



รายงานตลาดเชิงลึก สินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

มิถุนายน 2567

สารบัญ

ลำดับ	เรื่อง	หน้า
1.	ความเป็นมาและประชากรมุสลิมในฟิลิปปินส์	1
2.	ศักยภาพตลาดฮาลาลในฟิลิปปินส์	5
3.	อุตสาหกรรมฮาลาลของฟิลิปปินส์	6
4.	พฤติกรรมผู้บริโภคตลาดฮาลาลในฟิลิปปินส์	10
5.	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ฮาลาลของฟิลิปปินส์	12
6.	นโยบายภาครัฐ และกฎระเบียบการออกเครื่องหมายและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลในฟิลิปปินส์	14
7.	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์	15
8.	สถิติการนำเข้าสินค้าฮาลาลของฟิลิปปินส์	18
9.	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าฮาลาลไทยในฟิลิปปินส์	20
10.	สรุปและข้อเสนอแนะ	21
11.	แหล่งที่มา	23

1. ความเป็นมาและประชากรมุสลิมในฟิลิปปินส์

ในปี ค.ศ. 1380 ชาวจีนชื่อ เซก มัคติม คาริม พ่อค้าชาวอาหรับได้เดินทางมาถึงหมู่เกาะซูลูและโจโลทางตอนใต้ของประเทศฟิลิปปินส์ และได้นำศาสนาอิสลามเข้ามาเผยแพร่ผ่านการค้าขายในหลายภูมิภาค ต่อมาในปี ค.ศ.1390 เจ้าชาย Minangkabau Rajah Baguinda (สมาชิกราชวงศ์ Bagaruyung) และผู้ติดตามได้ประกาศศาสนาอิสลามบนเกาะต่างๆ และในศตวรรษที่ 14 ได้มีการสร้างมัสยิด Sheik Karimol Makhdum เป็นมัสยิดแห่งแรกที่ก่อตั้งขึ้นในประเทศฟิลิปปินส์บนเกาะ Simunul ในจังหวัด Tawi-Tawi ในปัจจุบัน จากนั้นศาสนาอิสลามก็แพร่กระจายอย่างรวดเร็วไปยังภูมิภาคอื่นทั้งหมู่เกาะวิซายาส (ฟิลิปปินส์ตอนกลาง) และเกาะลูซอน (ฟิลิปปินส์ตอนเหนือ) และเมื่อถึงศตวรรษที่ 15 เกาะมินดาเนา วิซายาส และลูซอนครึ่งหนึ่งตกอยู่ภายใต้การปกครองของสุลต่านมุสลิมหลายแห่ง และขณะนั้นประชากรส่วนใหญ่ในฟิลิปปินส์ก็นับถือศาสนาอิสลาม



ในศตวรรษที่ 16 ชาวสเปนได้เดินทางมาถึงประเทศฟิลิปปินส์พบว่าผู้คนโดยเฉพาะในเกาะมินดาเนาได้รับการจัดระเบียบเป็นสุลต่านโดยมีลำดับชั้นและระบบที่เหนียวแน่น รวมทั้งมีการจัดองค์การทางสังคมที่ค่อนข้างสูง มีระบบราชการของตนเอง ทำให้ชาวสเปนล้มเหลวในการปราบปรามและเปลี่ยนผู้คนให้หันมานับถือ

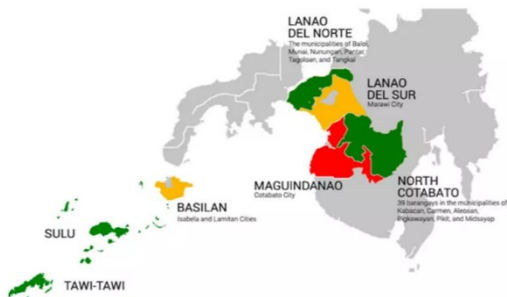


ศาสนาคริสต์ อย่างไรก็ตาม ต่อมาชาวสเปนประสบความสำเร็จในการสร้างการแบ่งแยกการปกครองออกเป็นฝ่ายในหมู่ชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ภายใต้อาณานิคมและนับถือศาสนาคริสต์ทางตอนเหนือของประเทศ และประชาชนที่ไม่ได้รับการปราบปรามและส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมทางตอนใต้ซึ่งสร้างความเข้าใจผิด อคติ และความ

เกลียดชังระหว่างชาวคริสต์และมุสลิมในประเทศ โดยการต่อต้านของชาวมุสลิมต่ออำนาจอาณานิคมดำเนินต่อไปตลอด 300 กว่าปีที่ฟิลิปปินส์ตกอยู่ในอาณานิคมของสเปนจนถึงยุคที่ฟิลิปปินส์ตกอยู่ภายใต้การปกครองของชาวอเมริกันซึ่งได้ใช้ “นโยบายการดึงดูด (Policy of attraction)” และคำมั่นสัญญาว่าจะ “ไม่แทรกแซง (non-interference)” ตามที่ปรากฏในสนธิสัญญาเบตส์ที่ลงนามระหว่างสหรัฐอเมริกาและสุลต่านแห่งซูลูด้วยนโยบายดังกล่าวทำให้ชาวอเมริกันได้รับความร่วมมืออย่างสันติจากชาวมุสลิมและนับเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ชาวมุสลิมอยู่ภายใต้อำนาจทางการเมืองเพียงรัฐบาลเดียวของรัฐบาลสมัยใหม่ภายใต้การปกครองของสหรัฐอเมริกา และได้นำการศึกษาให้แก่ชาวมุสลิมในฐานะเครื่องมืออาณานิคมอีกรูปแบบหนึ่งในการปราบปรามชาวมุสลิม นอกจากนี้ รัฐบาลสหรัฐฯ ยังได้ผลักดันการเข้าไปตั้งถิ่นฐานใหม่จากทางเหนือเข้าไปสู่ทางใต้ส่งผลให้เกิดการอพยพครั้งใหญ่ไปยังเกาะมินดาเนาของชาวคริสต์จากเกาะลูซอนและวิซายาส และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอันกว้างใหญ่ รวมทั้งบริษัทต่างชาติก็ค่อยๆ เข้าสู่ภูมิภาคดังกล่าวและกลืนกินพื้นที่ส่วนใหญ่ของชนพื้นเมืองชาวมุสลิมส่งผลให้เกิดการสูญเสียที่ดินของบรรพบุรุษของชาวมุสลิม

อย่างค่อยเป็นค่อยไป และการเข้ามาในพื้นที่ของชาวมุสลิมของชาวฟิลิปปินส์ที่นับถือศาสนาคริสต์ยังคงดำเนินต่อไปแม้ในยุคหลังฟิลิปปินส์ได้รับเอกราช ทำให้ชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์ลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นกลุ่มคนส่วนน้อยในฟิลิปปินส์ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเกาะมินดาเนาทางตอนใต้ของฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ปัจจุบันชาวฟิลิปปินส์มุสลิม หรือ ชาวโมรอส (Moros) ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์-ภาษา 13 กลุ่ม ได้แก่ อีรานุน จามา-มาปูน ปาลาวานี โมลโบอก คาลากัน คาลิบูกัน มากินดาเนา มารานา ซามา ซังกิล เทาซุก บาดจา และยาคาน และในด้านขนาด แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ มะกินดาเนา มารานา และเตาซุก

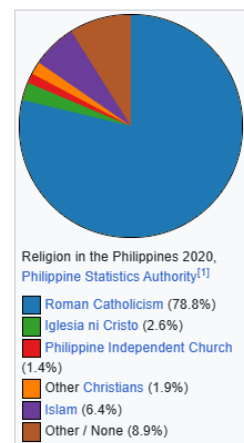
ชาวมุสลิมของฟิลิปปินส์มีเขตปกครองตนเอง คือ เขตปกครองตนเองในมุสลิมมินดาเนา (The Bangsamoro Autonomous Region in Muslim Mindanao: BARMM) ซึ่งเป็นการแสดงออกทางการเมืองในปัจจุบันของความปรารถนาของประชากรชาวมุสลิมเกี่ยวกับความแตกต่างในสภาพแวดล้อมทาง



เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยเขต BARMM เป็นภูมิภาคเกาะมินดาเนาที่ประกอบด้วยจังหวัดต่างๆ ได้แก่ Basilan (ยกเว้น Isabela City), Lanao del Sur, Maguindanao, Sulu และ Tawi-Tawi รวมถึงเมือง Marawi, Lamitan, Cotabato City และหมู่บ้าน 63 แห่งในจังหวัด North Cotabato หลังมีการเลือกตั้งของ

