย์บริการลูกค้า (Call Center)	17,000
พนักงานออฟฟิศ	19,500
นักพัฒนาเว็บไซต์	26,800
กราฟิกดีไซน์	20,000
ผู้จัดการโครงการ	55,300
ผู้เชี่ยวชาญด้านโซเชียลมีเดีย	25,000
นักเขียนคำโฆษณา	21,500
ที่ปรึกษาการสรรหาข้อมูล	23,000
เลขานุการ	12,500
ตัวแทนอสังหาริมทรัพย์	20,000
พนักงานบัญชี	24,000
พนักงานบริการลูกค้า	18,500
ผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรบุคคล	22,500
พนักงาน IT	20,000

หมายเหตุ: อัตราเงินเดือนไม่รวมค่าสวัสดิการและค่าสิทธิประโยชน์อื่นๆ

5. ราคาน้ำมัน

ราคาขายปลีกของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมในเขตนครหลวงมะนิลา (ข้อมูลช่วงวันที่ 13-15 กันยายน 2565)

ประเภทน้ำมัน/ ราคา : เปโซ	Caltex	Petron	Shell	Seaoil	Independent
เบนซิน 91	67.85 – 69.87	66.50 – 70.90	68.20 – 70.90	64.70 – 72.05	64.27 – 69.30
เบนซิน 95	69.30 – 70.87	67.50 – 71.90	70.23 – 72.50	-	65.15 – 70.30
ดีเซล	77.35 – 78..95	77.05 – 78.50	75.45 – 79.05	76.65 – 77.35	73.30 – 75.45
ดีเซล พลัส	-	79.35 - 81.60	78.55 – 82.45	-	77.95
น้ำมันก๊าด	-	80.41– 81.02	-	-	89.00

6. ค่าขนส่งทางเรือ

เส้นทางกรุงเทพฯ-มะนิลา

อัตราค่าระวางเรือเส้นทาง ประเทศไทย - ฟิลิปปินส์ (มะนิลา)

ประเภทตู้คอนเทนเนอร์	ราคา (เหรียญสหรัฐฯ) / ตู้คอนเทนเนอร์	ค่าใช้จ่าย LSS (เหรียญสหรัฐฯ)
ตู้คอนเทนเนอร์มาตรฐาน (Dry Container) ขนาด 20 ฟุต	600	33
ตู้คอนเทนเนอร์มาตรฐาน (Dry Container) ขนาด 40 ฟุต	1,400	67

ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการขนส่งระหว่างประเทศ

ค่าภาระและค่าบริการตู้สินค้าเรียกเก็บจากเจ้าของเรือหรือตัวแทนเจ้าของเรือ	ราคา (บาท) / ขนาด (ฟุต)		
	20’	40’	45’
ค่าภาระยกตู้สินค้าขึ้นหรือลงเรือ (Container Lifting Charge)	200 – 1,000	340 – 1,700	400 – 2,000
ค่าภาระการใช้ท่าของตู้สินค้า (Container Wharfage)			
- ขาเข้า	340 - 810	580 – 1,380	680 – 1,620
- ขาออก	340 - 810	580 – 1,380	680 – 1,620
ค่าภาระตู้สินค้าเปลี่ยนสถานภาพ (Change of Container Status Charge)	300	450	500
ค่าภาะตู้สินค้าที่ยกเลิก (Shut-out Container Charge)	300	450	500
ค่าภาระตู้สินค้าผ่านหรือถ่ายลำ (Shifting of Transshipment Container Charge)			
- วางพักบนท่าหรือยานพาหนะทางบก (ไม่เกิน 1 วัน)	550	825	880
- วางพักบนยานพาหนะทางน้ำ	370	550	590
ค่าภาระเคลื่อนย้ายตู้สินค้ากรณีพิเศษ (Extra Container Movement)	350 - 930	600 – 1,430	700 – 1,630
ค่าบริการบรรจุหรือเปิดตู้สินค้า (Stuffing of Unstuffing Service)	1,000	2,000	2,250
ค่าภาระควบคุมการบรรจุตู้สินค้า (Stuffing Supervision Charge)	200	400	450
ค่าภาระยกขนตู้สินค้า (Lift on / Lift off Charge)			
- ยกตู้สินค้าขาเข้าขึ้นยานพาหนะ (Lift on Charge)	1,550 - 2,010	2,445 - 3,150	2,660 - 3,700
- ยกตู้สินค้าขาออกลงจากยานพานะ (Lift off Charge)	400 - 1,530	680 - 2,320	800 - 2,630
ค่าภาระฝากตู้สินค้า (Container Storage)			
- ตู้สินค้า FCL หรือตู้สินค้า LCL เปิดขนส่งหน้าตู้ 1-7 วัน	160	320	360

- ตู้สินค้า FCL หรือตู้สินค้า LCL เปิดขนส่งหน้าตู้ 8-14 วัน	275	550	615
- ตู้สินค้า FCL หรือตู้สินค้า LCL เปิดขนส่งหน้าตู้ ตั้งแต่ 15วัน	390	780	875

ค่าขนส่งทางบกทั่วไป: กรุงมะนิลา-ปลายทางภายในกรุงมะนิลา

ประเภทค่าขนส่งทางบกทั่วไป	**ราคาประมาณ (เปโซ)**
รถโดยสารจิ๊ปนีย์	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
รถสามล้อ	เริ่ม 2 เปโซ + 1 เปโซ/ ทุก 300 เมตร (เหมาเที่ยว 50-100)
รถไฟราง Light Rail Transit (LRT) สาย 1 เส้นทาง Baclaran-Bonifacio สาย 2 จาก Santolan-Recto	15-30 เปโซ
รถไฟเมโทร 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

ในภาวการณ์แข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก โดยเฉพาะหลังจากที่จีนและเวียดนามประสบความสำเร็จอย่างสูง ในการเข้าสู่ตลาดการค้าเสรี การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็น และหนทางหนึ่ง คือ การขยายการผลิตไปต่างประเทศ ซึ่งฟิลิปปินส์อาจเป็นทางเลือกหนึ่งของนักลงทุนไทย เนื่องจากฟิลิปปินส์มีข้อได้เปรียบ ด้านทรัพยากรบุคคลที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เรียนรู้ได้เร็ว และเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ จำนวนประชากรที่มีมากถึง 110 ล้านคน แสดงให้เห็นถึงตลาดภายในประเทศที่มีศักยภาพ อีกทั้งยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังมิได้ใช้ประโยชน์เต็มที่ อาทิ ทองคำ ทองแดง โครเมียม นิกเกิล รวมถึงสัตว์น้ำและพืชผลการเกษตรต่าง ๆ

5.10 อุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์

สำหรับอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพลงทุนในฟิลิปปินส์ ได้แก่ ธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติในประเทศ ธุรกิจแปรรูปอาหาร และธุรกิจสปา

1. ธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติ

อุตสาหกรรมเหมืองแร่ ด้วยเหตุที่ฟิลิปปินส์มีปริมาณสำรองของทรพัยากรธรรมชาตอละแร่ธาตุมากมาย ได้แก่ ทองแดง ทองคำและโครเมียมที่มีปริมาณมากติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก รวมถึงแร่อื่น ๆ เช่น ถ่านหิน ยิปซั่ม หินปูน หินอ่อน ดินขาว และฟอสเฟต เป็นต้น แต่อุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นอุตสาหกรรมที่มีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ขณะที่ฟิลิปปินส์ยังขาดแคลนเงินทุนและสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น รัฐบาลฟิลิปปินส์จึงเปิดให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจดังกล่าวได้อย่างเต็มที่แต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เนื่องจากฟิลิปปินส์ตั้งอยู่ในเขตภูเขาไฟ จึงมีสินแร่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นทองคำเงิน หยก และพลอย

ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างและรับเหมาก่อสร้าง เนื่องจากฟิลิปปินส์ยังขาดแคลนสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น อาทิ ถนน ท่าเรือ สะพานและระบบชลประทานซึ่งยังต้องก่อสร้างอีกมาก ขณะที่ผู้ประกอบการสามารถใช้วัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นวัตถุดิบ จากทรัพยากรธรรมชาติในฟิลิปปินส์ได้ ไม่ว่าจะเป็นทราย หินปูน และหินอ่อน ในการรับเหมาก่อสร้าง

2. ธุรกิจแปรรูปอาหาร

ได้มีปัจจัยเกื้อหนุนจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของประชากรชาวฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ สำนักงานสถิติฟิลิปปินส์ คาดว่าประชากรฟิลิปปินส์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็น 142 ล้านคนในปี 2588 ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอาหารแปรรูปมีแนวโน้มขยายตัวเช่นกันนอกจากนี้ฟิลิปปินส์ยังมีพืชผลทางการเกษตรและสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์ แต่กระบวนการผลิตยังมีประสิทธิภาพไม่มากนัก ส่งผลให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าประเภทดังกล่าว จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจของนักลงทุนไทยในการเข้าไปเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ประเภทของอาหารและเกษตรแปรรูปที่ไทยมีศักยภาพสูงประกอบด้วยอาหารทะเลแปรรูป (เช่น แปรรูปกุ้ง ผลิตปลาทูน่า) ข้าว ผลิตภัณฑ์นม เครื่องปรุงรส อาหารปรุงแต่งสำเร็จรูป ผลไม้อบแห้ง ผักผลไม้แปรรูป บะหมี่ ขนมปังกรอบ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (เช่น น้ำผักผลไม้ นมพร้อมดื่ม) และน้ำมันพืช เป็นต้น

3. ธุรกิจสปา

กระแสรักสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ปัจจุบันกิจการสปาในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นมาก ไม่ว่าจะเป็น Day Spa (สปาที่ให้บริการระยะสั้น ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ) Destination Spa (สปาที่มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพครบวงจร อาทิ บริการอาหารเพื่อสุขภาพและฟิตเนส) Hotel/ Resort Spa (สปาที่ตั้งอยู่ภายในหรือบริเวณเดียวกับโรงแรมและรีสอร์ต) Club Spa (สปาที่ให้บริการเฉพาะสมาชิก) และ Medical Spa (สปาที่จัดตั้งโดย พ.ร.บ. สถานพยาบาล โดยมีแพทย์และพยาบาลคอยกำกับดแล) สอดคล้องกับการที่ฟิลิปปินส์กำลังพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำ ด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้ให้แก่ฟิลิปปินส์หลายพันล้านเหรียญสหรัฐฯ ขณะที่ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ไทยมีศักยภาพจากประสบการณ์และความชำนาญที่สั่งสมมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ธุรกิจสปาไทยมีชื่อเสียงและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นธุรกิจสปาจึงนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับการลงทุนในฟิลิปปินส์

ข้อสังเกตในการทำการตลาด และการทำการค้า การลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์

1. ถึงแม้ว่าประชาชนชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจน แต่ชาวฟิลิปปินส์นิยมและให้การยอมรับสินค้าของ ประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้น ในการทำการตลาดในฟิลิปปินส์ควรให้ความสำคัญไปยังสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาที่เหมาะสม นอกจากนี้ หากผู้ประกอบการต้องการเจาะตลาดลูกค้าระดับสูง ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญไปยังการสร้างแบรนด์และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง

2. การลงทุนในฟิลิปปินส์ควรอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากฟิลิปปินส์ยังมีปัญหาความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานอยู่มาก นอกจากนี้การลงทนุในเขตดังกล่าวยังได้สิทธิประโยชน์ค่อนข้างสูง อาทิ นอกจากจะได้ รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 4-8 ปีแล้ว หลังจากนั้นยังมีสิทธิเลือกเสียภาษีในอัตราพิเศษร้อยละ 5 ของรายได้รวมอีกด้วย

3. การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในฟิลิปปินส์ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางซึ่งค่อนข้างสูง เนื่องจากการเดินทางข้ามเมืองไม่สะดวกและอาจต้องใช้เวลานาน นอกจากนี้ ยังต้องระวังปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินด้วย

4. ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งเส้นทางคมนาคม ท่าเรือ สนามบิน และไฟฟ้า การขาดแคลน อุตสาหกรรมสนับสนุน รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มักเกิดขึ้นรุนแรงบ่อยครั้ง และปัจจัยด้านกฎระเบียบที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงบ่อย เป็นปัจจัยที่นักลงทุนไทยต้องระวัง

ตัวอย่างการจัดตั้งธุรกิจในประเทศฟิลิปปินส์

การจัดตั้งธุรกิจในฟิลิปปินส์

(ขั้นตอน ระยะเวลา และค่าใช้จ่าย)

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
1.	**นำหนังสือการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ และหนังสือรับรองไปรับรอง จาก Notary** หน่วยงาน : Notary (บุคคล/หน่วยงานที่ได้รับอนุญาตในการทำหน้าที่รับรองลายมือชื่อในเอกสาร) ตามมาตรา 14 และ 15 แห่งประมวลกฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งบริษัท (The Corporate Code) บริษัทควรได้รับการรับรองก่อนยื่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งฟิลิปปินส์ (SEC.) นอกจากนี้ ภายใต้มาตรา 15 ของ The Corporate Code ระบุว่าหนังสือรับรอง (Treasurer's Affidavit) ควรได้รับการรับรองเช่นกัน และตามกฎระเบียบว่าด้วยการรับรองเอกสาร 2004 (The 2004 Rules on Notarial Practice) กำหนดให้บุคคลที่ดำเนินการเอกสาร (หนังสือการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและหนังสือรับรอง Treasurer's Affidavit) ต่อหน้าผู้รับรองเอกสาร	1 วัน	500 เปโซ ประมาณ 300 บาท
2.	**การยื่นขอจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ และการลงทะเบียนล่วงหน้าสำหรับหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (Taxpayer Identification Number: TIN) ระบบประกันสังคม (Social Security System: SSS) บริษัทประกันสุขภาพฟิลิปปินส์ (PhilHealth) และกองทุน Home Development Mutual Fund (Pag-ibig Fund)** หน่วยงาน : สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (SEC.) การดำเนินการจดทะเบียนสามารถทำได้มี 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) กระบวนการปกติ (แบบฟอร์มกระดาษ) (2) กระบวนการแบบ Fast-track (แบบฟอร์มออนไลน์) (3) กระบวนการแบบ LEAP (กระบวนการด่วนที่เพิ่งเปิดตัวไปไม่นานนี้) ทั้งนี้ บริษัทส่วนใหญ่ใช้กระบวนการปกติในการจดทะเบียน เนื่องจากระบบออนไลน์สำหรับกระบวนการแบบ Fast-track ไม่ค่อยประสบผลสำเร็จสำหรับกระบวนการแบบ LEAP เป็นทางเลือกที่เพิ่งเริ่มเปิดตัวและยังไม่ได้รับความนิยม ทั้งนี้ ในการยื่นขอจดทะเบียนตั้งธุรกิจ จะต้องกรอกในแบบฟอร์มคำขอและสามารถตรวจสอบชื่อธุรกิจที่สามารถใช้ได้โดยการกรอกคำขอ	2 สัปดาห์	รวมในขั้นตอนที่ 3

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
	สำหรับเอกสารที่ต้องประกอบการยื่นจดทะเบียนกับสำนักงาน SEC. มีดังต่อไปนี้ ก. แบบฟอร์มคำขอ (Application Form) ข. หนังสือการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ (ที่ได้รับการรับรองแล้ว) ค. เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษณกรณีการขอเปลี่ยนชื่อนิติบุคคล (ที่ผ่านการรับรองแล้ว) เมื่อสำนักงาน SEC. ได้รับเอกสารแล้ว จะดำเนินการตรวจสอบและอนุมัติคำขอล่วงหน้า หลังจากที่ได้ตรวจสอบเบื้องต้นจะออกใบสั่งชำระเงิน และผู้ยื่นคำขอต้องชำระค่าธรรมเนียมและแสดงหลักฐานการชำระเงิน ทั้งนี้ ภายหลังจากชำระเงินแล้ว ผู้ยื่นคำขอจะต้องรอการออกหนังสือรับรองการจดทะเบียนและเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ยื่นคำขอจะต้องไปรับที่สำนักงาน SEC. สำหรับหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีที่ลงทะเบียนล่วงหน้า (TIN) จะได้รับโดยอัตโนมัติจากสำนักงาน SEC. อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงต้องจดทะเบียนกับ Bureau of Internal Revenue (BIR) เพื่อระบุภาษีที่เกี่ยวข้องและต้องชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนรายปี แล้วจะได้รับการอนุมัติในการพิมพ์/ออกใบแจ้งหนี้ (Invoice) และใบเสร็จรับเงิน (Receipt) นอกจากนี้ บริษัทจะได้รับการลงทะเบียนล่วงหน้ากับระบบประกันสังคม (SSS) บริษัทประกันสุขภาพฟิลิปปินส์ (PhilHealth) และกองทุน Pag-ibig Fund		
3.	**ชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน** หน่วยงาน : สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (SEC.) เมื่อผู้ก่อตั้งธุรกิจได้ดำเนินการขอจดทะเบียนบริษัท สำนักงาน SEC. จะออกค่าธรรมเนียมการชำระเงิน ผู้ยื่นคำขอต้องชำระค่าธรรมเนียมการอนุมัติชื่อและการขอจดทะเบียนที่ธนาคารและแสดงเอกสารหลักฐาน การชำระเงินในระบบ โดยค่าใช้จ่ายในการจดททะเบียน มีดังนี้ • ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบชื่อ 100 เปโซ • ค่าธรรมเนียมการยื่น 1/5 ของ 1% ของหุ้นทุนจดทะเบียนหรือราคาการจองหุ้นของหุ้นทุนที่จองไว้ (แล้วแต่ว่าจำนวนใดจะสูงกว่าแต่ไม่น้อยกว่า 1,000 เปโซ) • ค่าธรรมเนียมการวิจัยทางกฎหมาย (Legal Research FEE: LRF) เท่ากับ 1% ของค่าธรรมเนียมการยื่น แต่ไม่น้อยกว่า 10 เปโซ • ค่าธรรมเนียมสำหรับ Registration of bylaws 1,000 เปโซ • ค่าลงทะเบียนหุ้นและ Transfer Book (STB) สำหรับบริษัทใหม่ 150 เปโซ + 320 เปโซ	1 วัน (เกิดขึ้นพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้า)	รายละเอียดในขั้นตอน

