

เจาะตลาดเครื่องสำอางฟิลิปปินส์...ควรทราบอะไรบ้าง

ฟิลิปปินส์นับเป็นตลาดเครื่องสำอางที่เติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย ในปี 2549 ฟิลิปปินส์นำเข้าเครื่องสำอางเป็นมูลค่า 310 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ขยายตัวร้อยละ 23) และในปี 2550 คาดว่าการนำเข้าจะมีมูลค่า 380 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวกว่าร้อยละ 20 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ภาครัฐและภาคเอกชนของฟิลิปปินส์มีการรณรงค์และส่งเสริมการดูแลรักษาสุขภาพและความงามผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การขยายตัวของธุรกิจความงามหลายแขนง อาทิ ฟิตเนส สปา ร้านอาหารเสริมความงาม รวมทั้งธุรกิจอาหารเสริมและอาหารบำรุงสุขภาพ เป็นต้น

การนำเข้าเครื่องสำอางของฟิลิปปินส์

ในปี 2549 ฟิลิปปินส์นำเข้าเครื่องสำอางหลายประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว แชมพู ยาสระผม ยาย้อมผม ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นปาก ยาสีฟัน และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในช่องปาก ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นกาย สบู่ เป็นต้น โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และจีน ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในปี 2549 เครื่องสำอางไทยสามารถครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงเกือบร้อยละ 30 โดยสินค้าที่ไทยครองส่วนแบ่งตลาดในอัตราสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 82) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดช่องปากและฟัน (มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 61) ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นกาย (มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 42) และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43)

ทั้งนี้ คาดว่าในปี 2550 ฟิลิปปินส์จะนำเข้าเครื่องสำอางจากไทยมูลค่า 106 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 20 โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สบู่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดช่องปาก ที่คาดว่าจะเป็นส่วนนำเข้าที่ขยายตัวในเกณฑ์สูง

ลักษณะตลาดเครื่องสำอางในฟิลิปปินส์

การจับจ่ายซื้อหาสินค้าเครื่องสำอางของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมและการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นหลัก สินค้าสำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้ผิวขาว ซึ่งเป็นที่สังเกตว่า ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้ผิวขาวได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคสตรี จนปัจจุบันได้กลายเป็นส่วนประกอบจำเป็นที่ต้องผสมอยู่ในเครื่องสำอางที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ ลิปสติก แป้ง ครีมบำรุงผิว เป็นต้น เช่นเดียวกับตลาดสินค้าเครื่องสำอางของบุรุษ พบว่ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะน้ำหอม และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้นอย่างน่าจับตามอง

สำหรับการกระจายสินค้า พบว่า กว่าร้อยละ 80 เป็นการค้าปลีกผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าต่าง ๆ โดยตลาดเครื่องสำอางที่สำคัญ คือ กรุงมะนิลา มีสัดส่วนราวร้อยละ 35 ของมูลค่าการค้าเครื่องสำอางในฟิลิปปินส์

โอกาสและช่องทางการตลาด

ปัจจุบันกระแสความนิยมเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพร และการใช้น้ำหอมระเหยที่มีสารสกัดจากพืชมาผลิตเป็นเครื่องสำอางกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในฟิลิปปินส์ โดยเฉพาะในธุรกิจสปาและธุรกิจดูแล

ความงาม อย่างไรก็ตาม ฟิลิปปินส์ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังกล่าวให้มีความหลากหลาย จึงเป็นโอกาสดีสำหรับเครื่องสำอางที่ผลิตจากสมุนไพรของไทยในการเข้าไปเจาะตลาด แต่ทั้งนี้ นอกเหนือจากการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดต่าง ๆ บนฉลากสินค้า เพื่อให้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติและวิธีการใช้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้น

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

กรกฎาคม 2550