ประชาชนในพื้นที่ได้ให้เขตดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเขตปกครองตนเองภายใต้กฎหมาย Bangsamoro Organic Law ตั้งแต่ปี 2562 ทั้งนี้ ภูมิภาคดังกล่าวเป็นหนึ่งในแหล่งปลาและผลิตภัณฑ์ทางทะเลที่ร่ำรวยที่สุดในเกาะมินดาเนา และยังเป็นที่ตั้งของฟาร์มสาหร่ายทะเลซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมคาร์บอน ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ ยังเป็นที่ตั้งของไข่มุกเซาท์ซีที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้งเป็นพื้นที่สำหรับการผลิตพืชผลทางการเกษตรและเป็นแหล่งพลังงานไฟฟ้าพลังน้ำอีกด้วย และนอกจากภูมิภาคดังกล่าวก็ยังมีชาวมุสลิมบางส่วนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่นๆ ในประเทศฟิลิปปินส์ที่มีประวัติศาสตร์ชาวมุสลิมที่ยาวนาน เช่น Metro Manila, North Cotabato, Bicol Region, Metro Cebu, Eastern Visayas, South Cotabato, Sultan Kudarat, Davao City, Southern Palawan และ Zamboanga Peninsula เป็นต้น

ศาสนาอิสลามไม่ใช่ศาสนาหลักในประเทศฟิลิปปินส์ โดยข้อมูลทางการจากสำนักงานสถิติแห่งชาติฟิลิปปินส์ (PSA) ในปี 2563 ระบุว่า 4 ใน 5 หรือ ร้อยละ 78.8 ของประชากรชาวฟิลิปปินส์นับถือศาสนาคริสต์นิกายโรมันคาทอลิก ร้อยละ 6.4 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 2.6 นับถือศาสนาคริสต์นิกาย Iglesia ni Cristo ร้อยละ 1.4 นับถือ Philippine Independent Church ร้อยละ 1.9 นับถือ Other Christians และร้อยละ 8.9 นับถืออื่นๆ /ไม่มีศาสนา ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตามภูมิภาคของฟิลิปปินส์พบว่า ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาหลักของภูมิภาค BARMM โดยในปี 2563 มีประชากรในภูมิภาคดังกล่าวนับถือศาสนาอิสลามกว่า 4.49 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 90.9



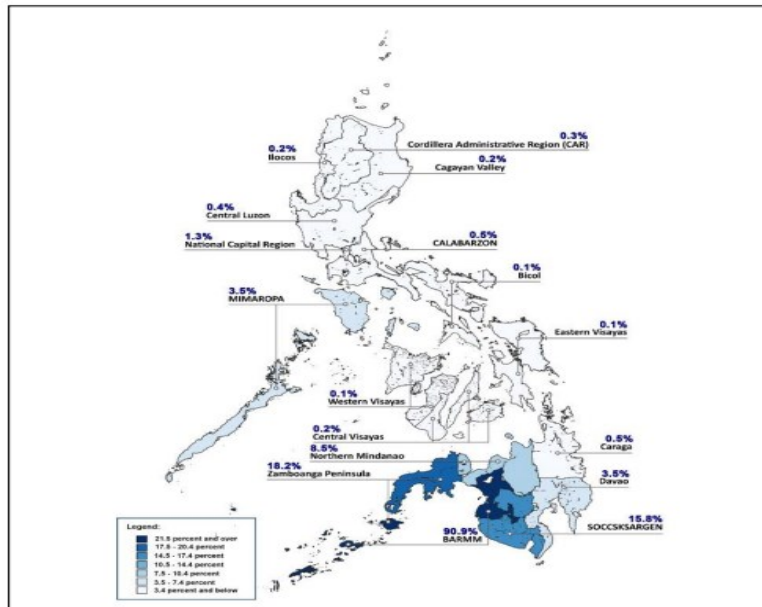
ของจำนวนประชากรทั้งหมดในภูมิภาคดังกล่าว และเศรษฐกิจของภูมิภาค BARMM มีการเติบโตกว่าร้อยละ 6.6 ในปี 2565 นับว่าเติบโตเร็วที่สุดเป็นอันดับ 10 จาก 17 ภูมิภาคทั่วประเทศ โดยภาคเกษตรกรรมเติบโตร้อยละ 3.5 ภาคอุตสาหกรรม เติบโตร้อยละ 6.1 และภาคบริการมีการเติบโตร้อยละ 9.8 สำหรับภูมิภาคอื่นๆ ที่มีผู้นับถือศาสนาอิสลามอยู่มาก เช่น Region IX - Zamboanga Peninsula (ร้อยละ 18.2) SOCCSKSARGEN (ร้อยละ 15.8) Region X - Northern Mindanao (ร้อยละ 8.5) และ Region XI - Davao Region และ MIMAROPA Region (ร้อยละ 3.5) ในขณะที่ภูมิภาคที่มีชาวมุสลิมน้อยมากเช่น Region XIII – Caraga (ร้อยละ 0.5) และ Bicol และ Region VI - Western Visayas (ร้อยละ 0.1) โดยแสดงในรูปแบบภาพและตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามของแต่ละภูมิภาคในฟิลิปปินส์ ในปี 2563

ภูมิภาค	จำนวนประชากร	จำนวนผู้นับถือศาสนาอิสลาม	ร้อยละของผู้นับถือศาสนาอิสลาม
ฟิลิปปินส์	108,667,043	6,981,710	6.42
National Capital Region (NCR)	13,403,551	173,346	1.29
Cordillera Administrative Region (CAR)	1,791,121	5,817	0.32
I – Ilocos	5,292,297	12,475	0.24
II - Cagayan Valley	3,679,748	7,249	0.20
III - Central Luzon	12,387,811	46,588	0.38
IV-A – CALABARZON	16,139,770	80,057	0.50
IV-B – MIMAROPA	3,212,287	113,288	3.53
V – Bicol	6,067,290	9,090	0.15
VI - Western Visayas	7,935,531	9,784	0.12
VII - Central Visayas	8,046,285	16,412	0.20
VIII - Eastern Visayas	4,531,512	5,568	0.12
IX - Zamboanga Peninsula	3,862,588	703,823	18.22
X - Northern Mindanao	5,007,798	423,317	8.45
XI - Davao Region	5,223,802	185,248	3.55
XII – SOCCSKSARGEN	4,351,773	685,702	15.76
XIII – Caraga	2,795,340	12,777	0.46

ภูมิภาค	จำนวนประชากร	จำนวนผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม	ร้อยละของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม
Bangsamoro Autonomous Region in Muslim Mindanao (BARMM)	4,938,539	4,491,169	90.94

Figure 2. Proportion of the Household Population Who Reported Islam as Their Religious Affiliation by Region: Philippines, 2020



Source: Philippine Statistics Authority, 2020 Census of Population and Housing

เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัดพบว่า จังหวัดที่มีสัดส่วนของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมากที่สุดคือจังหวัด Tawi-Tawi มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม 426,403 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 97.2 ของประชากรทั้งหมดในจังหวัดดังกล่าว ทั้งนี้ จังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาค BARMM มีสัดส่วนของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่าร้อยละ 89 ในขณะที่ 5 จังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาคเกาะมินดาเนาและจังหวัดปาลาวัน ในภูมิภาค MIMAROPA มีสัดส่วนของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่าร้อยละ 10 สำหรับเขต Metro Manila มีจำนวนประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม 173,346 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ของประชากรทั้งหมด โดยเมืองในเขต Metro Manila ที่มีประชากรนับถือศาสนาอิสลามมากที่สุด คือ เมือง Manila (จำนวน 41,176 คน คิดเป็นร้อยละ 2.24 ของประชากรทั้งหมด) รองลงมาได้แก่ เมือง Taguig (จำนวน 39,605 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49 ของประชากรทั้งหมด) และเมือง Quezon (จำนวน 36,599 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24 ของประชากรทั้งหมด)

ทั้งนี้ แม้ว่าศาสนาอิสลามจะไม่ใช่ศาสนาหลักของประเทศฟิลิปปินส์ แต่รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ให้ความสำคัญกับชาวมุสลิมค่อนข้างมาก เช่น การประกาศให้วัน Eid al-Fitr (ฉลองละศีลอด) เป็นวันหยุดประจำชาติเพื่อเป็นของขวัญกับชุมชนชาวมุสลิมตั้งแต่ปี 2545

2. ศักยภาพตลาดฮาลาลในฟิลิปปินส์

2.1 ฮาลาลเป็นภาษาอารบิก หมายถึง “ยอมรับได้” โดยคำว่า ฮาลาล ครอบคลุมหลายมิติของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม (ชาวมุสลิม) ตั้งแต่การใช้ชีวิต การแต่งตัว เครื่องสำอาง และอาหาร โดยการรับประทานอาหารถือเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตชาวมุสลิม เนื่องจากในคัมภีร์อัลกุรอานมีการระบุว่าร่างกายจะต้องได้รับการบำรุงที่ดีเพื่อให้บุคคลนั้นสามารถทำคุณประโยชน์ให้กับสังคมทั้งทางจิตใจและร่างกาย และอาหารที่บริโภคได้จะต้องเป็นอาหารที่เป็น “ฮาลาล” เท่านั้น โดยคุณสมบัติเบื้องต้นของอาหารฮาลาลพื้นฐาน ได้แก่ (1) ต้องไม่มีสารที่มาจากสัตว์หรือแหล่งใดๆ ที่เป็นข้อห้าม (ฮาแรม) (2) อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ผลิตหรือปรุงอาหารต้องสะอาดและเป็นไปตามกฎของศาสนา (3) ต้องมีการเตรียม ปรุง เก็บ หรือขนส่งโดยไม่ปะปนกับส่วนประกอบที่เป็นฮาแรม และ (4) ต้องมีการวิธีการเชือดสัตว์ตามหลัก Zabihah