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
4.	**การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจ** หน่วยงาน : เทศบาลต่างๆ ทั้งนี้ ในเมือง Quezon City มีสำนักงานที่เป็น One-Stop Shop ของสำนักงาน Business Permits and Licensing Office ผู้ก่อตั้งบริษัทใหม่จะต้องได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจจากเทศบาลในพื้นที่ โดยค่าธรรมเนียมจะแตกต่างกันไปขึ้นกับหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น (LGU) ที่ออกใบอนุญาต สำหรับอัตราค่าธรรมเนียมที่กำหนดในเมือง Quezon คือ 25% ของ 1% ของหุ้นทุนจดทะเบียน ในส่วนของใบอนุญาตอื่นๆ เช่น ใบอนุญาต Location Clearance ใบตรวจสอบ Fire safety and inspection ใบอนุญาตสุขาภิบาล ใบรับรองการตรวจสอบระบบไฟฟ้า ใบอนุญาต mechanical permit และใบ Clearances หรือใบรับรองอื่นๆ ที่จำเป็นโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ ทั้งนี้ อัตราค่าธรรมเนียมดังกล่าวขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจและพื้นที่ที่จัดตั้งธุรกิจตามที่บริษัทเสนอขอจดทะเบียน ค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ • ภาษี Business City : 25% ของ 1% ของทุนที่ชำระแล้ว • ใบอนุญาตของนายกเทศมนตรี: 5,000 เปโซ (warehouse, fixed rate) • ค่าธรรมเนียมสุขาภิบาล: 150 เปโซ • ค่าธรรมเนียมตรวจสอบอาคาร: 50 เปโซ • ค่าธรรมเนียมตรวจสอบไฟฟ้า: 20 เปโซ • ค่าธรรมเนียมตรวจสอบท่อประปา: 7 เปโซ • ค่าธรรมเนียมป้าย: 50 เปโซ • ค่า Business Plate/Sticker: 250 เปโซ • ค่า Zoning Clearance: 345 เปโซ • ค่า QCBRB: 100 เปโซ • ค่าธรรมเนียมขยะ: 2,600 เปโซต่อไตรมาส • ค่าธรรมเนียมคำขอ: 250 เปโซ • ใบรับรองภาษีชุมชน (CTC): 500 เปโซ • Fire Safety RA: 718.20 เปโซ นอกจากนี้ บริษัทต้องได้รับการประเมินภาษีพื้นฐานและภาษีชุมชนเพิ่มเติม โดยอัตราภาษีชุมชนพื้นฐานขึ้นอยู่กับรูปแบบทางกฎหมายของบริษัทนั้นว่าเป็น บริษัท ห้างหุ้นส่วน หรือสมาคม (500 เปโซหรือต่ำกว่า) สำหรับภาษีชุมชนเพิ่มเติม (ไม่เกิน 10,000.00 เปโซ) ขึ้นอยู่กับมูลค่าการประเมินของอสังหาริมทรัพย์ที่บริษัทเป็นเจ้าของในฟิลิปปินส์ที่อัตรา 2.00 เปโซ สำหรับทุกๆ 5,000.00 เปโซ และจากรายรับรวม รวมถึงเงินปันผล หรือรายได้ที่ได้มาจากกิจกรรมทางธุรกิจในฟิลิปปินส์ในปีก่อนหน้าในอัตรา 2.00 เปโซ สำหรับทุกๆ 5,000.00 เปโซ	6 วัน	ดูรายละเอียดในขั้นตอน

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
5.	**รับการตรวจสอบ** หน่วยงาน: โดยทั่วไปจะมีการตรวจสอบในทางปฏิบัติก่อนที่จะออกใบอนุญาตประกอบธุรกิจ	1 วัน	ไม่มีค่าใช้จ่าย
6.	**ขอรับใบอนุญาต Barangay Clearance** หน่วยงาน: Barangay (หน่วยงานท้องถิ่น) ผู้ก่อตั้งบริษัทจะต้องได้รับใบอนุญาตและชำระภาษีชุมชนประจำปี ณ หน่วยงาน Barangay ท้องถิ่น (บริเวณใกล้เคียง) ในการขอรับ Barangay Clearance ต้องยื่นเอกสารดังนี้ (1) แบบฟอร์มคำขอ (2) หนังสือรับรองการจดทะเบียนธุรกิจของ SEC. (3) แผนผังสถานที่ตั้ง และ(4) สัญญาเช่าสำนักงานของบริษัท ทั้งนี้ ใบ Barangay Clearance จะได้รับจากหน่วยงาน Barangay ในพื้นที่ตั้งของธุรกิจ และค่าธรรมเนียมจะแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ Barangay เนื่องจากขึ้นอยู่กับดุลยพินิจในการกำหนดค่าธรรมเนียมของแต่ละพื้นที่ซึ่งจะอยู่ภายในขอบเขตที่กำหนดตามประมวลกฎหมายรัฐบาลท้องถิ่นและข้อบัญญัติของเมือง ยกตัวอย่าง ในเมือง Quezon กำหนดค่าธรรมเนียมอยู่ตั้งแต่ 300 เปโซจนถึง 1,000 เปโซ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ใบ Barangay Clearance จะได้รับภายใน 1 วัน โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขว่า Barangay Captain จะต้องอยู่ในสำนักงานในวันนั้น เนื่องจาก Barangay Captain เป็นเพียงผู้เดียวที่มีอำนาจลงนาม	1 วัน	500 เปโซ ค่าดำเนินการของ Barangay (Barangay Clearance)
7.	**ซื้อสมุดบัญชีพิเศษ (Special books of Account)** หน่วยงาน: ร้านหนังสือทั่วไป ธุรกิจจำเป็นต้องมีสมุดบัญชีพิเศษ (Special books of account) สำหรับการลงทะเบียนกับหน่วยงาน Bureau of Internal Revenue (BIR) โดยสมุดบัญชีมีจำหน่ายตามร้านหนังสือทั่วประเทศ 1 ชุด ประกอบด้วย 4 เล่ม (บัญชีรายรับเงินสด บัญชีการเบิกจ่าย บัญชีแยกประเภท และบัญชีทั่วไป) ราคาประมาณ 400 เปโซ ทั้งนี้ หากบริษัทมีระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ (CAS) สามารถเลือกลงทะเบียน CAS ภายใต้ขั้นตอนตามที่ระบุไว้ในบันทึกคำสั่ง BIR Revenue Memorandum Order Nos. 21-2000 and 29-2002 โดยทีมประเมินระบบคอมพิวเตอร์ของหน่วยงาน BIR จะทำการตรวจสอบและประเมินระบบคอมพิวเตอร์ภายใน 30 วันนับจากวันที่ได้รับแบบฟอร์มคำขอ (BIR Form No. 1900) และได้ดำเนินการทางเอกสารเรียบร้อยแล้ว	1 วัน	400 เปโซ

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
8.	**สมัครขอใบรับรองการลงทะเบียน (Certificate of Registration: COR) หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (TIN) และการอนุมัติการพิมพ์ใบเสร็จรับเงินและใบแจ้งหนี้** หน่วยงาน: Bureau of Internal Revenue (BIR) บริษัทที่จัดตั้งใหม่ทั้งหมดภายใต้การจดทะเบียนกับสำนักงาน SEC. จะได้รับหมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษี (TIN) ที่ออกให้ล่วงหน้าซึ่งระบุในหนังสือรับรองการจดทะเบียนของสำนักงาน SEC. ทั้งนี้ บริษัทต้องลงทะเบียน TIN ล่วงหน้าดังกล่าวกับหน่วยงาน BIR และต้องรายงานภาษีรายได้ทั้งหมดที่คาดว่าจะต้องรับผิดชอบ สำหรับข้อกำหนดในการยื่นขอรับหนังสือรับรองการลงทะเบียน (COR) กับหน่วยงาน BIR ได้แก่ • แบบฟอร์ม BIR No. 1903 • แบบฟอร์มชำระเงิน (BIR Form No. 0605) • หนังสือรับรองการจดทะเบียนธุรกิจจากสำนักงาน SEC. และ Article of Incorporation and bylaws • สัญญาเช่า (พร้อม BIR Form No.2000 และเอกสาร BIR Payment Form เพื่อเป็นหลักฐานการชำระภาษีอากรสแตมป์ในสัญญาเช่า) • เอสารการคืนภาษีแสตมป์ (BIR Form No. 2000) ในการออกหุ้นและแบบฟอร์มชำระเงิน (สำหรับการชำระเงิน DST) • ใบอนุญาตของนายกเทศมนตรี/ใบอนุญาตธุรกิจ (ได้รับการประทับตราอย่างถูกต้องโดยแผนกใบอนุญาตธุรกิจของรัฐบาลท้องถิ่น) ทั้งนี้ ในขณะจดทะเบียนภาษี บริษัทจะต้องให้ผู้อำนาจในการพิมพ์ใบเสร็จรับเงินและชำระค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้ • ค่า Certificate fee 100 เปโซ และภาษีอากรแสตมป์ 30 เปโซ • ค่าธรรมเนียมการลงทะเบียนรายปี 500 เปโซ • ค่าภาษีอากรสแตมป์ในเอกสารต้นฉบับการออกหุ้น ในอัตรา 2.00 เปโซ สำหรับทุก ๆ 200 เปโซ ของทุนของบริษัท ทั้งนี้ ค่าภาษีอากรสแตมป์ของสัญญาเช่าไม่รวมอยู่ในการคำนวณต้นทุน	1 วัน	ไม่มีค่าใช้จ่าย
9.	**พิมพ์ใบเสร็จรับเงินและใบแจ้งหนี้** หน่วยงาน: Bureau of Internal Revenue (BIR) ค่าใช้จ่ายเป็นไปตามข้อกำหนดของใบเสร็จรับเงินอย่างเป็นทางการ: กระดาษปอนด์ 1/2 (8 ½ x 5 ½ ซม.) in duplicate สีดำและไม่มีคาร์บอน ปริมาณการพิมพ์ขั้นต่ำ คือ 25 เล่ม	7 วัน	3,500 เปโซ

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
10.	**การจดทะเบียนกับระบบประกันสังคม (SSS)** หน่วยงาน: ระบบประกันสังคม (Social Security System) การจดทะเบียนกับระบบประกันสังคม บริษัทจะต้องยื่นเอกสารดังต่อไปนี้ •แบบฟอร์มการลงทะเบียนนายจ้าง (Form R-1) • รายงานการจ้าง (Form R-1A) • รายชื่อลูกจ้าง ระบุวันเดือนปีเกิด ตำแหน่ง เงินเดือนและวันที่เริ่มจ้าง • Article of incorporation เมื่อยื่นเอกสารที่จำเป็นดังกล่าวแล้ว จะได้รับหมายเลขนายจ้างและลูกจ้างของระบบประกันสังคม โดยลูกจ้างอาจเข้าร่วมการสัมมนาฝึกอบรมระบบประกันสังคมหลังจากลงทะเบียน ทั้งนี้ ระบบประกันสังคมต้องการให้สมาชิกทุกคนผ่านการฝึกอบรมดังกล่าวเพื่อให้สมาชิกแต่ละรายตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตน	1 วัน (เกิดขึ้นพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้า)	ไม่มีค่าใช้จ่าย
11.	**การจดทะเบียนกับบริษัทประกันสุขภาพฟิลิปปินส์ (PhilHealth)** หน่วยงาน: Philippine Health Insurance Company (PhilHealth) ในการจดทะเบียนกับ PhilHealth บริษัทจะต้องยื่นเอกสารดังต่อไปนี้ • บันทึกข้อมูลนายจ้าง (Form ER1) • รายงานสมาชิกลูกจ้าง (Form ER2) • การจดทะเบียนกับสำนักงาน SEC. • การจดทะเบียนกับหน่วยงาน BIR • สำเนาใบอนุญาตธุรกิจ เมื่อยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องดังกล่าวแล้ว บริษัทจะได้รับสำเนาแบบฟอร์มทั้งหมดไว้เป็นหลักฐานการเป็นสมาชิกจนกว่า PhilHealth จะออกหมายเลขนายจ้างและลูกจ้างภายในสามเดือน	1 วัน (เกิดขึ้นพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้า)	ไม่มีค่าใช้จ่าย
12.	**การจดทะเบียนกับกองทุน Home Development Mutual Fund (Pag-ibig)** หน่วยงาน : Home Development Mutual Fund (Pag-ibig) ในการจดทะเบียนกับกองทุน Home Development Mutual Fund (Pag-ibig) บริษัทต้องยื่นเอกสารดังต่อไปนี้ • แบบฟอร์มข้อมูลนายจ้าง (EDF [FPF040]) • แบบฟอร์มตัวอย่างลายมือชื่อ (SSF[FPF170]) • สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนธุรกิจกับสำนักงาน SEC. และสำเนา Articles of Incorporation and By-laws	1 วัน (เกิดขึ้นพร้อมกับขั้นตอนก่อนหน้า)	ไม่มีค่าใช้จ่าย

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลาดำเนินการ	ต้นทุนที่เกี่ยวข้อง
	• มติคณะกรรมการหรือหนังสือรับรองของเลขานุการที่ระบุตัวแทนผู้มีอำนาจที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้อง เมื่อยื่นเอกสารดังกล่าวครบถ้วนและชำระเงินสมทบเข้ากองทุนงวดแรก จะได้รับหมายเลข HDMF และหนังสือรับรองการจดทะเบียน HDMF		
13.	**ยื่นใบรับรองการจัดส่งใบเสร็จรับเงินและใบแจ้งหนี้ (PCD) และ Sworn Statement ต่อหน่วยงาน Bureau of Internal Revenue** หน่วยงาน: Bureau of Internal Revenue (BIR) หลังจากพิมพ์ใบเสร็จรับเงินและใบแจ้งหนี้ เครื่องพิมพ์ออกหนังสือรับรองการจัดส่งใบเสร็จรับเงินและใบแจ้งหนี้ (PCD) ของเครื่องพิมพ์ให้กับบริษัท ซึ่งจะต้องยื่นต่อสำนักงาน BIR RDO (RDO ที่มีเขตอำนาจอยู่ในที่ตั้งสถานที่ประกอบธุรกิจหลักของบริษัท) เพื่อจดทะเบียนและประทับตราภายใน 30 วันนับจากวันที่ออก บริษัทต้องยื่นเอกสารดังต่อไปนี้ • สมุดบัญชีที่จำเป็นทั้งหมด • หนังสือรับรองการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม • การจดทะเบียนกับสำนักงาน SEC. • แบบฟอร์ม BIR W-5 • สำเนา ATP ที่รับรองถูกต้อง • Sworn statement ของผู้เสียภาษีที่ได้รับการรับรองที่ระบุความรับผิดชอบและภาระผูกพันของผู้เสียภาษี ทั้งนี้ บริษัทจะต้องส่งสำเนา PCD ไปยัง BIR RDO ที่มีเขตอำนาจเหนือสถานที่ประกอบธุรกิจหลักของเครื่องพิมพ์	1 วัน	ไม่มีค่าใช้จ่าย

DITP Department of International Trade Promotion Ministry of Commerce, THAILAND

ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน

THAI TRADE CENTER IN MANILA
Royal Thai Embassy
107 Rada St., Legazpi Village, Makati City, Metro Manila, Philippines
Tel: (632) 8894 0406 / 8894 0403
Fax: (632) 8816 0698
Email: thaicommnl@ymail.com
Website: www.ditp.go.th

หมายเหตุ : เป็นกรณีตัวอย่างการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในเมือง Quezon ประเทศฟิลิปปินส์ ข้อมูลจาก World Bank Group., Doing Business 2020

6
คำถามที่ถามบ่อยเกี่ยวกับการค้าและการลงทุน (FAQ)

Q1 : ทำไมตลาดฟิลิปปินส์จึงน่าสนใจ

A1 : ตลาดฟิลิปปินส์ในปัจจุบันมีความน่าสนใจ เนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น จำนวนประชากรของฟิลิปปินส์ที่มีมากเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน รองจากประเทศอินโดนีเซีย ทำให้เป็นตลาดขนาดใหญ่ของภูมิภาค รวมทั้งประชากรของฟิลิปปินส์มีกำลังซื้อมากขึ้น จากภาวะเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และยังมีแหล่งรายได้หลักของประเทศจากการเงินโอนกลับประเทศของแรงงานฟิลิปปินส์ที่ทำงานอยู่ในต่างประเทศ รวมถึงรายได้จากอุตสาหกรรม BPO ทำให้ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์มีรายได้ที่สามารถจับจ่ายมากขึ้นและมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้ อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ฟิลิปปินส์เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจคือ นโยบายของรัฐบาลฟิลิปปินส์ที่กำลังเร่งปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศโดยมีการทุ่มงบประมาณจำนวนมหาศาลในแต่ละปี ทำให้อุตสาหกรรมการก่อสร้างของประเทศมีการขยายตัวค่อนข้างมาก และกลายเป็นโอกาสของสินค้าวัสดุก่อสร้างในการขยายตลาดเข้ามาในฟิลิปปินส์มากขึ้น

Q2 : อุปสรรคสำคัญในการทำธุรกิจกับฟิลิปปินส์มีอะไรบ้าง

A2 : 1. มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบราชการอยู่เสมอ กฎระเบียบเข้มงวดและซับซ้อน

2. ปัญหาทุจริตคอรัปชั่นยังคงมีอยู่มากในทุกระดับ แม้แต่การเสนอขายสินค้าให้กับบริษัทห้างร้านใหญ่ๆ บางครั้งต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อความสะดวกและแก้ปัญหาความล่าช้า

3. สหภาพแรงงานแข็งแกร่งและมีบทบาทมากทำให้มีการเรียกร้องค่าแรงเพิ่มอยู่เสมอ ทำให้ผู้ประกอบการหลบเลี่ยงปัญหาโดยจ้างคนงานต่ำกว่า 6 เดือน เพื่อมิให้สามารถเข้าเป็นสมาชิกสหภาพแรงงานได้ ทำให้คนงานไม่มีความชำนาญ

4. ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมีการจับตัวเรียกค่าไถ่ แม้รัฐบาลกำลังปราบปรามโจรก่อการร้ายอยู่ แต่ปัญหาดังกล่าวก็ยังคงอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่กล้าเข้ามาเที่ยวในประเทศมากนัก ทั้งที่มีธรรมชาติสวยงาม โดยเฉพาะทะเลทางตอนใต้ของประเทศซึ่งเป็นที่ซ่องสุมของผู้ก่อการร้าย

5. โครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานยังไม่ประสิทธิภาพ เกิดปัญหาไฟฟ้าดับบ่อย เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก ไม่สามารถรองรับการขยายตัวด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมได้อย่างเต็มที่

Q3 : ปัจจัยที่นักลงทุนไทยควรพิจารณา หากต้องการไปลงทุนในฟิลิปปินส์

A3 : การลงทุนในฟิลิปปินส์ นักลงทุนไทยควรตระหนักถึงความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทั้งเส้นทางคมนาคม ท่าเรือ สนามบิน และไฟฟ้า รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มักเกิดขึ้นอยู่เสมอ ดังนั้นการลงทุนในฟิลิปปินส์ควรอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ดังกล่าวมีความพร้อมมากกว่าพื้นที่อื่นๆ นอกจากนี้ การลงทุนในเขตดังกล่าวยังได้สิทธิประโยชน์ค่อนข้างสูง เช่น ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 4-8 ปี หลังจากนั้นยังมีสิทธิเลือกเสียภาษีในอัตราพิเศษร้อยละ 5 ของรายได้รวมอีกด้วย

Q4 : สินค้าส่งออกหลักของไทยไปยังฟิลิปปินส์ มีอะไรบ้าง

A4 : สินค้าส่งออกไปยังฟิลิปปินส์ 5 อันดับแรกของไทย ได้แก่ 1) รถยนต์และส่วนประกอบ 2) แผงวงจรไฟฟ้า 3) น้ำมันสำเร็จรูป 4) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และ 5) เม็ดพลาสติก โดยฟิลิปปินส์เปิดเสรีด้านการค้า และไม่มีกฎระเบียบพิเศษ

Q5 : ไทยสามารถส่งออกผลไม้ไปยังฟิลิปปินส์ได้หรือไม่

A5 : ฟิลิปปินส์มีมาตรการห้ามนำเข้าผักและผลไม้สดจากประเทศเขตร้อน เพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาด โรคแมลงและโรคพืชที่ติดมากับผลไม้ โดยฟิลิปปินส์อนุญาตให้นำเข้าผลไม้สดจากประเทศไทยได้เพียงสองชนิด ได้แก่ มะขามและลองกอง อย่างไรก็ตาม สำหรับผลไม้แปรรูปต่างๆ ไม่มีมาตรการห้ามนำเข้าแต่อย่างใด

7
หน่วยงานติดต่อที่สำคัญ

7.1 หน่วยงานราชการของฟิลิปปินส์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการนำเข้า/ ส่งออก

1. DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY

Trade & Industry Building

361 Senator Gil J. Puyat Avenue, Makati City, Philippines

Tel : (632) 7791 3101, 77510 384

E-Mail : ask@dti.gov.ph

Website : https://www.dti.gov.ph/

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

3F Tara Building,389 Sen. Gil Puyat Ave., Makati City, Philippines

Tel : (632) 8896 4430

E-Mail : bis@dti.gov.ph; bis_irmd@dti.gov.ph

Website : https://www.dti.gov.ph/negosyo/imports/

3. EXPORT MARKETING BUREAU, DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY

1-2F DTI International Building, 375 Sen. Gil J. Puyat Ave., Makati City, Philippines

Tel : (632) 8465 3300 locs. 102, 104

Fax : (632) 8899 0111

E-Mail : Exponet@dti.gov.ph; exports@dti.gov.ph

Website : https://www.dti.gov.ph/negosyo/exports/

4. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

Civic Drive Filinvest Corporate City, Alabang, Muntinlupa City, Philippines

Tel : (632) 8857 1900

E-Mail : info@fda.gov.ph

Website : https://www.fda.gov.ph/

5. NATIONAL FOOD AUTHORITY

National Food Authority, Visayas Avenue, Brgy. Vasra, Quezon City, Philippines

Tel : (639) 171139347

E-Mail : administrator@nfa.gov.ph

Website : https://nfa.gov.ph/

6. PHILIPPINE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY (PCCI)

3F Commerce and Industry Plaza, 1030 Campus Ave. cor. Park Ave.
McKinley Town Center, Fort Bonifacio, Taguig City, Philippines 1634
Phone: (+632) 846 8196
E-Mail : secretariat@philippinechamber.com
Website : https://www.philippinechamber.com/

7.2 รายชื่อที่ติดต่อหน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจไทย

1. ROYAL THAI EMBASSY

107 Rada/ Thailand's St. Legaspi Village, Makati City, Philippines.
Tel : (632) 88154219, 88103833
Fax : (632) 8881-4221
E-Mail : royalthaiembassy107@gmail.com

