

สินค้าเครื่องสำอางในสปป.ลาว

สถานการณ์ตลาดและแนวโน้มการบริโภค

ตามสถิติปี 2564 ประชากร สปป.ลาว มีทั้งหมด 7.57 ล้านคน กระจายไปทั่วประเทศอย่างไม่เท่าเทียมกัน คนส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในหุบเขาของแม่น้ำโขงและแม่น้ำสาขา แขวงเวียงจันทน์ เมืองหลวงและเมืองที่ใหญ่ที่สุด มีประชากรประมาณ 706,000 ล้าน โดยสัดส่วนประชากรหลัก ได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ช่วงอายุ 16 – 25 ปี และกลุ่มวัยทำงาน ช่วงอายุ 25 – 35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่มีความต้องการสินค้าสุขภาพและความงามส่งผลให้สินค้าสุขภาพและความงามมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มดังกล่าวมักมองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือผลิตภัณฑ์ที่กำลังเป็นที่นิยมของคนหมู่มากในขณะนั้น

ปี 2565 ที่ผ่านมา สปป.ลาว มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว จากประเทศ มูลค่ารวม 5,582.65 ล้านบาท โดยมีรูปแบบการนำเข้าดังนี้

1. ผู้นำเข้าในสปป.ลาว ซื้อโดยตรงกับบริษัท/ตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย
2. ผู้นำเข้าในสปป.ลาว ซื้อสินค้าผ่านบริษัทตัวแทนนำเข้าสินค้า เช่น บริษัทมิสทินก้าวหน้าลาว จำกัด, บริษัท RCT การค้าขาออก-ขาเข้า จำกัด, บริษัท ขวัญใจการค้า ขาออกขาเข้า จำกัด, บริษัท ซีไอการค้า ขาออก-ขาเข้า จำกัด, บริษัท เพชรรัตน์ จำกัด ฯลฯ
3. ผู้นำเข้าและผู้บริโภคในสปป.ลาว นิยมข้ามไปฝั่งประเทศไทยเพื่อจัดซื้อสินค้าเอง

ปัจจุบันพบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อครีมซองมากกว่าแบบเป็นกระปุก เนื่องจากผู้บริโภคต้องการทดลองสินค้าว่าใช้ดีเข้ากับสภาพผิวหรือไม่ อีกหนึ่งประเด็น คือ กำลังซื้อของผู้บริโภคด้วยสถานะเศรษฐกิจทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายกันน้อยลงและเลือกซื้อสินค้าที่มีขนาดเล็กลง

สินค้าสุขภาพและความงามที่ได้รับความนิยม ดังนี้

1. เครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง (Makeup)

- 1.1 ลิปสติก เช่น แบรินด์ Maybelline, Merrez'ca, 4U2, Kathy ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นและวัยกลางคน โดยสีลิปสติกที่เป็นที่นิยมและทำยอดขายได้สูงจะเป็นสีโทนมชมพูอ่อนๆ สีไม่แดงหรือเข้มจนเกินไป



- 1.2 แป้งตลับ รองพื้นและคอนซิลเลอร์ เช่น แบรินด์ Srichand, Maybelline, 4U2 เป็นต้น



1.3 อายไลเนอร์ เช่น แแบรนด์ Maybelline, Mistine, Merrez'ca เป็นต้น



1.4 อายแชโดว์ เช่น แแบรนด์ Merrez'ca, 3CE, 2P Original เป็นต้น



1.5 ที่เขียนคิ้ว เช่น แแบรนด์ Browit, Merrez'ca, Sivanna เป็นต้น



2. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare)

2.1 ดูแลผิวหน้า โดยเฉพาะเจลรักษาสิวและเซรั่มรักษาสิวโดยเฉพาะในรูปแบบครีมของอย่าง Clear nose, Mizumi ที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นผู้หญิง ครีมแก้ฝ้า ครีมกันแดดและครีมช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว เช่น Cerave, Eucerin ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็น Organic



2.2 คุณแลผิวกาย ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกันแดดและวิตามินซี ซึ่งช่วยเพิ่มความกระจ่างใสได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เช่น Vaseline, Nivea, Mizumi



3. ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นและวัยกลางคน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมที่มาจากธรรมชาติหรือสารสกัดจากธรรมชาติที่ช่วยในการบำรุงเส้นผมและแก้ปัญหาผมขาดหลุดร่วง



4. ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม โดยผู้บริโภคนิยมเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมที่ช่วยเพิ่มความขาวกระจ่างใสให้แก่ผิว เช่น วิตามินซี กลูต้า และคอลลาเจน



5. น้ำหอม เช่น แบรินด์ Dior, Chloé, Calvin Klein เป็นต้น

ช่องทางการจำหน่าย

1. หน้าร้าน เช่น Bouapha, Be Beauty, Muanjai



2. Supermarket
3. ร้านมินิมาร์ท เช่น J Mart, D-mart
4. ร้านขายยา
5. ช่องทางออนไลน์ในรูปแบบสั่งออนไลน์และ live สดผ่าน Facebook

โอกาสของสินค้าไทย

1. การได้เปรียบทางการตลาดดิจิทัล เนื่องจากคนลาวติดตามข่าวและสื่อความบันเทิงจากประเทศไทย จึงนิยมใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากโฆษณา พิธีเซเตอร์ ดารา คนดังหรือสินค้าที่เป็นกระแสจากสื่อออนไลน์ ดังนั้นถือเป็นช่องทางที่ดีในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทาง Social media
2. สินค้าประเภทเครื่องสำอางจากประเทศไทย ถือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความความน่าเชื่อถือ ราคาไม่สูง สินค้าไทยจึงเป็นที่นิยมและมีความไว้วางใจ
3. เนื่องจากระยะทางประเทศไทยกับสปป. ลาว อยู่ใกล้กันจึงทำให้ต้นทุนค่าขนส่งสูงมาก รวมถึงระยะเวลาที่สั้น เมื่อเทียบสินค้านำเข้าจากประเทศอื่น ๆ
4. ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบครีมซอง ได้รับความนิยมกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา เนื่องจากมีราคาถูกและสะดวกต่อการใช้งาน

ความท้าทาย

ตลาดสินค้าประเภทเครื่องสำอางค่อนข้างมีขนาดใหญ่ มีสินค้าหลายชนิดและมีกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ตั้งแต่ในวัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ แต่ถือเป็นความท้าทายต่อแบรนด์สินค้าที่เติบโตใหม่ เนื่องจากมีการแข่งขัน

จำนวนมาก จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจและศึกษาตลาดลาวให้รอบคอบ รวมถึงการใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นมากขึ้นเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ ในปัจจุบันสินค้าเครื่องสำอางมีการปลอมแปลงเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องคอยตรวจสอบสินค้าที่อยู่ในตลาดอยู่เสมอเพื่อป้องกันสินค้าของปลอมระบาดและจะสร้างภาพลักษณ์ในทางลบต่อแบรนด์ได้

อุปสรรค

1. ลาวเป็นประเทศที่มีประชากรค่อนข้างน้อย ส่งผลให้ตลาดการบริโภคมีขนาดเล็กและความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภคมีไม่สูงมากนัก
2. เนื่องด้วยอัตราการแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวนและขาดเสถียรภาพ โดยในปัจจุบันค่าเงินกีบนั้นอ่อนอย่างรุนแรงและรวดเร็ว ซึ่งส่งผลทำให้ราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนในการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้น
3. การแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
4. เนื่องจากระยะทางระหว่างประเทศไทยกับสปป. ลาว ที่อยู่ใกล้กันมากนั้นทำให้คนจากสปป.ลาวสามารถเข้าไปซื้อสินค้าฝั่งประเทศไทยได้เองในราคาที่ถูกลงกว่า