2.2 ฟิลิปปินส์ไม่ใช่ตลาดหลักสำหรับสินค้าฮาลาล แต่นับเป็นหนึ่งในประเทศเกิดใหม่ที่มีศักยภาพของอุตสาหกรรมฮาลาล โดยอุตสาหกรรมฮาลาลของฟิลิปปินส์มีมูลค่าประมาณ 40 – 100 พันล้านเหรียญเปโซ (0.78 – 1.94 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) ต่อปี และคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 2.3 แสนล้านเปโซ (4.46 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) ภายใน 5 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์มีนโยบายส่งเสริมอาหารที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม รวมถึงสนับสนุนให้ธุรกิจภายในประเทศมีตัวเลือกฮาลาลให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมอาหารฮาลาลว่าเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพสำหรับผู้ที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม เนื่องจากปราศจากแอลกอฮอล์ สุกร และผลิตภัณฑ์ที่มาจากสุกรด้วย ทั้งนี้ รัฐบาลฟิลิปปินส์มีมุมมองว่าอุตสาหกรรมฮาลาลมีศักยภาพที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในอนาคต โดยได้ออกนโยบายต่างๆ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาล เช่น นโยบายฮาลาลระดับประเทศเพื่อดึงดูดการลงทุน สนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการพยายามสร้างแบรนด์ให้ฟิลิปปินส์เป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาล

2.3 แม้ว่าศาสนาอิสลามไม่ใช่ศาสนาประจำชาติในประเทศฟิลิปปินส์ แต่มีประชากรชาวฟิลิปปินส์นับถือศาสนาอิสลามเกือบ 7 ล้านคน และมีอัตราการเติบโตของประชากรกลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในตลาดสินค้าฮาลาลที่มีศักยภาพในเชิงปริมาณในอนาคต นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ที่นับถือศาสนาอิสลามก็มีการมองหาซื้อสินค้าฮาลาลมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และเวชภัณฑ์ต่างๆ เนื่องจากต้องการสินค้าคุณภาพดีและต้องการทำตามหลักศาสนา อย่างไรก็ตาม ตลาดสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์ยังคงมีอุปสรรคสำคัญหลายประการ เช่น การตระหนักรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าฮาลาล รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลซึ่งยังมีช่องว่างให้พัฒนาได้อีกมาก

3. อุตสาหกรรมฮาลาลของฟิลิปปินส์

3.1 อุตสาหกรรมฮาลาลของฟิลิปปินส์ประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ดังนี้

(1) **รัฐบาล** มีบทบาทตั้งแต่การวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรม การสร้างตลาดฮาลาล การร่างและบังคับใช้กฎหมายรวมถึงแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาล โดยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชาวมุสลิมและอุตสาหกรรมฮาลาลจำนวนมาก เช่น RA No. 9997 (Establishing National Commission for Muslim Filipinos), RA No. 10817 (Halal Export Law), RA No. 11054 (Bangsamoro Organic Law), และ RA No. 11439 (Islamic Banking) เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีบทบาทในการควบคุมดูแลการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลระดับประเทศในฟิลิปปินส์มีจำนวน 5 มาตรฐาน ควบคุมโดยกระทรวงเกษตรจำนวน 4 มาตรฐาน ได้แก่ PNS 101 (ผลิตภัณฑ์การเกษตรและประมงฮาลาล) PNS 102 (วิธีการเชือดแบบฮาลาลสำหรับสัตว์เคี้ยวเอื้อง) PNS 103 (วิธีการเชือดแบบฮาลาลสำหรับสัตว์ปีก) BAFS 139 (อาหารสัตว์แบบฮาลาล) และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมจำนวน 1 มาตรฐาน ได้แก่ PNS 2067 (แนวปฏิบัติสำหรับอาหารฮาลาล)

ทั้งนี้ การออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตามฟิลิปปินส์ยังมีอุปสรรคการพัฒนาธุรกิจฮาลาลทั้งในด้านนโยบาย การผลิต สังคม โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะสามารถได้รับการแก้ไขได้โดยรัฐบาลเท่านั้น เนื่องจากรัฐบาลเป็นผู้อำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม เช่น โลจิสติกส์ ห้องปฏิบัติการทดสอบสถานที่สำหรับแปรรูปอาหารรวมไปถึงโรงเชือดและห้องเย็น ท่าเรือ การท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยภายใต้กฎหมาย RA No. 10817 (Halal Export Law) มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาล (Halal board) เพื่อพัฒนานโยบายและกำหนดทิศทางการส่งออกสินค้าฮาลาล ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าวมีกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเป็นประธาน และมีสมาคมมุสลิมฟิลิปปินส์แห่งชาติเป็นรองประธาน รวมทั้งมีหน่วยงานรัฐอื่นๆ เป็นคณะกรรมการจากหลากหลายหน่วยงาน

(2) **ผู้รับรองมาตรฐานฮาลาล** (Halal certifying bodies - HCBs) เป็นองค์กรของชาวฟิลิปปินส์ที่เป็นมุสลิม องค์กรที่ไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรต่างประเทศที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม และได้รับการควบคุมโดย Philippine Accreditation Bureau (PAB) ภายใต้กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมฟิลิปปินส์ โดยองค์กรดังกล่าวทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมิน เพื่อออกใบรับรองให้กับสินค้าฮาลาลในประเทศ และตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ระบบ และบุคลากรเป็นไปตามมาตรฐานชารีอะห์หรือไม่ ทั้งนี้องค์กร HCBs ที่สำคัญในฟิลิปปินส์มีด้วยกันหลายองค์กร ได้แก่ 1) Islamic Da'wah Council of the Philippines (IDCP) เป็นองค์กรที่ใหญ่ที่สุด 2) Halal Development Institute of the Philippines (HDIP) 3) Mindanao Halal Authority (MHA) 4) Muslim Mindanao Halal Certification Board (MMHCB) 5) Halal International Chamber of Commerce and Industries in the Philippines (HICCIIP) 6) Islamic Advocate on Halal and Development (IAHD) 7) Philippine Ulama Congress Organization, Inc. (PUCOI) 8) Alliance for Halal Integrity in the Philippines (AHIP) 9) Ulama

League of the Philippines (ULP) 10) Khayra Ummah Foundation Inc. (KUFI) และ 11) Prime Asia Pacific (PAP)



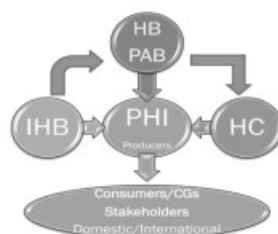
(3) บริษัทที่ผลิตสินค้า/บริการฮาลาล มีหลายแห่งในฟิลิปปินส์ซึ่งเป็น Halal firm ผลิตสินค้าและบริการที่เป็นไปตามหลักของฮาลาลตั้งแต่วัตถุดิบ จนถึงเครื่องมือ กระบวนการผลิต และจำหน่ายต่อไปกับผู้บริโภค ผู้กระจายสินค้า ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทที่ไม่ได้เป็น Halal firm ในฟิลิปปินส์เริ่มหันมาสนใจจำหน่ายสินค้าฮาลาลให้กับผู้บริโภคมากขึ้นเช่นเดียวกัน

(4) ผู้บริโภค เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญ โดยในฟิลิปปินส์ ผู้บริโภคสินค้า/บริการฮาลาลจะให้ความสำคัญกับความเป็นฮาลาลเพิ่มขึ้น และต้องการให้สินค้า/บริการมีกระบวนการผลิตและจัดส่งถูกต้องตามหลักฮาลาลตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีศักยภาพและมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.2 ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมฮาลาลฟิลิปปินส์

แผนภูมิที่ 1 ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมฮาลาลฟิลิปปินส์

THE PHILIPPINE HALAL INDUSTRY ECOSYSTEM



จากแผนภูมิที่ 1 อุตสาหกรรมฮาลาลของฟิลิปปินส์ประกอบด้วย การกำกับดูแลกรอบของอุตสาหกรรมฮาลาล การสร้างความเป็นหนึ่งเดียวของมาตรฐานการรับรอง กระบวนการรับรองสินค้าฮาลาล และการตลาดของสินค้าฮาลาล โดยการรับรองมาตรฐานมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก ได้แก่ Halal board, Philippine Accreditation Bureau (PAB) และ HCB โดย Halal board เป็นผู้ออกนโยบายกำกับดูแลธุรกิจ

