



เปิดสินค้ามาแรง และเคล็ดลับเจาะตลาดฟิลิปปินส์



ฟิลิปปินส์เป็นหนึ่งในประเทศที่เศรษฐกิจมีพลวัตมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่โดดเด่น การขยายตัวของเมืองและชนชั้นกลาง ฐานจำนวนประชากรขนาดใหญ่กว่า 113 ล้านคน และส่วนใหญ่มีอายุน้อย ทั้งนี้ พลวัตทางเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์มีรากฐานสำคัญมาจากการต้องการของผู้บริโภคที่แข็งแกร่งซึ่งได้รับปัจจัยหนุนจากตลาดแรงงานและการส่งเงินกลับประเทศของแรงงานชาวฟิลิปปินส์ในต่างประเทศที่แข็งแกร่ง รวมทั้งการเติบโตของภาคธุรกิจเอกชนที่ยังคงมีเสถียรภาพจากการดำเนินงานเชิงบวกจากภาคบริการโดยเฉพาะธุรกิจรับจ้างบริหารจัดการระบบงานธุรกิจ (Business Process Outsourcing: BPO) การขายส่งและการขายปลีก อสังหาริมทรัพย์ และการท่องเที่ยว ทั้งนี้ แม้ว่าในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะส่งผลให้ฟิลิปปินส์ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ รวมทั้งปัจจุบันกำลังต่อสู้กับความท้าทายและอุปสรรคอื่นๆ ที่เกิดทั่วโลก เช่น ราคาสินค้าโภคภัณฑ์โลกเพิ่มสูงขึ้น และภาวะเศรษฐกิจโลกที่อ่อนแอ แต่เศรษฐกิจของฟิลิปปินส์สามารถฟื้นตัวและขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประชากรจำนวนมากและมีความต้องการจับจ่ายใช้สอย ทำให้อุปสงค์ในประเทศฟิลิปปินส์ยังคงแข็งแกร่ง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเมื่อตลาดเติบโตขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าสู่ตลาดในการติดตามแนวโน้มของตลาดและทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการฟิลิปปินส์สามารถนำไปออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบโจทย์ตรงกับความต้องการ รวมทั้งสามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



รายการสินค้ายอดนิยมและเป็นที่ต้องการในฟิลิปปินส์

1. แฟชั่นและเครื่องประดับ

แฟชั่นและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในฟิลิปปินส์ โดยชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบในเรื่องความชื่นชอบแฟชั่นและสไตล์เป็นอย่างมาก โดยปัจจุบันชุดเดรสของผู้หญิงเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงที่สุดในประเทศ ทั้งนี้ ชาวฟิลิปปินส์มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นและเครื่องประดับมากขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย สำหรับสินค้ายอดนิยมบางส่วนในหมวดหมู่แฟชั่นและเครื่องประดับ อาทิ



- แม็กซี่เดรส (Maxi Dresses) หรือ เดรสยาว ตัวเดรสมีลักษณะเข้ารูปในช่วงบนของลำตัวและส่วนกระโปรงจะยาวถึงข้อเท้าหรือเหนือข้อเท้าเล็กน้อย สำหรับตัวเนื้อผ้าที่ใม่กใช้ผ้าที่มีความพลิ้วไหวเมื่อเวลาสวมใส่จะรู้สึกสบายและโชว์ทรวดทรงของผู้หญิงได้เป็นอย่างดี

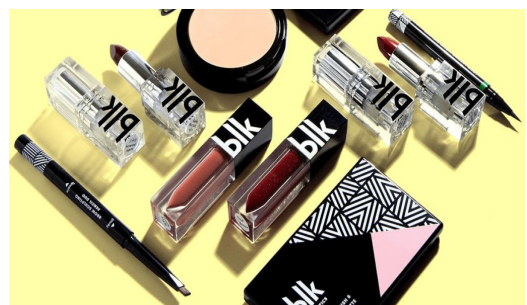
- เดนิม (Denim) คือ ผ้าที่ทอจากฝ้ายชนิดหนึ่ง แต่ไม่อ่อนนุ่มเหมือนผ้าฝ้ายทั่วไป และมีลักษณะการทอแบบ Twill ทั้งนี้ ผ้าเดนิมแบบดั้งเดิมจะถูกย้อมด้วยสีคราม (Indigo) โดยผ้าเดนิมส่วนใหญ่จะนำถูกนำไปผลิตกางเกงยีนส์

- กางเกงคาร์โก้ (Cargo Pants) หรือ กางเกงทรงทหาร เดิมจะพบในกลุ่มของทหารสวมใส่ มีเอกลักษณ์อยู่ที่ทรงหลวมตัวใหญ่และดีไซน์มาเพื่อให้เหมาะสมกับการทำกิจกรรมที่คล่องตัว ทั้งนี้ ปัจจุบันในวงการแฟชั่นมีการนำกางเกง Cargo มาใส่กันมากขึ้น โดยมีดีไซน์ให้เลือกมากมายทั้งแบบออริจินอล จัมบา หรือแบบขาสั้น

