

ถาม : อยากทราบถึงทิศทางและโอกาสในการขยายตลาดสินค้าอาหารในฟิลิปปินส์

ตอบ : ฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนที่ผู้ประกอบการไทยไม่ค่อยให้ความสนใจมากนัก แต่ที่จริงแล้วฟิลิปปินส์มีจุดเด่นที่น่าดึงดูดหลายด้าน อาทิ เศรษฐกิจที่ค่อนข้างมั่นคง เนื่องจากเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ขับเคลื่อนด้วยภาคบริการเป็นหลัก และพึ่งพารายได้จากแรงงานที่ไปทำงานในต่างประเทศและการใช้จ่ายในประเทศเป็นสำคัญ ขณะเดียวกันฟิลิปปินส์ยังเตรียมก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางธุรกิจบริการ Call Center ชั้นนำของโลกแทนที่อินเดีย หลังจากศูนย์บริการ Call Center จากต่างประเทศจำนวนมากเข้ามาลงทุนในฟิลิปปินส์เพื่อใช้ประโยชน์จากบุคลากรที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี อีกทั้งฟิลิปปินส์ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์อีกเป็นจำนวนมากทั้งน้ำมันและแร่ธาตุสำคัญ เช่น ทองแดง ทองคำ เงิน และนิกเกิล นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังมีจุดเด่นที่น่าสนใจ คือ การเป็นตลาดขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากรกว่า 100 ล้านคนมากเป็นอันดับ 2 ของอาเซียนรองจากอินโดนีเซีย ทำให้ฟิลิปปินส์มีความต้องการสินค้าอาหารอยู่ในระดับสูง ประกอบกับฟิลิปปินส์ประสบภัยธรรมชาติบ่อยครั้ง และมีเทคโนโลยีทางการเกษตรที่ค่อนข้างล้าหลัง ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าอาหารได้เพียงพอกับความต้องการ จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก นับเป็นโอกาสของผู้ส่งออกสินค้าอาหารของไทยที่จะเข้าไปเจาะตลาดสินค้าอาหารในฟิลิปปินส์ที่ยังเปิดกว้างอยู่มาก โดยเฉพาะเมื่อไทยและฟิลิปปินส์ก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ซึ่งจะทำให้อุปสรรคทางการค้าทั้งด้านภาษีและมิใช่ภาษีถูกขจัดให้หมดไป

ในเบื้องต้นผู้ประกอบการไทยที่สนใจเจาะตลาดฟิลิปปินส์ควรให้ความสำคัญกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของชาวฟิลิปปินส์เป็นลำดับแรก ซึ่งส่วนใหญ่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลักเหมือนคนไทย ส่วนเนื้อสัตว์นิยมบริโภคเนื้อไก่ อีกทั้งยังนิยมบริโภคผลไม้ไทย อาทิ มะขาม และลองกอง ขณะที่วัตถุดิบในการปรุงอาหารและเครื่องปรุงอาหารของฟิลิปปินส์คล้ายคลึงกับของไทย นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์ยังนิยมรับประทานอาหารที่มีรสหวานและมีไขมันมากโดยเฉพาะขนมประเภทเบเกอรี่ อีกทั้งยังนิยมรับประทานอาหารหลายมื้อ ซึ่งบางคนอาจมากถึง 5-6 มื้อต่อวัน ทั้งนี้ สินค้าอาหารสำคัญที่ฟิลิปปินส์นำเข้า ได้แก่ ข้าว ผลิตภัณฑ์นม อาหารสำเร็จรูปปรุงแต่ง บะหมี่สำเร็จรูป ซอสปรุงรส ผลไม้อบแห้งและน้ำผลไม้ ซึ่งปัจจุบันฟิลิปปินส์หันมานำเข้าจากกลุ่มประเทศอาเซียนมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่ามีความใกล้เคียงกับที่นำเข้าจากสหรัฐฯ และยุโรป ซึ่งมีราคาแพงกว่า ขณะเดียวกันยังมีต้นทุนค่าขนส่งถูกกว่าด้วยระยะทางขนส่งที่สั้นกว่า อีกทั้งยังสามารถใช้สิทธิประโยชน์ด้านการค้าระหว่างกันจากการเป็นสมาชิกอาเซียนได้อีกด้วย

ทั้งนี้ สินค้าอาหารของไทยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 7% ของตลาดสินค้าอาหารทั้งหมดในฟิลิปปินส์ โดยสินค้าอาหารที่ไทยส่งออกไปฟิลิปปินส์เป็นหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ น้ำตาลทราย ข้าว สิ่งปรุงรสอาหาร เครื่องดื่ม นม และผลิตภัณฑ์นม และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง โดยมีคู่แข่งสำคัญ ได้แก่ เกาหลีใต้ จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ทั้งนี้ การขยายตลาดสินค้าอาหารของไทยในฟิลิปปินส์ยังมีโอกาสอีกมาก สะท้อนได้จากมูลค่านำเข้าสินค้าอาหารของฟิลิปปินส์ที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทุกปี ด้วยมูลค่าราว 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ไทยส่งออกสินค้าอาหารไปฟิลิปปินส์เป็นมูลค่าราว 200-250 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จึงยังมีช่องว่างในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้อีกมาก นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวฟิลิปปินส์ยังมีความคล้ายคลึงกับคนไทย สำหรับผู้ส่งออกไทยที่สนใจเจาะตลาดสินค้าอาหารในฟิลิปปินส์สามารถใช้ช่องทางการตลาดที่มีศักยภาพได้ 3 ช่องทาง คือ ช่องทางแรก ผ่านผู้นำเข้าท้องถิ่นที่มีระบบกระจายสินค้าสู่ร้านค้าปลีก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้นำเข้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ ช่องทางที่ 2 ผ่านร้านค้าปลีกที่มีระบบกระจายสินค้าเป็นของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่ายกระจายอยู่ทั่วประเทศ และ ช่องทางที่ 3 ผ่านศูนย์กระจายสินค้าที่เป็นของเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่มีเครือข่ายกระจายสินค้าเป็นของตนเองและกระจายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกในเครือ ทั้งนี้ แม้ว่าฟิลิปปินส์ไม่มีข้อจำกัดด้านการนำเข้าสินค้าอาหารประเภทอาหารสำเร็จรูป อาหารปรุงแต่ง และอาหารกึ่งสำเร็จรูป แต่ผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องศึกษากฎระเบียบการนำเข้าสินค้าอาหารของฟิลิปปินส์อย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยเฉพาะมาตรการควบคุมการนำเข้าสินค้าเกษตรและปศุสัตว์ ซึ่งมีข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด จึงจะสามารถส่งออกไปฟิลิปปินส์ได้อย่างราบรื่น