

ประเทศฟิลิปปินส์



(1) ข้อมูลทั่วไป:

เมืองหลวง : กรุงมะนิลา

พื้นที่ : 300,000 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเกาะ 7,107 เกาะ

ประชากร : 102 ล้านคน

เมืองสำคัญ : Cebu ; Davao ; Subic, Clark

ภาษาราชการ : อังกฤษ และฟิลิปปิโน

ระบอบการปกครอง : ระบอบประชาธิปไตย ในรูปแบบสาธารณรัฐ

ศาสนา : คริสต์ คาทอลิก

ประธานาธิบดี : โรดริโก ดูเตเต้ (เข้าสาบานตน 30 มิ.ย.60)

อัตราแลกเปลี่ยน : 1 USD= 46.7 PHP (ณ 24 เม.ย.59)

ทรัพยากรธรรมชาติ : นิกเกิล ทองแดง ทองคำ โครเมียม ป่าไม้ ทรัพยากร

ประมง เป็นผู้ผลิตทองแดงรายใหญ่ที่สุดในอาเซียน และเป็น 1 ใน 10 ผู้ผลิต

ทองคำรายใหญ่ที่สุดของโลก

(2) เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ ฟิลิปปินส์

	ปี 2015	ปี 2016	ปี 2017
GDP (US\$bn) Current Prices	299.32	330.23	366.75
GDP Per Capita (US\$)	2,951.15	3,192.14	3,475.66
GDP growth (%)	6.0	6.3	6.5
Goods & services exports (%)	9.04	6.47	5.61
Inflation (%)	1.89	3.38	3.46
Unemployment Rate	6.3	6.0	5.9

สินค้าส่งออกที่สำคัญของฟิลิปปินส์ : แผงวงจรไฟฟ้า คอมพิวเตอร์อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ไม้ เข็มคอนดักเตอร์ สีนแร่ (นิกเกิล ทองแดง) อุปกรณ์ การแพทย์ ชิ้นส่วนยานยนต์

สินค้านำเข้าสำคัญของฟิลิปปินส์ : น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป แผงวงจร ไฟฟ้า รถยนต์ เม็ดพลาสติก เหล็ก อาหารสัตว์(กากถั่วเหลือง) ข้าวสาลี ข้าว ตลาดส่งออกที่สำคัญของฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน ฮองกง สิงคโปร์ ไทย

ตลาดนำเข้าสำคัญของฟิลิปปินส์ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ ไทย

(3) ยุทธศาสตร์/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ (ตลาดอาเซียน)

● การดำเนินการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ ปัจจุบัน อาเซียนเป็นเสมือน extended nation ของไทย เป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย จึงเป็นที่มาของยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศปีงบประมาณ ๒๕๕๙ ที่มุ่งเน้นการเจาะตลาดเชิงกลยุทธ์ 'Deepening ASEAN' ดังนี้ (๑) บุคคลเมืองใหม่ เน้นหัวเมืองหลักเพิ่มเติมจากเมืองหลวง และเจาะตลาดสินค้ากลุ่มเป้าหมาย (segmentation) (๒) เร่งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการเพื่อเป็นนักธุรกิจใหม่ (trader) มุ่งเน้น SMEs ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมอย่างครบวงจร เน้นการเป็นที่เล็งเห็นทางธุรกิจ (coaching) ตั้งแต่การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศและทักษะทางการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ที่เกี่ยวข้อง โดยให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ การออกแบบ และนวัตกรรม และการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาเชิงลึก (๓) สนับสนุนด้านการตลาดและพัฒนาช่องทางใหม่ๆในการสู่ตลาดต่างประเทศ อาทิ การค้าผ่านช่องทาง modern trade และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล

● สำหรับตลาดฟิลิปปินส์ เป็นตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่เป็นอันดับ ๒ ของอาเซียน ด้วยประชากรกว่า ๑๐๐ ล้านคน และเป็นประเทศในกลุ่ม ASEAN-๕ หนึ่งเดียวที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราสูงอย่างต่อเนื่องกว่าร้อยละ ๖ ต่อปี ส่งผลให้ประชากรมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

