



โอกาสสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางในช่องทางออนไลน์ของเวียดนาม

1. เนื้อข่าว

ตลาดสำหรับสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางและสินค้า Personal Care ในเวียดนามยังเป็นตลาดขนาดใหญ่และมีศักยภาพการเติบโตสูง การขยายตัวของเศรษฐกิจ และการดำเนินนโยบายและมาตรการของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมการจ้างงานของผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงเข้าสู่ระบบการทำงานมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยต่าง ๆ เช่น การขยายตัวของเมืองอย่างรวดเร็ว วิถีชีวิตที่วุ่นวาย และกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้สินค้าสำหรับผู้หญิงที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น การช้อปปิ้งผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ให้ความสะดวกสบายสามารถเลือกและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ได้ รวมทั้งมีโปรแกรมส่งเสริมการขาย และตัวเลือกการชำระเงินที่หลากหลาย ทำให้แพลตฟอร์มเหล่านี้กลายเป็นแหล่งช้อปปิ้งยอดนิยมสำหรับผู้บริโภคจำนวนมาก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงมีการเติบโตอย่างมากในช่องทางออนไลน์



ข้อมูลจากบริษัท McKinsey & Company ชี้ให้เห็นว่า อีคอมเมิร์ซจะยังคงเป็นช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ความงามที่เติบโตเร็วที่สุด โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 12 ระหว่างปี 2565 ถึง 2570 นอกจากนี้ สถิติจากบริษัท Statista ระบุว่าตลาดอีคอมเมิร์ซด้านความงามและการดูแลตนเองทั่วโลกเพียงอย่างเดียวมีมูลค่าประมาณ 119 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะสูงถึง 184 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2571

ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงครอบคลุมหลายประเภท เช่น ความงามและการดูแลตนเอง แพชั่น บ้าน และห้องครัว รวมถึงสินค้าสำหรับแม่และเด็ก ในประเทศเวียดนาม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและสินค้ากลุ่ม Personal care ติดหนึ่งใน 5 อันดับหมวดหมู่สินค้าที่ขายดีที่สุดบนแพลตฟอร์ม Amazon ทั่วโลกในปี 2566

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครโฮจิมินห์ ระหว่างวันที่ 13 - 17 พฤษภาคม 2567

ในปี 2567 การเติบโตอย่างแข็งแกร่งของสินค้ากลุ่มสุขภาพ ความงามและการดูแลตนเอง ซึ่งเป็นเทรนด์ที่มาแรงในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การส่งออกสินค้ากลุ่มดังกล่าวของผู้ผลิตเวียดนามผ่านช่องทางออนไลน์ขยายตัว โดยอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอางและสินค้ากลุ่ม Personal Care ในเวียดนาม ส่วนใหญ่จะเน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ เช่น ขมิ้น มะพร้าว ว่านหางจระเข้ ข้าว เป็นต้น

(แหล่งที่มา <https://vietnamnews.vn/> ฉบับวันที่ 16 เมษายน 2567)

2. วิเคราะห์ผลกระทบ

ตลาดสินค้าเครื่องสำอางในเวียดนามเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การขยายตัวทางเศรษฐกิจ และจำนวนผู้หญิงเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่และเมืองท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ความงามมีความต้องการมากขึ้น ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การจำหน่ายสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางและสินค้า personal care ผ่านช่องทางออนไลน์บน E-Commerce Platform และ Social Media เติบโตขึ้นอย่างมาก เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ความต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้า ช่องทางออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภครุ่นใหม่ และสามารถสร้างการรับรู้แบรนด์สินค้าอย่างต่อเนื่องด้วยต้นทุนที่ต่ำ

3. นำเสนอโอกาส/แนวทาง

เวียดนามยังคงเป็นตลาดศักยภาพสำหรับสินค้าเครื่องสำอาง การเติบโตของช่องทางออนไลน์ทั้งแพลตฟอร์ม E-Commerce และ Social Media ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น และผู้ขายสามารถทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยต้นทุนที่ต่ำ และสามารถสร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้มากขึ้น ตลาดสินค้าเครื่องสำอางและสินค้า Personal care ในเวียดนาม มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ และปัจจุบัน สินค้าแบรนด์เวียดนามมีการพัฒนาสินค้าให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจขยายตลาดผลิตภัณฑ์ความงามมาในเวียดนาม จึงควรศึกษาความต้องการผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความแตกต่างของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้า