2. THAI TRADE CENTER, Manila

107 Rada/ Thailand's St. Legaspi Village, MakatiI City, Philippines.
Tel : (632) 88940403, (632) 8940406
Fax : (632) 8816 0698
E-Mail : thaicommnl@ymail.com

7.3 รายชื่อซูเปอร์มาร์เกต์และห้างสรรพสินค้าในฟิลิปปินส์

1. SM HYPERMARKET

SM Corporate Offices Building, E.J.W. Diokno Boulevard,
Mall of Asia Complex, Pasay City, Philippines
Tel. : (632) 88338863; 85527031
Email : support@smmarkets.ph
Website: www.smmarkets.ph

2. PUREGOLD DUTY FREE

Ground Floor Building 1, Tabacalera Compound
900 D. Romualdez Street, Paco, Manila, Philippines

Tel : (632) 85266648; 85244351

Email : customerservice@puregold.com.ph

Website : www.puregold.com.ph

3. S & R MEMBERSHIP SHOPPING

32 nd Street, 5th Avenue, Bonifacio Global City, Taguig City, Philippines

Tel : (632) 88880433 ext. 110

Email : vpineda.snrshopping@gmail.com; kgo.snrshopping@gmail.com

Website : www.snrshopping.com

4. ROBINSONS SUPERMARKET

Robinsons Retail Holdings, Inc.

43rd Floor, Robinsons Equitable Tower,

ADB Avenue corner Poveda Streets, Ortigas Center,

Pasig City, Philippines

Tel : (632) 86350751

Email : robsupermarket@rsc.com.ph

Website : www.robinsinsretail.com.ph

5. METRO RETAIL STORE (METRO GAISANO SUPERMARKET)

Vicsal Building corner C.D. Seno and W.O. Seno Streets Guizo,

North Reclamation Area, Mandaue City, Philippines (HEAD OFFICE)

Tel : (6332) 2368390

6th Floor Metro Market! Market!, Bonifacio Global City,

Taguig City, Philippines

Tel : (632) 88430032

Email : gwendolynn.yu@metroretail.ph

Website : www.metroretail.ph

6. RUSTAN'S SUPERMARKET

110E. Rodriguez Jr., Avenue, Bagumbayan, Libis, Quezon City, Philippines

Tel : (632) 89099000

Email : rscimarketing@gmail.com

Website : www.rustansfresh.com

7. LANDERS SUPERSTORE

1890 Paz Guanzon Street, Paco, Manila, Philippines

Tel : (632) 88197040; 88197041

Email : customerservice@landers.ph

Website : www.landers.ph

8. THE LANDMARK SUPERMARKET

The Landmark Building, Makati Avenue, Makati City, Philippines

Tel : (632) 88109990; 88153537

Facebook : facebook.com/landmarkphil

Website : www.landmark.com.ph

9. ALL DAY SUPERMARKET

4th Floor, Starmall Alabang, Muntinlupa City, Philippines

Tel : (632) 85540185; 85709160

Email : info@allday.com.ph

Website : www.allday.com.ph

10. WALTER MART SUPERMARKET

Building 8001 A. North EDSA Barangay Veterans Village, Quezon City, Philippines

Tel : (632) 88516081

Email : customercare@waltermart.com.ph

Website : www.waltermart.com.ph

11. SUPER 8 GROCERY WAREHOUSE

Bonifacio High Street 11th Avenue,

Fort Bonifacio Global City, Taguig, Metro Manila, Philippines

Tel : (632) 88563495

Email : contact@super8.ph

Website : www.super8.ph

12. FISHER SUPERMARKET

General Lim Street, Barangay Santa Cruz, Quezon City, Philippines

Tel : (632) 82941566 to 67 extension 227 or 228

Email : fishersupermarket.shop@fishermall.com.ph

Website : www.fishersupermarket.com

13. SM SUPERMALLS

SM Corporate Offices Building, E.J.W. Diokno Boulevard, Mall of Asia Complex, Pasay City

Tel : (632)8811-0000

Email : perkin.so@supermalls.com

Website : www.supermalls.com

14. RUSTANS DEPARTMENT STORE

3rd Floor, Midland Buendia Building, 403 Sen. Gil Puyat Avenue, Makati City, Philippines

Tel : (632) 88909703

Email : info@rustans.com

Website : www.rustans.com

15. ROBINSONS DEPARTMENT STORE

110 E. Rodriguez Jr. Avenue, Bagumbayan, Quezon City, Philippines

Tel : (632) 86350751

Email : info-RRH@robinsonsonsretail.com.ph

Website : www. robinsonsdepartmentstore.com.ph

16. METRO RETAIL STORE

Vicsal Building corner C.D. Seno and W.O. Seno Streets Guizo,

North Reclamation Area, Mandaue City, Philippines (HEAD OFFICE)

Tel : (6332) 2368390

6th Floor Metro Market! Market!, Bonifacio Global City, Taguig City, Philippines

Tel : (632) 88430032

Email : raphael.gaisano@metroretail.com.ph

Website : www.metroretail.ph

17. THE LANDMARK DEPARTMENT STORE

The Landmark Building, Makati Avenue, Makati City, Philippines

Tel : (632) 88109990; 88153537

Facebook : facebook.com/landmarkphil

Website : www.landmark.com.ph

18. CINDERELLA MARKETING CORPORATION

825 E. delos Santos Avenue, Quezon City, Philippines

Tel : (632) 89269093; 89269091

Email : mycinderellamarketing@gmail.com

19. CITISTORES, INC.

1408 Eastbank Road, Sta Lucia, Pasig City

Tel : (632) 86427868

Fax : (632) 86427958

Websites : www.citistores.com

20. ISETANN DEPARTMENT STORE

Isetann Cinerama Recto, C. M. Recto Avenue corner

Evangelista Street and Quiapo, Manila, Philippines

Tel : (632) 87338290; 87338281

Email : customer_service@isetann.com.ph

Website : www.isetann.com.ph

Department of International Trade Promotion

Ministry of Commerce, THAILAND

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

563 ถ.นนทบุรี 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