● โอกาสสำหรับสินค้าและบริการของไทย ได้แก่ ๑) อาหาร/เครื่องดื่ม และข้าว เนื่องจากผลผลิตไม่พอเพียงสำหรับการบริโภคภายในประเทศ ๒) ชิ้นส่วนยานยนต์ ต้นทุนการผลิตสูงทำให้มีโรงงานผลิตรถยนต์น้อย และถนนส่วนใหญ่ไม่ทำให้รถยนต์เกิดการสึกหรอต้องเปลี่ยนอะไหล่และชิ้นส่วนบ่อย ๓) วัสดุก่อสร้าง/อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน บริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง เนื่องจากอาคารบ้านเรือนได้รับความเสียหายจากพายุไต้ฝุ่น ซึ่งมีเป็นประจำทุกปี และการขยายตัวของสังคมเมือง ๔) สปา เครื่องสำอาง/ผลิตภัณฑ์ความงาม เนื่องจากชนชั้นกลาง/วัยทำงาน มีรายได้สูงขึ้น ทั้งนี้ ควรขยายการค้าไปสู่เมืองรองโดยเฉพาะเกาะทางใต้ อาทิ เซบู ซึ่งมีกำลังการซื้อสูงแต่สินค้ายังขายไปไม่ทั่วถึง

กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559)

๑. จัดงานสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brands) ณ กรุงมะนิลา วันที่ ๓-๖ มีนาคม ๕๙

๒. จัดงานแสดงสินค้าไทย (Mini Thailand Week) ณ เมืองเซบู มิถุนายน ๕๙

(4) สถานการณ์เศรษฐกิจ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจ/นโยบายเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์

ระยะสั้น เร่งแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐเพื่อเร่งการใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศและกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ ปรับกฎระเบียบให้มีความสะดวกยิ่งขึ้นสำหรับด้านการค้าการลงทุน พัฒนารัฐกิจบริการรับจ้างบริหารระบบธุรกิจหรือ Business Process Outsourcing BPO ทั่วประเทศ (ทั้งในเมืองหลักและเมืองรอง)

ระยะกลาง ปฏิรูปนโยบายภาษี เพิ่มการแข่งขันในอุตสาหกรรม (ลดการผูกขาด) เพิ่มการลงทุนภายในประเทศ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพลังงาน แก้ไขปัญหาคอร์รัปชัน

ระยะยาว ลดความยากจนและปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อกระจายความมั่งคั่ง

แนวโน้มเศรษฐกิจฟิลิปปินส์

● ปัจจัยหลักที่มีผลต่อเศรษฐกิจในปีคือการเลือกตั้งประธานาธิบดีเมื่อเดือน พฤษภาคมที่ผ่านมา โดยผู้ชนะคือนาย Rodrigo Duterte ซึ่งชนะด้วยนโยบายหาเสียงเรื่องการปราบอาชญากรรมด้วยความรุนแรง และการแก้ไขปัญหาช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวย โดยนาย Duterte มีแนวโน้มจะสนับสนุนการเกษตรและอุตสาหกรรมพื้นฐานเพื่อกระจายรายได้และสร้างงานให้กับประชาชนในชนบท

● IMF คาดการณ์ว่า อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ จะอยู่ที่ร้อยละ 6 ในปี 2016 ด้วยการผลิตอย่างรวดเร็วของภาคบริการ โดยเฉพาะธุรกิจ BPO สาขา call center และมีการเร่งสร้างเมืองใหม่เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม BPO และเป็นแรงดึงดูดให้คนฟิลิปปินส์ที่ทำงานในต่างแดนกลับมาทำงานและอยู่อาศัยในเมืองใหม่ที่จะเป็นเขตธุรกิจที่สำคัญเหล่านี้