ฮาลาลและการส่งออกทั้งหมด PAB เป็นผู้ควบคุม และ HCB ซึ่งเป็นภาคเอกชนทำหน้าที่รับรองความเป็นฮาลาลของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ หน่วยงานฮาลาลสากลยังมีบทบาทอย่างมากในการสร้างมาตรฐานที่องค์กรต่างๆ ต้องปฏิบัติตาม โดยหน่วยงานดังกล่าวมีการเผยแพร่กฎไปทั่วโลกซึ่ง PAB ต้องปฏิบัติตาม และนำไปสร้างมาตรฐานของประเทศ และ HCB ต้องนำไปใช้ในการควบคุมมาตรฐานฮาลาลภายในประเทศ ทั้งนี้ ส่วนสำคัญที่สุดของระบบนิเวศของอุตสาหกรรมฮาลาล คือ ธุรกิจฮาลาลและผู้บริโภค ที่อยู่ภายใต้ระบบและระเบียบของอุตสาหกรรมฮาลาล โดย HCB จะควบคุมและออกใบรับรองให้กับผู้ผลิตสินค้าซึ่งจะทำการตลาดให้กับผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภค และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศต่อไป

3.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงฮาลาล

นอกจากอุตสาหกรรมฮาลาลที่ผลิตสินค้าแล้ว ฟิลิปปินส์ยังมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงฮาลาล ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญและบรรจุอยู่ในแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวระดับประเทศปี 2566 – 2571 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์พยายามผลักดันการส่งเสริมอาหารและร้านอาหารที่ได้รับมาตรฐานฮาลาล และจัดทำโครงการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับฮาลาลในกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้ ในปี 2566 ฟิลิปปินส์ได้รับการยอมรับว่าเป็น Emerging Muslim-Friendly Destination ในการประชุม Halal in Travel Global Summit นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์มีกฎหมายหลายฉบับที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบฮาลาล อาทิ Republic Act (RA) No. 9593 (Tourism Act of 2009) RA No. 10817 (the Philippine Halal Export Development and Promotion Act of 2016) และ RA No. 9997 (National Commission on Muslim Filipinos Act of 2009) ซึ่งระบุว่าเกี่ยวกับการรับรองสิทธิและความเป็นอยู่ที่ดีของชาวมุสลิม รวมถึงการแต่งตั้ง Halal Board โดยมีกระทรวงท่องเที่ยวเป็นคณะกรรมการ ทั้งนี้ ในช่วงปี 2560 – 2562 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ฟิลิปปินส์มีนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีประชากรนับถือศาสนาอิสลามเข้ามาท่องเที่ยวกว่าปีละ 600,000 คน โดยส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และประเทศในเอเชียใต้



ในช่วงที่ผ่านมา ฟิลิปปินส์มีความพยายามในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงฮาลาลผ่านโครงการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกระทรวงอื่นๆ หลายโครงการ รวมถึง Touchpoint ของการท่องเที่ยวตั้งแต่การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่พัก การเดินทาง การซื้อของ การรับประทานอาหาร และการส่งนักท่องเที่ยวออก ซึ่งได้คำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมากขึ้น เช่น มีการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับบริการที่พัก (Guidelines Governing the Operations and Recognition of Muslim Friendly Accommodation Establishments) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่ดีขึ้น รวมทั้งการจัดทำรายชื่อของธุรกิจที่ได้รับรองมาตรฐานฮาลาล

3.4 การวิเคราะห์ SWOT อุตสาหกรรมฮาลาลของฟิลิปปินส์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> ●ฟิลิปปินส์มีการสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาลผ่านทางกฎหมายที่เข้มแข็ง อาทิ พระราชบัญญัติการส่งออกและการส่งเสริมฮาลาลของฟิลิปปินส์ (พระราชบัญญัติสาธารณรัฐหมายเลข 10817) ที่นำเสนอรากฐานทางกฎหมายที่มั่นคงสำหรับการเติบโตของอุตสาหกรรมฮาลาล โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลเพื่อรับประกันความเป็นเลิศของการส่งออกฮาลาล ●บทบาทของหน่วยงานผู้รับรองมาตรฐานฮาลาล โดยเฉพาะ IDCP ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ใหญ่ที่สุดที่เป็นหน่วยงานให้การรับรองฮาลาลที่แข็งแกร่งมาตั้งแต่ปี 2524 โดยมีบริษัทที่ได้รับการรับรองมากกว่า 1,500 แห่ง ●ฟิลิปปินส์มีการส่งออกฮาลาลที่สำคัญ เช่น คาราจีแนนและน้ำมันมะพร้าว และมีโครงการ Asia Halal Center แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการส่งออก ●ฟิลิปปินส์มีข้อตกลงทางการค้าที่เป็นประโยชน์กับอาเซียนและภูมิภาคอื่นๆ ที่ช่วยเปิดประตูสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลของฟิลิปปินส์ในตลาดโลก 	<ul style="list-style-type: none"> ●การปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลระดับโลกที่แตกต่างและมีความหลากหลายถือเป็นความท้าทายที่สำคัญซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับการรับรองและค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมสำหรับผู้ประกอบการในท้องถิ่น ●การเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลยังจำกัดทำให้ขาดความเข้าใจของผู้ผลิตและผู้ส่งออกเกี่ยวกับพลวัตของตลาดและความสามารถในการทำกำไร ●กระบวนการรับรองฮาลาลมีความเข้มงวดและใช้ทรัพยากรจำนวนมากก่อให้เกิดอุปสรรคสำคัญสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่ตลาดโลก
โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> ●ความต้องการผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่เพิ่มขึ้นในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม ทำให้เป็นโอกาสสำคัญในการขยายตลาด ●ความสนใจที่เพิ่มขึ้นในผลิตภัณฑ์ฮาลาลในหมู่ผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมในยุโรปและแคนาดา บ่งบอกถึงโอกาสทางการตลาดใหม่ ●การพัฒนาศูนย์ฮาลาลแห่งเอเชียในภูมิภาคเกาะมินดาเนาถือเป็นการเคลื่อนไหวเชิงกลยุทธ์เพื่อวางตำแหน่งฟิลิปปินส์ให้เป็นผู้ผลิตสินค้าฮาลาลชั้นนำ 	<ul style="list-style-type: none"> ●ตลาดฮาลาลที่มีการแข่งขันสูง กำหนดให้ผู้ผลิตในฟิลิปปินส์ต้องปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และปฏิบัติตามมาตรฐานที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ●ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค ถือเป็นภัยคุกคามที่สำคัญ ●ความท้าทายด้านกฎระเบียบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการต้องติดตามความเคลื่อนไหวให้ทันกับมาตรฐานสากลและข้อกำหนดด้านกฎระเบียบซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการรักษาการเข้าถึงตลาด

4. พฤติกรรมผู้บริโภคตลาดฮาลาลในฟิลิปปินส์

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ฮาลาลยังมีค่อนข้างจำกัดในประเทศฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ไม่ได้มีชาวมุสลิมอาศัยซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ รวมถึงเขตเมโทรมะนิลา ทำให้กลายเป็นความท้าทายของผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมซึ่งต้องการรับประทานอาหารที่เป็นฮาลาลที่เป็นข้อผูกมัดทางศาสนาและเป็นมาตรฐานของทางเลือกในการบริโภคสินค้าต่างๆ โดยผู้บริโภคชาวมุสลิมมักมองหาสินค้าที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลเพื่อความมั่นใจและกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ แต่ถ้าสินค้าไม่มีเครื่องหมายฮาลาล ผู้บริโภคก็จะตรวจสอบความเป็นฮาลาลด้วยส่วนประกอบของสินค้าดังกล่าวก่อนซื้อ

มหาวิทยาลัย Santo Tomas ในกรุงมะนิลา ได้เคยทำการสำรวจเรื่องปัจจัยการเลือกซื้ออาหารฮาลาลในกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม (Determinants of Halal Food Purchase Intention among Filipino Muslims) ในเขตเมโทรมะนิลา โดยมีชาวมุสลิมจำนวน 444 คน ในเมืองต่างๆ เช่น Manila, Taguig และ Quezon เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม โดยมีผลการสำรวจดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมในกรุงมะนิลา (1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 6 หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง)

มิติ	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 6 คะแนน)
ทัศนคติ	
การรับประทานอาหารฮาลาลเป็นเรื่องสำคัญสำหรับฉัน	5.81
ฉันเชื่อถือการรับประทานอาหารฮาลาลมากกว่าอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล	5.77
อาหารฮาลาลสะอาด	5.78
อาหารฮาลาลสะอาดมากกว่าอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล	5.74
อาหารฮาลาลปลอดภัยสำหรับการบริโภค	5.78
อาหารฮาลาลปลอดภัยสำหรับการบริโภคมากกว่าอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล	5.72
อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ	5.66
อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพมากกว่าอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล	5.65
แนวความคิด/ความเชื่อ	
คนที่สำคัญในชีวิตของฉันส่วนใหญ่เลือกบริโภคอาหารฮาลาล	5.51
ครอบครัวของฉันสามารถส่งอิทธิพลให้ฉันเลือกรับประทานอาหารฮาลาลได้	5.33
สมาชิกในครอบครัวของฉันชอบรับประทานอาหารฮาลาลมากกว่า	5.62
ครอบครัวของฉันรับประทานอาหารฮาลาล	5.55
เพื่อนของฉันคิดว่าฉันจะเลือกรับประทานอาหารฮาลาล	5.36
ครอบครัวของฉันอธิบายถึงความสำคัญในการรับประทานอาหารฮาลาล	5.54
เพื่อนของฉันมักรับประทานอาหารฮาลาลอย่างสม่ำเสมอ	5.02
ชุมชนชาวมุสลิมสนับสนุนให้ฉันเลือกรับประทานอาหารฮาลาล	5.55

มิติ	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 6 คะแนน)
ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรม	
อาหารฮาลาลในกรุงมะนิลาสามารถหาได้ง่าย	4.17
ฉันสามารถหาอาหารฮาลาลในย่านที่ฉันอาศัยอยู่ได้ง่าย	4.47
ฉันสามารถหาอาหารฮาลาลในสถานที่ทำงานหรือสถานศึกษาได้ง่าย	3.9
กรุงมะนิลา มีทางเลือกของอาหารฮาลาลที่หลากหลาย	4.39
สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษามีตัวเลือกของอาหารฮาลาลที่หลากหลาย	3.91
เราสามารถเข้าถึงอาหารฮาลาลได้ง่าย เนื่องมาจากการสนับสนุนของรัฐบาล	4.14
ราคาของอาหารฮาลาลสมเหตุสมผล	5.25
ความเคร่งศาสนา	
ฉันละหมาด 5 ครั้งต่อวัน	5.39
ฉันมักถือศีลอดเสมอในช่วงเดือนถือศีลอด	5.6
ฉันบริจาคเงิน (ซะกาต) ทุกปี เมื่อเจ็อนไซเอื้ออำนวย	5.42
ฉันมักสวดมนต์วันศุกร์ (Zummah) ทุกสัปดาห์	5.41
ฉันปฏิบัติตามคำสอนของศาสนาในทุกมิติของชีวิต	5.58
ฉันพยายามเอาตัวออกห่างการหารายได้ผ่านวิธีการที่ต้องห้าม (Haram)	5.67
ฉันท่องคัมภีร์อัลกุรอานเสมอ	5.06
ฉันพยายามหลีกเลี่ยงการทำบาปเสมอ	5.63
ความตั้งใจในการซื้ออาหารฮาลาล	
ฉันจะไม่รับประทานอาหาร หากอาหารนั้นไม่ใช่อาหารฮาลาล	5.36
ฉันจะไม่รับประทานอาหาร หากมีข้อสงสัยว่าอาจไม่ใช่อาหารฮาลาล	5.45
ฉันจะรับประทานอาหาร เฉพาะในร้านอาหารฮาลาลเท่านั้น	5.23
ฉันจะซื้ออาหาร เมื่ออาหารนั้นเป็นอาหารฮาลาลเท่านั้น	5.45
ฉันจะซื้ออาหารฮาลาล แม้ว่าจะมีราคาอาหารที่แพงกว่า	5.67

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณามิติต่างๆ ทั้งความคิด พฤติกรรม และความตั้งใจ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคชาวมุสลิมในเขตเมโทรมะนิลาให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลามเป็นอย่างยิ่ง โดยในเกือบทุกมิติมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่า 5 คะแนน จาก 6 คะแนน ยกเว้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม เช่น ความง่ายในการหาอาหารฮาลาลในเขตเมโทรมะนิลาหรือในสถานที่ทำงานและสถานศึกษาซึ่งมีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารฮาลาลโดยตรง โดยผู้บริโภคมองว่าการรับประทานอาหารฮาลาลมีความสำคัญในการดำรงชีวิต และ

อาหารฮาลาลมีความสะอาดและปลอดภัย ซึ่งทัศนคติและแนวคิดของผู้บริโภคส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้ออาหารฮาลาลเป็นอย่างมากเหมือนกับประเทศอื่นๆ เช่น อินโดนีเซีย จีน และสิงคโปร์ เป็นต้น

นอกจากนี้ แรงกดดันจากสังคมมุสลิมของฟิลิปปินส์ในการซื้อและบริโภคอาหารฮาลาลมีค่อนข้างสูงซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจในการบริโภคอาหารฮาลาลด้วยเช่นเดียวกัน โดยเพื่อนชาวมุสลิมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคค่อนข้างมากและส่งผลต่อการยอมรับในสังคมมุสลิม รวมทั้งครอบครัวก็มีความสำคัญหรือมีอิทธิพลอย่างมากในการเลือกบริโภคอาหารฮาลาล และมีผลต่อการปลูกฝังพฤติกรรมและการเลือกซื้ออาหารฮาลาลมาบริโภคโดยตรง



5. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ฮาลาลของฟิลิปปินส์

ข้อมูลจากกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมของฟิลิปปินส์ระบุว่า ฟิลิปปินส์มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลกว่า 1,835 รายการ ทั้งนี้ กระทรวงฯ มีนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาลและการส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยตัวอย่างและราคาของสินค้าฮาลาลที่ผลิตในฟิลิปปินส์ แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตัวอย่างสินค้าฮาลาลที่ผลิตในฟิลิปปินส์

ลำดับ	สินค้า	รูปภาพ	ราคา (เปโซ)
1.	น้ำตาลอ้อยตรา F&C ขนาด 1 กิโลกรัม		170
2.	ผง Bibingka สำเร็จรูป ตรา Green leaves		N/A
3.	เส้นก๋วยเตี๋ยว Bihon ตรา Fiesta Pinoy		N/A

ลำดับ	สินค้า	รูปภาพ	ราคา (เปโซ)
4.	ปลากระป๋องตรา Family's Brand ขนาด 120 กรัม		50
5.	กะทิสดตรา Coco mama ขนาด 200 มิลลิลิตร		37
6.	น้ำมันมะพร้าวตรา Marca Leon ขนาด 1 ลิตร		154
7.	น้ำมะม่วงตรา Big Chill ขนาด 330 มิลลิลิตร		45
8.	กุ้งตรา Fisherfarms		N/A
9.	น้ำ Calamansi เข้มข้น ตรา Orchard Squeeze ขนาด 1 ลิตร		269

ลำดับ	สินค้า	รูปภาพ	ราคา (เปโซ)
10.	ปลาทูน่ากระป๋องตรา Century ขนาด 180 กรัม		54

6. นโยบายภาครัฐ และกฎระเบียบการออกเครื่องหมายและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลในฟิลิปปินส์

6.1 นโยบายและการสนับสนุนของภาครัฐ

6.1.1 ฟิลิปปินส์มีการจัดตั้งสภามุสลิมฟิลิปปินส์แห่งชาติ (National Commission on Muslim Filipinos: NCMF) ในปี 2553 ผ่านกฎหมาย Republic Act 9997 นอกจากนี้ ฟิลิปปินส์ยังมีกฎหมายส่งเสริมและพัฒนาระบบการส่งออกสินค้าฮาลาล หรือ Republic Act 10817 ที่กำกับดูแลโดยกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมซึ่งประกาศใช้ตั้งแต่ปี 2559 เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศและส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาล มุ่งเน้นการสนับสนุนกระบวนการรับรองเครื่องหมายฮาลาล สร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของหน่วยงานรับรองเครื่องหมายฮาลาล และการจัดตั้งมาตรฐานและแนวทางการดำเนินงานของการผลิตสินค้าฮาลาลผ่านความร่วมมือระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และองค์กรทางศาสนาเพื่อให้การดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลเป็นไปอย่างเป็นรูปธรรมอันจะนำไปสู่การส่งออกที่เพิ่มขึ้นและการสร้างงานในอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศได้

อย่างไรก็ตาม กฎหมายทั้งสองฉบับได้สร้างความสับสนให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมฮาลาล เนื่องจากสภามุสลิมฟิลิปปินส์แห่งชาติ (NCMF) และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมต่างเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลองค์กรรับรองมาตรฐานฮาลาล ทั้งนี้ แม้ว่า NCMF จะมุ่งเน้นการรับรองสินค้าฮาลาลเพื่อใช้ภายในประเทศ และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมมุ่งเน้นการรับรองสินค้าฮาลาลเพื่อการส่งออกก็ตาม นอกจากนี้ ทั้งสองหน่วยงานยังไม่มีอำนาจในการกำกับดูแลหน่วยงานรับรองเครื่องหมายฮาลาล (Halal Certifying Bodies: HCBs) โดยตรง รวมทั้งฟิลิปปินส์ยังไม่มีมาตรฐานเฉพาะที่ใช้สำหรับหน่วยงานรับรองเครื่องหมายฮาลาล โดย HCBs แต่ละแห่งจะมีมาตรฐานของตนเอง ทำให้ไม่มีความสอดคล้องกันในกระบวนการออกเครื่องหมายรับรองและมาตรฐาน ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ฮาลาลในกลุ่มผู้บริโภคและตลาดส่งออก ทั้งนี้ นอกจากหน่วยงานทั้งสองหน่วยงานดังกล่าวแล้ว กระทรวงเกษตรฟิลิปปินส์ยังมีการจัดทำแผนฮาลาล 10 ปี (2560 – 2570) เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าแบบฮาลาลและให้ความช่วยเหลือทางเทคนิคให้กับเกษตรกรที่ต้องการขอใบรับรองฮาลาล รวมถึงพยายามจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลระดับประเทศอีกด้วย

6.1.2 รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้หันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลเป็นอย่างมาก โดยล่าสุดกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมประกาศแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม

ฮาลาลแห่งชาติปี 2566 - 2571 (The Philippine Halal Industry Development Strategic Plan 2023-2028) เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฟิลิปปินส์ โดยแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อ ;

(1) เพิ่มผลผลิตฮาลาลสำหรับการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกโดยการขยายและรับรองหน่วยงานที่ได้รับการรับรองฮาลาล

(2) เปิดตัวแบรนด์ระดับประเทศที่เป็นเอกภาพทั้งภาครัฐ เพื่อส่งเสริมฟิลิปปินส์ให้เป็นศูนย์กลางที่เติบโตเร็วที่สุดและเป็นมิตรกับฮาลาลมากที่สุดในเอเชียแปซิฟิก

(3) สร้างร้านค้าครบวงจรเพื่อเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด

(4) พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าฮาลาลที่ครอบคลุมผ่านการพัฒนาระดับภูมิภาค การจัดการความรู้ การจับคู่ทักษะและการยกระดับทักษะ การส่งเสริมการลงทุน และการเสริมสร้างขีดความสามารถ

ทั้งนี้ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์คาดว่าจะสามารถเพิ่มผลผลิตฮาลาลสองเท่าเป็น 6,000 แห่ง และสามารถดึงดูดการลงทุนมูลค่า 2.3 แสนล้านเปโซ รวมทั้งสร้างงานมากถึง 120,000 ตำแหน่งภายในปี 2571

6.2 กฎระเบียบการนำเข้าและจำหน่ายสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์

(1) กฎหมาย Implementing rules and regulations (IRR) ภายใต้ Republic Act 10817 กำหนดให้ใบรับรองฮาลาลของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริโภคภายในประเทศต้องเป็นไปตามความสมัครใจของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการที่ต้องการขอใบรับรองดังกล่าวสามารถดำเนินการผ่าน HCBs เพื่อดำเนินการประเมินกระบวนการผลิตต่อไป

(2) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของฟิลิปปินส์ (FDA) กำหนดให้ผู้นำเข้าสินค้าอาหาร เครื่องสำอาง และเวชภัณฑ์ (ทั้งที่เป็นฮาลาลและไม่ใช่ฮาลาล) จะต้องขอใบอนุญาต Certificate of Product Registration (CPR) ก่อนนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ หากมีการอ้างว่าเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะต้องมีเอกสารประกอบการพิจารณาด้วย โดยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ DOH Administrative Order Administrative Order No. 2014-0029 (Section VI-C) ทั้งนี้ สามารถใช้ใบรับรองฮาลาลที่ออกโดยองค์กรรับรองมาตรฐานระดับนานาชาติปลายทาง และส่งให้ผู้นำเข้าเพื่อดำเนินการขอเอกสาร CPR ต่อไป

(3) ฟิลิปปินส์มีมาตรฐานระดับประเทศเกี่ยวกับฮาลาลจำนวน 5 มาตรฐาน ซึ่งควบคุมโดยกระทรวงเกษตร 4 มาตรฐาน และกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม 1 มาตรฐาน ได้แก่

- PNS 101 (ผลิตภัณฑ์การเกษตรและประมงฮาลาล)
- PNS 102 (วิธีการเชือดแบบฮาลาลสำหรับสัตว์เคี้ยวเอื้อง)
- PNS 103 (วิธีการเชือดแบบฮาลาลสำหรับสัตว์ปีก)
- BAFS 139 (อาหารสัตว์แบบฮาลาล)
- PNS 2067 (แนวปฏิบัติสำหรับอาหารฮาลาล)

7. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและเครือข่ายการกระจายสินค้าฮาลาลที่ทันสมัยขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์มีทางเลือกในการซื้อสินค้าฮาลาลที่หลากหลายมากกว่าในอดีต

และเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกสินค้าฮาลาลผ่านผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้า ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกระจายสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์ ดังนี้

7.1 ย่านการค้าที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่จำนวนมาก

นอกจากภูมิภาค BARMM หรือพื้นที่อื่นๆ ในเกาะมินดาเนาทางตอนใต้ของฟิลิปปินส์ที่มีชาวมุสลิมอาศัยเป็นจำนวนมากแล้ว ในหลายพื้นที่ตามเมืองใหญ่ของประเทศฟิลิปปินส์ก็มีย่านที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เช่นกันและมีการจำหน่ายสินค้าฮาลาล โดยในเขตเมโทรมะนิลาที่มีย่านหรือชุมชนสำคัญที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ เช่น ย่าน Maharlika village ในเมือง Taguig และมีตลาดสินค้าฮาลาลชื่อ Bandar และย่าน Salam Mosque Compound ในเมือง Quezon และย่าน Quiapo ในเมือง Manila ซึ่งเป็นเสมือนศูนย์กลางสินค้าฮาลาลในเขตเมโทรมะนิลาที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าที่ได้รับมาตรฐานฮาลาลได้หลายชนิดทั้งเนื้อสัตว์ เครื่องเทศ ขนม และอาหารอื่นๆ โดยบริเวณดังกล่าวยังมีสียิตที่มีร้านอาหารฮาลาลอยู่รายรอบอีกด้วย



7.2 ห้างค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ต

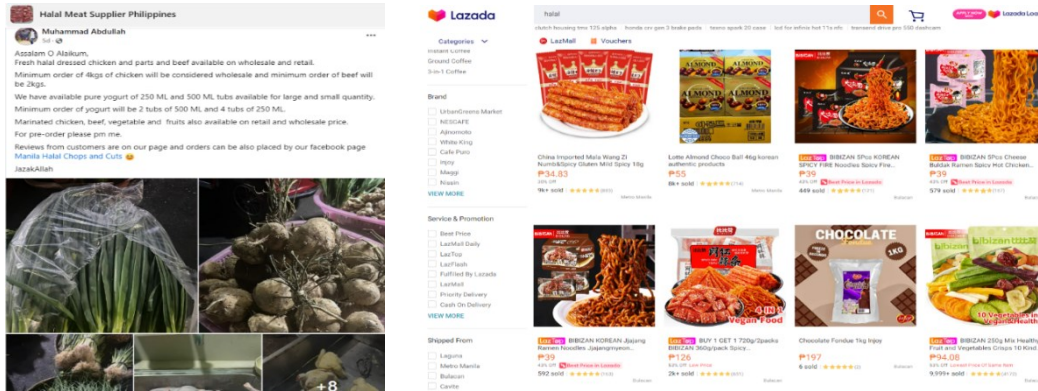
ผู้บริโภคชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์ยังคงนิยมซื้อสินค้าในห้างค้าปลีก/ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป โดยจะตรวจสอบความเป็นฮาลาลด้วยเครื่องหมายรับรองบนผลิตภัณฑ์ หรือพิจารณาจากส่วนประกอบบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ ห้างค้าปลีกหรือซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่ง โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีชาวมุสลิมหนาแน่นอาจมี



ชั้นวางสินค้าฮาลาลโดยเฉพาะเพื่ออำนวยความสะดวกผู้บริโภคชาวมุสลิม นอกจากนี้ ยังมีร้านค้าปลีกที่จำหน่ายเฉพาะสินค้าฮาลาลโดยเฉพาะอยู่บ้าง เช่น ร้าน Mubaarak ตั้งอยู่ในเมือง Calocan ในกรุงมะนิลา โดยมีสินค้าฮาลาลที่วางจำหน่าย อาทิ ขนมจีบแบบฮาลาล ไส้กรอก Longanisa ซอสกระเทียม เนื้อแช่แข็ง นอกจากนี้ร้านยังมีการสร้างเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอีกด้วย

7.3 ช่องทางออนไลน์

การจัดจำหน่ายสินค้าทางช่องทางออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญในปัจจุบัน รวมถึงการเข้าถึงสินค้าฮาลาลของผู้บริโภคชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์ โดยมีแพลตฟอร์มออนไลน์/โซเชียลมีเดียที่เสมือนตลาดวางจำหน่ายสินค้าฮาลาลต่างๆ มากขึ้น เช่น Halal Meat Supplier Philippines ในเพจ Facebook หรือแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่าง Shopee และ Lazada มีการจำหน่ายสินค้าฮาลาลด้วยเช่นกัน



7.4 เทศกาลหรืองานแสดงสินค้า

ชุมชนชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์มีการจัดเทศกาลหรืองานรื่นเริงต่างๆ ตลอดทั้งปีโดยเฉพาะมัสยิดหรือองค์กรมุสลิม ซึ่งกลายเป็นสถานที่/พื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าฮาลาลสำคัญอีกช่องทางหนึ่ง นอกจากนี้ในประเทศฟิลิปปินส์ยังมีงานแสดงสินค้าเฉพาะสำหรับสินค้าฮาลาล เช่น งาน Philippine Halal Trade and Tourism Expo ณ เมืองดาเวา จัดขึ้นตั้งแต่ปี 2559 ในเดือนพฤษภาคมทุกปี ถือเป็นงานแสดงสินค้าฮาลาลที่สำคัญที่จัดขึ้นในภูมิภาคเกาะมินดาเนาซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยมีการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าฮาลาลที่หลากหลาย รวมถึงการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงฮาลาล นอกจากนี้ ยังมีงานแสดงสินค้า Halal Expo Philippines ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นครั้งแรกในฟิลิปปินส์ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ณ World Trade Center กรุงมะนิลา โดยถือเป็นเวทีชั้นนำสำหรับอุตสาหกรรมฮาลาลการส่งเสริมการค้าและจัดหาผลิตภัณฑ์ฮาลาลในฟิลิปปินส์



7.5 ร้านอาหารฮาลาล

แนวโน้มความต้องการสินค้าฮาลาลเริ่มมากขึ้นในฟิลิปปินส์จากปัจจัยหนุนต่างๆ อาทิ การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของรัฐบาล การขยายตัวของจำนวนประชากรชาวมุสลิม การเพิ่มขึ้นของกำลังซื้อผู้บริโภคชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์ และการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ที่มากขึ้น ส่งผลให้มีการเปิดร้านอาหารฮาลาลในฟิลิปปินส์เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น และกลายเป็นช่องทางหนึ่งในการซื้อสินค้าฮาลาล ยกตัวอย่างร้าน Martabak Café ให้บริการอาหารเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หลายประเภท เช่น หมี่โกเร็งและลาक्षा ร้าน Arya Persian ให้บริการอาหารเปอร์เซีย ร้าน Ziggurat Cuisine ให้บริการอาหารฮาลาลนานาชาติตั้งแต่อินเดีย ปากีสถาน และแอฟริกา และร้าน Rajput Halal Pak Cuisine ให้บริการอาหารฮาลาลของอินเดีย – ปากีสถานอย่างแกงกะหรี่ เคบับ Biryani เป็นต้น

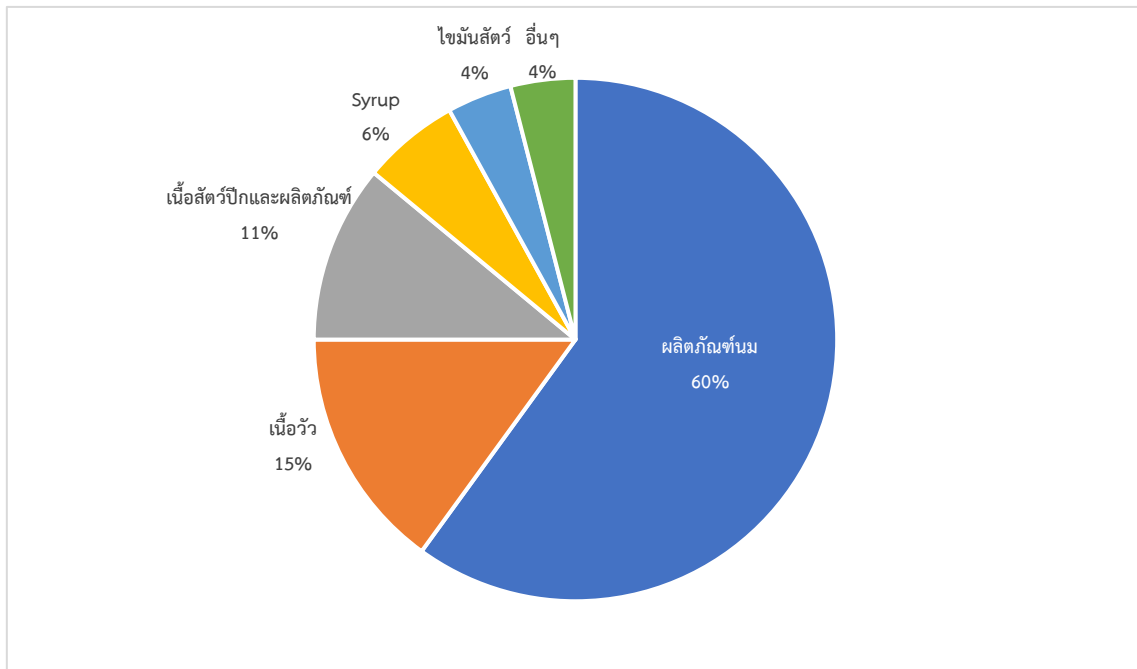


8. สถิติการนำเข้าสินค้าฮาลาลของฟิลิปปินส์

ข้อมูลของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) ระบุว่า ในปี 2565 ฟิลิปปินส์นำเข้าสินค้าฮาลาล มูลค่ากว่า 120 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (เฉพาะสินค้าที่มีการระบุว่าเป็นสินค้าฮาลาลบนเอกสาร Bill of lading) โดยสัดส่วนการนำเข้าสินค้าฮาลาลแบ่งแยกตามประเภท และแหล่งนำเข้าสินค้า ฮาลาลของฟิลิปปินส์ แสดงในแผนภูมิที่ 2-3

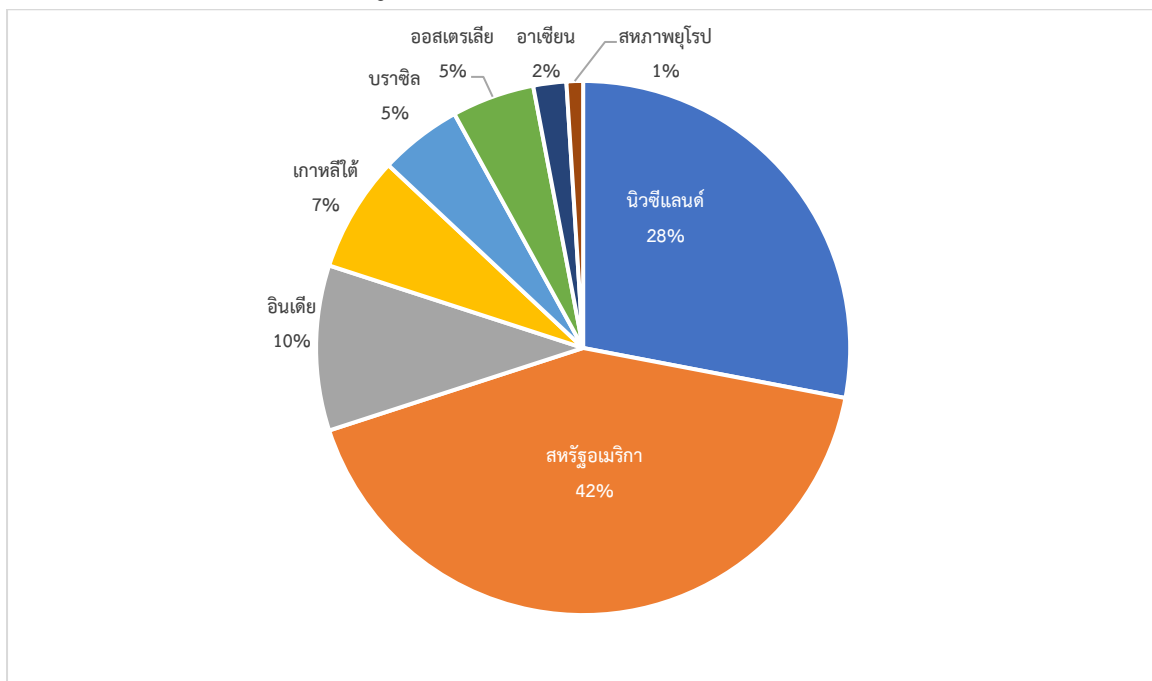
หมายเหตุ มูลค่าการนำเข้าตามความเป็นจริงอาจมีมูลค่ามากกว่าตามที่ระบุ เนื่องจากมีสินค้าฮาลาลหลายประเภทที่ไม่ได้มีการระบุบนเอกสารดังกล่าวโดยตรง

แผนภูมิที่ 2 สัดส่วนการนำเข้าสินค้าฮาลาลของฟิลิปปินส์แบ่งแยกตามประเภท



จากแผนภูมิที่ 2 ประเภทสินค้าฮาลาลที่ฟิลิปปินส์นำเข้ามากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาได้แก่ เนื้อวัว (ร้อยละ 15) และเนื้อสัตว์ปีกและผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 11) Syrup (ร้อยละ 6) และไขมันสัตว์ (ร้อยละ 4) และอื่นๆ (ร้อยละ 4) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 3 แหล่งนำเข้าสินค้าฮาลาลของฟิลิปปินส์



จากแผนภูมิที่ 3 ฟิลิปปินส์นำเข้าสินค้าฮาลาลจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาได้แก่ นิวซีแลนด์ (ร้อยละ 28) อินเดีย (ร้อยละ 10) และเกาหลีใต้ (ร้อยละ 7) ตามลำดับ

โดยผลิตภัณฑ์นมเป็นสินค้าฮาลาลที่ฟิลิปปินส์นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาและนิวซีแลนด์มากที่สุด นอกจากนี้ สหรัฐฯ ยังเป็นแหล่งนำเข้าสินค้าเนื้อสัตว์ปีกฮาลาลมากที่สุดของฟิลิปปินส์ ขณะที่อินเดียและบราซิลเป็นแหล่งนำเข้าเนื้อวัวฮาลาลอันดับต้นๆ ของฟิลิปปินส์

9. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงของสินค้าฮาลาลไทยในฟิลิปปินส์

จากข้อมูลตลาดฮาลาลในฟิลิปปินส์ สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง (SWOT) ของสินค้าฮาลาลไทยในฟิลิปปินส์ได้ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยง (SWOT) ของสินค้าฮาลาลไทยในฟิลิปปินส์

มิติ	รายละเอียด
จุดแข็ง (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> - ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าฮาลาลทั้งประเภทอาหารและไม่ใช่อาหาร เพื่อการส่งออก รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงฮาลาล - สินค้าอาหารฮาลาลของไทยเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในระดับโลก - ไทยมีโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมฮาลาลที่ค่อนข้างแข็งแกร่ง
จุดอ่อน (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมและมาตรฐานฮาลาลอย่างชัดเจนและถูกต้อง - ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศที่มีผู้นับถือศาสนาอิสลามเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์อุตสาหกรรมฮาลาล - บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้เกี่ยวกับระบบการรับรอง และการวางระบบที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลอย่างเป็นระบบ - ขาดการบูรณาการระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมฮาลาล
โอกาส (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> - ฟิลิปปินส์มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามกว่าร้อยละ 6.4 คิดเป็นจำนวนกว่าเกือบ 7 ล้านคนจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพในเชิงปริมาณ และในภูมิภาค BARMM มีประชากรที่เป็นมุสลิมสัดส่วนกว่าร้อยละ 90 - เศรษฐกิจฟิลิปปินส์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น - ผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมยังค่อนข้างมีความเชื่อและแนวปฏิบัติที่เคร่งครัด อีกทั้งต้องการบริโภคสินค้าฮาลาล - ผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมรู้จักและมีความรู้เกี่ยวกับฮาลาลมากขึ้น - ฟิลิปปินส์เริ่มมีนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมมากขึ้น
ความเสี่ยง (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> - ฟิลิปปินส์ยังไม่มีมาตรฐานฮาลาลระดับประเทศและเป็นสากล ทำให้ตลาดยังเติบโตไม่ได้เต็มที่ - โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมฮาลาลยังไม่ดีเท่าที่ควร

มิติ	รายละเอียด
	- เกาะมินดาเนาและภูมิภาค BARMM ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีผู้บริโภคมุสลิมอาศัยอยู่จำนวนมากยังมีปัญหาเรื่องความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเมือง

10. สรุปและข้อเสนอแนะ

(1) ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (Non-Muslim Country) เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 นับถือศาสนาคริสต์ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันฟิลิปปินส์มีประชากรชาวมุสลิมเกือบ 7 ล้านคน คิดเป็นกว่าร้อยละ 6 ของประชากรทั้งหมดและมีอัตราเติบโตของประชากรชาวมุสลิมเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3 ต่อปี โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเกาะมินดาเนา และหมู่เกาะซูลูทางตอนใต้ของประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ ด้วยแนวโน้มการเติบโตของจำนวนประชากรชาวมุสลิม ทำให้ฟิลิปปินส์จะเป็นตลาดที่มีศักยภาพและตลาดเกิดใหม่สำหรับสินค้าฮาลาลในอนาคต โดยในปี 2565 ฟิลิปปินส์นำเข้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลมูลค่าประมาณ 120 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสสำหรับสำหรับสินค้าฮาลาลของไทยที่จะเข้ามาขยายตลาดในฟิลิปปินส์

(2) รัฐบาลฟิลิปปินส์หันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศและส่งเสริมการส่งออกเป็นอย่างมาก ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์ขยายตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์ที่ต้องการอาหารที่เป็นฮาลาลซึ่งเป็นทั้งข้อผูกมัดทางศาสนาและเป็นมาตรฐานของทางเลือกในการบริโภคสินค้าต่างๆ ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น รวมทั้งแนวโน้มความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพทำให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลเป็นที่ต้องการซึ่งไม่เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้บริโภคมุสลิม แต่รวมถึงผู้ที่ไม่ใช่ชาวมุสลิม

(3) ปัจจุบันผู้บริโภคมุสลิมในฟิลิปปินส์มีทางเลือกในการซื้อสินค้าฮาลาลมากกว่าในอดีต ทำให้เป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการส่งสินค้าฮาลาลไปจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายผ่านผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้าไปสู่ช่องทางค้าปลีกต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการกระจายสินค้าฮาลาลในฟิลิปปินส์ รวมทั้งช่องทางออนไลน์ งานเทศกาลและงานแสดงสินค้า และร้านอาหารฮาลาลต่างๆ สำหรับการหาผู้นำเข้า ผู้กระจายสินค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจในตลาดฟิลิปปินส์ ผู้ประกอบการไทยสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ งาน Halal Expo Philippines และ Philippine Halal Trade and Tourism Expo หรืองานแสดงสินค้า Thailand Week จัดโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ กรุงมะนิลา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยได้มีโอกาสในการพบปะเจรจากับคู่ค้าที่มีศักยภาพในฟิลิปปินส์ และการเข้าร่วมกิจกรรม Business Matching ทั้ง Outbound trade mission และ Inbound trade mission ที่เกี่ยวข้อง กับสินค้าฮาลาลกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือสามารถติดต่อขอรายชื่อผู้นำเข้าฟิลิปปินส์ที่เป็น

กลุ่มเป้าหมายได้จาก สคต. ณ กรุงมะนิลา ทั้งนี้ ก่อนเข้าสู่ตลาด ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาวิเคราะห์ตลาด
แนวโน้มและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวมุสลิมในฟิลิปปินส์อย่างรอบคอบ เพื่อนำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์และ
กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมในการเข้าสู่ตลาดต่อไปด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

มีนาคม 2567

แหล่งที่มา

<https://www.halaltimes.com/how-much-is-the-halal-industry-worth-in-the-philippines/>

<https://www.ifexconnect.com/story/the-halal-industry-in-the-philippines>

<https://business.inquirer.net/414455/ph-halal-industry-targeting-10-export-growth>

https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Market%20Brief%20on%20Halal%20Products_Manila_Philippines_RP2023-0049.pdf

<https://cids.up.edu.ph/wp-content/uploads/2023/03/The-Philippine-Halal-Landscape.pdf>

<https://www.bworldonline.com/opinion/2023/11/24/559365/gaps-in-the-halal-industry-in-the-philippines-call-for-legislating-philippine-halal-authority/>

<https://business.inquirer.net/426669/msmes-in-halal-sector-get-funding-boost>

<https://www.hilarispublisher.com/open-access/determinants-of-halal-food-purchase-intention-among-filipino-muslims-in-metro-manila.pdf>

<https://foodphilippines.com/story/where-to-eat-halal-food/>

<https://foodphilippines.com/story/a-halal-grocery-list/>

<file:///C:/Users/User/Downloads/12757-41610-2-PB.pdf>

<https://ncmf.gov.ph/wp-content/uploads/2022/08/Final-HCB.pdf>

[Islam in the Philippines - Wikipedia](#)

[Islam in the Philippines - Saudi Gazette](#)