- สำหรับสินค้าเครื่องประดับที่เป็นที่นิยมที่สุดในฟิลิปปินส์ ได้แก่ กีบติดผม ผ้าคาดผม และยางรัดผม ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่ายอดขายเครื่องแต่งกายสำหรับสตรีในตลาดฟิลิปปินส์จะมีปริมาณอยู่ที่ประมาณ 104.60 ล้านชิ้น ภายในปี 2570 ด้วยอัตราการเติบโตต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 3.75

(2) ผลិតภัณฑ์เพื่อความงามและสุขภาพ

ชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบในเรื่องความสนใจในผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและการแต่งหน้า โดยมีผลิตภัณฑ์มากมายที่กำลังมาแรงมากมายในหมวดหมู่ดังกล่าว สำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเป็นสิ่งที่ชาวฟิลิปปินส์หลายคนต้องมี เช่น โทเนอร์ มอยเจอร์โรเซออร์ และเซรัม เป็นต้น รวมถึงสินค้าเครื่องสำอาง



ก็เป็นที่ยอดนิยมเช่นกัน โดยผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่มักมองหาสินค้าเครื่องสำอางคุณภาพสูงที่มีราคาไม่แพง สำหรับแบรนด์เครื่องสำอางที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่ผู้หญิงชาวฟิลิปปินส์ เช่น Vice Cosmetics, BLK และ Happy Skin โดยแบรนด์ทั้งหมดดังกล่าวมีเจ้าของและ



ผลิตในประเทศฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ ยังมีแบรนด์ต่างประเทศชั้นนำที่เป็นที่นิยมเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะแบรนด์จากเกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา เช่น Innistree, Laneige, Beauty of Joseon และ Banila Co เป็นต้น

(3) สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์

วิดีโอเกมนับเป็นผลิตภัณฑ์ยอดนิยมในฟิลิปปินส์ โดยชาวฟิลิปปินส์มีพฤติกรรมชื่นชอบการเล่นวิดีโอเกมโดยเฉพาะบนอุปกรณ์เคลื่อนที่และคอนโซลเกม ทำให้สินค้าดังกล่าวมียอดขายที่ดีในช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ คาดการณ์ว่ารายได้ภายในตลาดเกมมือถือของฟิลิปปินส์จะมีมูลค่าสูงถึง 1.27 พันล้านเหรียญสหรัฐ



ในปี 2566 โดยมีอัตราเติบโต CAGR อยู่ที่ร้อยละ 7.85 นอกจากนี้ สินค้าอุปกรณ์โทรศัพท์ Android ก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายดี โดย Oppo เป็นแบรนด์ชั้นนำและได้รับความนิยมครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 19.54 ณ เดือนมกราคม 2566 ตามมาด้วยแบรนด์ Vivo อันดับที่สอง ในขณะที่แบรนด์ Apple กลับได้รับความนิยมอยู่ในอันดับ ที่หก สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่นๆ ที่เป็นที่ต้องการ

มากที่สุด ในฟิลิปปินส์ ได้แก่ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ และเครื่องซักผ้า โดยคาดว่าจะมียอดขายสำหรับหมวดหมู่ดังกล่าว จะมีมูลค่าประมาณ 8.60 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2566 และมีอัตราเติบโต CAGR อยู่ที่ร้อยละ 3.83 สำหรับแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าชั้นนำและได้รับความนิยมในฟิลิปปินส์ ได้แก่ Samsung, Condua และ Panasonic

(4) อาหารและเครื่องดื่ม

ชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบในเรื่องการรักในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม โดยกาแฟเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการในฟิลิปปินส์และสามารถพบร้านกาแฟได้ทั่วประเทศ โดยชาวฟิลิปปินส์ประมาณร้อยละ 80 ดื่มน้ำกาแฟประมาณ 2.5 ถ้วยต่อวัน และร้อยละ 93 ของครัวเรือนชาวฟิลิปปินส์ซื้อกาแฟทุกสัปดาห์



สำหรับสินค้ายอดนิยมอื่นๆ ในหมวดหมู่ดังกล่าว ได้แก่ ของว่าง น้ำอัดลม และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ จากข้อมูลของ Statista ระบุว่าในปี 2566 ร้อยละ 2.1 ของรายได้รวมของตลาดอาหารจะมาจากการขายออนไลน์ ภายในปี 2566 โดยประเภทสินค้าที่มีส่วนแบ่งมากที่สุด คือ ขนมปังและซีเรียล ซึ่งจะมีมูลค่า 41.11 พันล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ คาดการณ์ว่ารายได้โดยรวมของอุตสาหกรรมอาหารในปี 2566 จะอยู่ที่ประมาณ 134.60 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีอัตราเติบโต CAGR อยู่ที่ร้อยละ 7.07 ในขณะที่ ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดเครื่องดื่มจะสูงถึง 1.017 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2570 โดยมีอัตรา CAGR อยู่ที่ร้อยละ 14.96 สำหรับแบรนด์สินค้าอาหารและเครื่องดื่มชั้นนำในฟิลิปปินส์ ได้แก่ Nestle Philippines, Inc., San Miguel Brewery และ Universal Robina Corporation



(5) Health and Wellness

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมามีผลกระทบต่อสุขภาพของชาวฟิลิปปินส์ตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพของตนเองมากขึ้น โดยอุปกรณ์กีฬาและฟิตเนสกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการมากที่สุดในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยในช่วงการแพร่ระบาดฯ ชาวฟิลิปปินส์จำนวนมากไม่สามารถเดินทางไปยิมได้ ทำให้สินค้าอุปกรณ์กีฬาและฟิตเนสมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างมาก เช่น เสือโยคะ Resistance bands และ ดัมเบล ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าในปี 2566 รายได้ของอุตสาหกรรมอุปกรณ์กีฬาอยู่ที่ประมาณ 1.726 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีอัตราเติบโต CAGR อยู่ที่ร้อยละ 6.79 สำหรับแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องออกกำลังกายที่เป็นที่นิยม ได้แก่ Johnson Fitness and Wellness, JB Sports, Toby's Sports และ PlayHard Fitness นอกจากนี้ สินค้าเพื่อสุขภาพที่เป็นที่นิยมอีก ได้แก่ วิตามินเสริม และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล เช่น มอยเจอร์ไรเซอร์ และสบู่อาบน้ำ ทั้งนี้จากการสำรวจชาวฟิลิปปินส์เมื่อต้นปี 2566 ผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 75.82 ระบุว่ามีการซื้อวิตามินรับประทาน และ ร้อยละ 63.24 ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลผิวมาใช้ สำหรับแบรนด์ผลิตภัณฑ์วิตามินที่ผู้บริโภชาวฟิลิปปินส์นิยมซื้อทั่วไป เช่น Puritan's Pride, Healthmax, Centrum เป็นต้น

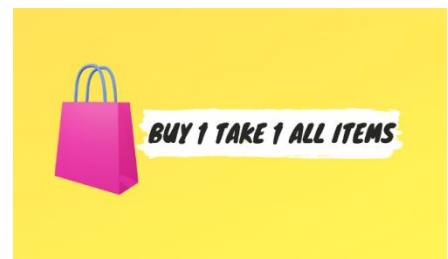


กลยุทธ์และเคล็ดลับการตลาดและจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภชาวฟิลิปปินส์อย่างมีประสิทธิภาพ

การตลาดนับเป็นส่วนสำคัญเป็นอย่างมากที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดและจำหน่ายสินค้า โดยการกำหนดกลยุทธ์และเคล็ดลับต่างๆ อย่างถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละตลาดเพื่อใช้โปรโมทสินค้าจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับกลยุทธ์และเคล็ดลับการตลาดและการขายสินค้าในฟิลิปปินส์มี ดังนี้

(1) รู้จักตลาดเป้าหมายและความต้องการ

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมความชื่นชอบและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนับเป็นสิ่งจำเป็นอันดับต้นๆ ที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง โดยผู้ประกอบการสามารถทำการวิจัยตลาดและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเข้าถึงข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสิ่งที่ลูกค้าต้องการในตัวสินค้า ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์ หรือปรับเปลี่ยนความพยายามทางการตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ชาวฟิลิปปินส์มักมีพฤติกรรมชื่นชอบการทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีราคาไม่แพง ชอบสินค้าที่มีความสะดวก ยั่งยืน และดีต่อสุขภาพ หรือ ผู้บริโภชาวฟิลิปปินส์มักชื่นชอบการช้อปปิ้งที่ให้ข้อเสนอต่างๆ ทั้งนี้ จากการสำรวจพบว่าผู้ซื้อชาวฟิลิปปินส์ 3 ใน 10 ราย จะซื้อสินค้าเนื่องจากมีโปรโมชั่น โดยข้อเสนอที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปพิจารณาใช้และมักได้ผลตอบแทนในการทำตลาดในฟิลิปปินส์ อาทิ ซื้อ 1 แถม 1 การจัดส่งฟรี หรือการให้ส่วนลดประเภทต่างๆ





(2) การใช้สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียทำการตลาด

ฟิลิปปินส์มีจำนวนประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลกคิดเป็นประมาณร้อยละ 72 นอกจากนี้ โซเชียลมีเดียยังเป็นหนึ่งในช่องทางที่ชาวฟิลิปปินส์ใช้เวลามากในแต่ละวันคิดเป็นประมาณ 4 ชั่วโมงหรือมากกว่าต่อวัน โดยแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ Facebook, TikTok และ Twitter ดังนั้น การสร้างแผนการตลาดที่เน้นไปที่การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการโปรโมทสินค้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในฟิลิปปินส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



และนอกจากช่องทางโซเชียลมีเดียแล้ว ช่องทางการตลาดอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการสามารถนำใช้ได้ เช่น การตลาดผ่านอีเมล การโฆษณา และการตลาดเนื้อหา เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรเลือกช่องทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับกลุ่มเป้าหมายและงบประมาณเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ชาวฟิลิปปินส์ยังเป็นผู้บริโภคที่ชื่นชอบการเข้าชมวิดีโอออนไลน์อีกด้วย โดยเฉพาะการชม Vlogs

ทำให้ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีผู้ชม Vlogs มากที่สุดในโลก รวมทั้งชาวฟิลิปปินส์ยังชอบดูวิดีโอบนเว็บไซต์สตรีมมิ่ง Youtube และ Netflix ซึ่งช่องทางดังกล่าวจะสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดได้เป็นอย่างดีสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่น่าดึงดูดยิ่งขึ้น

(3) การร่วมมือกับ Influencers

การร่วมมือกับผู้ มี อิทธิพล (Influencers) ที่มีผู้ติดตามหรือผู้ชมจำนวนมากบนโซเชียลมีเดียเป็นวิธีที่ได้ผลเป็นอย่างมากในการโปรโมทสินค้าของผู้ประกอบการในฟิลิปปินส์ สำหรับวิธีการเลือกผู้มีอิทธิพลควรพิจารณาให้เหมาะสมสอดคล้องกับแบรนด์ และกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจในการนำเสนอสินค้า ทั้งนี้ ชาวฟิลิปปินส์ได้ชื่อว่าเป็นผู้ที่นิยมยกย่องคนดังและผู้มีอิทธิพลโดยเฉพาะในท้องถิ่น โดยจากสำรวจระบุว่าประชากรออนไลน์ชาวฟิลิปปินส์ร้อยละ 51.4 ติดตามบุคคลที่ได้รับความนิยม ซึ่งเกินค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ร้อยละ 22.6 ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือแบรนด์สินค้าต่างๆ จึงมักนิยมทำการตลาดผ่าน Influencers ในประเทศฟิลิปปินส์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้ชมในวงกว้าง และชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะไว้วางใจแบรนด์ต่างๆ จากการรับฟังคำแนะนำจากบุคคลที่มีอิทธิพล สำหรับช่องทางสื่อสารที่ Influencers มักนิยมใช้ ได้แก่ TikTok และ Instagram



(4) การใช้ Targeted Ad

การโฆษณาที่ตรงเป้าหมาย (Targeted Ad) เป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาออนไลน์ที่ใช้ข้อมูลเพื่อแสดงโฆษณาที่เกี่ยวข้องไปยังผู้ชมเฉพาะเจาะจงตามความสนใจ พฤติกรรม และข้อมูลประชากร ทั้งนี้ การใช้ Targeted Ad ช่วยให้ผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่าสินค้าจะถูกแสดงต่อกลุ่มคนหรือกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่



เหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการซื้อ สำหรับตัวอย่างของแพลตฟอร์มที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ในการแสดงโฆษณาแบบ Targeted Ad ในฟิลิปปินส์ เช่น โฆษณานบน Google โฆษณานบน Facebook และโฆษณานบน Instagram เป็นต้น ทั้งนี้ การใช้ Targeted Ad ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าได้ผลตอบรับที่ดีในฟิลิปปินส์ เนื่องจากชาวฟิลิปปินส์จำนวนมากใช้เวลาบนโลกออนไลน์ในแต่ละวัน อย่างไรก็ตาม การใช้ Targeted Ad ผู้ประกอบการควรพิจารณาเลือกใช้ช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเพื่อแสดงโฆษณาที่ตรงเป้าหมายได้ รวมทั้งควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อความโฆษณาและภาพสินค้าสอดคล้องและตรงกับกับความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมาย



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

15 พฤศจิกายน 2566

อ้างอิง

[Market the Most In-Demand Products in the Philippines \(spiralytics.com\)](https://www.spiralytics.com)

[Top 10 Digital Marketing Trends in the Philippines 2024 \(spiralytics.com\)](https://www.spiralytics.com)