GDP ฟิลิปปินส์ในไตรมาสแรกของปี 2016 ซึ่งเป็นไตรมาสสุดท้ายได้การ บริหารงานของประธานาธิบดี Aquino ขยายตัวร้อยละ ๖.๙ ซึ่งเป็นอัตราที่สูงที่สุดในเอเชีย โดยภาคส่วนต่าง ๆ เชื่อมั่นว่า หากประธานาธิบดี Duterte สานนโยบายด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจากประธานาธิบดี Aquino จะมีโอกาสให้ GDP ฟิลิปปินส์ปีนี้ขยายตัวมากถึงร้อยละ ๖.๘-๗.๘ แรงขับเคลื่อนด้านอุปสงค์มาจากการก่อสร้างที่ขยายตัวร้อยละ ๑๒ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการขยายตัวของภาครัฐโครงการภาครัฐ ซึ่งขยายตัวมากถึงร้อยละ ๓๙.๙ ส่วนแรงขับเคลื่อนด้านอุปทานมาจากภาคอุตสาหกรรมและการบริการ ซึ่งขยายตัวร้อยละ ๘.๗ และ ๗.๙ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ภาคเกษตรยังคงมีความอ่อนแอ โดยมีการหดตัวร้อยละ ๔.๔ ซึ่งเป็นผลจากปรากฏการณ์เอลนีโญ

● ชนชั้นกลางในฟิลิปปินส์ขยายตัวมากและมีกำลังซื้อมากขึ้น ตามการเติบโตของเศรษฐกิจและการพัฒนาของเมือง ส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าบางชนิดเพิ่มตามไปด้วย เช่น รถยนต์ ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป เครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น

● ความท้าทายที่สำคัญในการส่งออกสินค้าและบริการไปยังฟิลิปปินส์ ได้แก่ 1. กฎระเบียบซึ่งยังคงมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงบ่อย การขอใบอนุญาตใช้เวลานาน โดยเฉพาะสินค้าอาหารและเครื่องสำอาง 2. ระบบโลจิสติกส์ เนื่องจากภูมิประเทศเป็นเกาะ 3. โครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศยังมีข้อจำกัด เช่น ท่าเรือมะนิลาที่มีความแออัดมาก เป็นต้น

(5) สถานการณ์การค้าระหว่างไทยกับฟิลิปปินส์

เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)			
	ปี 2015 (%)	ปี 2015	ปี 2016		ปี 2015	ปี 2016		ปี 2015	ปี 2016	
			ม.ค.-ส.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ส.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ส.ค.	+/- (%)
+5%		8,349.77 (-1.54)	5,935.71	12.28	5,991.65 (2.11)	4,185.36	13.64	2,358.12 (-9.73)	1,750.35	9.16

(6) สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดฟิลิปปินส์ ปี 2015 – ปี 2016 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2015	ปี 2015 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2016 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2016 +/- (%) ม.ค.-ส.ค.
1. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,067.85	1,200.62	1,488.22	23.95
2. แผงวงจรไฟฟ้า	401.60	284.93	269.18	-5.53
3. เม็ดพลาสติก	225.53	150.57	163.84	8.81
4. เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว	189.99	130.92	152.42	16.42
5. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	173.85	115.11	140.79	22.31
6. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	144.45	99.45	113.41	14.04
7. เคมีภัณฑ์	151.29	104.02	110.92	6.63
8. ผลิตภัณฑ์พลาสติก	127.65	84.86	98.52	16.10
9. น้ำตาลทราย	19.89	16.17	98.39	508.47
10. ข้าวโพด	20.17	16.94	98.30	450.77
การส่งออกรวม	5,991.65	3,682.87	4,185.36	13.64

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

(7) สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดฟิลิปปินส์ ปี 2015 – ปี 2016 หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2015	ปี 2015 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2016 ม.ค.-ส.ค.	ปี 2016 +/- (%) ม.ค.-ส.ค.
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	418.31	235.29	332.51	41.32
2. แผงวงจรไฟฟ้า	407.48	299.18	306.02	2.29
3. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	344.01	240.77	215.75	-10.39
4. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	289.44	201.78	189.44	-6.12
5. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	86.24	62.26	159.52	156.22
6. น้ำมันดิบ	100.83	83.48	74.20	-11.12
7. ลวดและสายเคเบิล	97.56	66.32	70.05	5.62
8. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	49.37	32.84	51.23	56.00
9. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ	68.01	43.30	34.83	-19.56
10. เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การแพทย์	53.91	36.76	32.26	-12.24
การนำเข้ารวม	2,358.12	1,603.51	1,750.35	9.16

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร