



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
 ชาวเด่นประจำสัปดาห์
 ระหว่างวันที่ 11-15 มีนาคม 2567

ผู้บริโภครุ่นใหม่ยังคงนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับความสวยความงามแม้ในสภาวะเงินเฟ้อ

บิวตี้โปรดักส์หรือผลิตภัณฑ์ความสวยความงาม (beauty products) ยังคงเป็นที่นิยมเสมอ แม้ในสภาวะเงินเฟ้อสูงหรือขณะที่ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อไม่สูงก็ตาม โดยข้อมูลจาก Ms. Irene Doody ผู้จัดการหมวดความสวยความงามของบริษัท Shoppers Drug Mart Inc. ซึ่งเป็นห้างค้าปลีกจำหน่ายสินค้ายาและเวชภัณฑ์ รวมไปถึงสินค้าหมวดอื่นๆ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ มีสาขากว่า 1,300 แห่งทั่วประเทศ เป็นบริษัทลูกของบริษัท Loblaws Inc. ห้างค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในแคนาดา โดยคาดการณ์ว่าภาคธุรกิจสินค้าผลิตภัณฑ์ความงามจะยังคงแข็งแกร่งในปี 2567

ปัจจัยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ความงาม ในปัจจุบันมาจาก



โซเชียลมีเดียที่เหล่า Influencers ได้โพสต์ถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลความสวยความงามต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องสำอาง

กำลังซื้อที่แข็งแกร่งและยังสามารถขยายตัวได้ในช่วงเศรษฐกิจซบเซาเป็นการยืนยันว่า สินค้าที่เกี่ยวกับความสวยความงามยังคงเป็นที่นิยมเสมอ แม้ขณะที่ความสามารถในการจับจ่ายของผู้บริโภคไม่สูงนักก็ตาม

ทายาทของอาณาจักรเครื่องสำอาง Estee Lauder (Leonard Lauder) ใช้คำว่า "ลิปสติกเอฟเฟกต์ (lipstick effect)" เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแม้มีกำลังซื้อน้อยในขณะที่หลายประเทศตกอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจถดถอยยังพร้อมจะเสียเงินไปกับสินค้าฟุ่มเฟือยชิ้นเล็กๆ เช่น ลิปสติก

แนวโน้มดังกล่าวกำลังเกิดขึ้นอีกครั้งในกลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อในแคนาดาสูงเกือบร้อยละ 3 ซึ่งน่าจะมีผล

ต่อการจับจ่าย แต่สถานการณ์ดังกล่าวไม่ได้ทำให้ผู้บริโภคเหล่านั้นลดความกระตือรือร้นในการดูแลตัวเองหรือลดการจับจ่ายกับสินค้ากลุ่มนี้

เมื่อผู้บริโภคมีข้อจำกัดบางอย่างและมีความเครียดในด้านการเงิน คนส่วนใหญ่มักจะตัดการซื้อสินค้าหรูชิ้นใหญ่ราคาแพง เช่น กระเป๋า และอาจจะหันมาใช้เงินกับสินค้า luxury ที่มีขนาดเล็กๆ ทดแทน เช่น ลิปสติก หรือพฤติกรรมการซื้อสินค้า skincare ที่บางครั้งมีราคาแพง แต่ผู้บริโภครู้สึกว่าเป็นผลลัพธ์ที่ดี คู่คู้กับเงินที่เสียไป

LVMH รายงานรายได้ประมาณ 1.2 หมื่นล้านเหรียญแคนาดา (3.12 แสนล้านบาท) ในปีที่ผ่านมาทั้งในธุรกิจน้ำหอมและเครื่องสำอาง ได้แก่ แแบรนด์ Christian Dior Guerlain Fenty Beauty by Rihanna Loewe) และ Benefit



รายได้จากกลุ่มธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าบิวตี้ บริษัท Sephora มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 2.59 หมื่นล้านเหรียญแคนาดา จาก 2.15 หมื่นล้านเหรียญแคนาดาในปี 2022

บริษัทวิจัย Circana พบว่ายอดขายในในกลุ่มสินค้าความงามขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างมาก (ร้อยละ 47 จากปี 2565) ถึงแม้ว่าเกือบร้อยละ 80 ของชาวแคนาดาที่ทำแบบสอบถามออกความเห็นว่าเขาประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วงที่ค่าครองชีพสูง บริษัท Circana ชี้ว่าผลิตภัณฑ์ดูแลผิว เครื่องสำอางและน้ำหอมเป็นหมวดหมู่สินค้าที่เติบโตเร็วที่สุดในสินค้าทั่วไป โตเร็วกว่าฮาร์ดแวร์ วิดีโอเกม เซ็ตของเล่นตัวต่อ (building sets) และแก้วเครื่องดื่มแบบพกพา เช่น แก้วเก็บความเย็นยี่ห้อ Stanley เสียอีก

นอกจากการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมความสวยความงามที่มาจากผลของ lipstick effect นี้ โซเชียลมีเดียและการจูงใจโดยเหล่า

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Influencer ยังเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้

บริษัท McKinsey & Co. บริษัทให้คำปรึกษาธุรกิจชั้นนำ ได้เปิดเผยผลการวิจัยล่าสุดพบว่า อุตสาหกรรมการบริโภคและการค้าปลีกของแคนาดา คนรุ่น Millennials หรือ Gen Y รวมถึงกลุ่ม Gen Z อย่างน้อยร้อยละ 50 หรือมากกว่านั้น จะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ทดแทนจากแรงกระตุ้นจากโซเชียลมีเดียและสิ่งที่พวกเขาเห็นทางออนไลน์ และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นสินค้าที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมดังกล่าว เนื่องจากแบรนด์ต่างๆ เห็นว่างบประมาณในส่วนของวีตี้โปรดักส์มีความยืดหยุ่น และความต้องการสินค้าเหล่านี้ของผู้บริโภคก็ไม่น่าจะเปลี่ยนแปลงเมื่อราคาเพิ่มขึ้น พวกเขาเชื่อว่ายิ่งลงทุนไปกับสินค้าในหมวดหมู่นี้เท่าไร พวกเขาจะเห็นผลลัพธ์ที่ดีขึ้นเท่านั้น

แบรนด์ Back to Earth Skin บริษัทตั้งอยู่ในเมืองเวอร์นอน รัฐบริติชโคลัมเบีย ซึ่งเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ วิแกน และปราศจากการทดลองสินค้ากับสัตว์ เป็นหนึ่งในหลายๆ บริษัทที่ได้รับประโยชน์จากแนวคิดนี้ ทำให้ธุรกิจเติบโตขึ้นร้อยละ 18.4 ในระหว่างปี 2565 และ 2566 และส่วนหนึ่งในยอดขายออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.8 ในช่วงเวลาเดียวกัน เจ้าของแบรนด์เชื่อว่า ตลาดนี้ขยายตัวอย่างมากและจะเติบโตขึ้นอีกในปี 2567

ในไตรมาสที่ผ่านมาบริษัท Loblaws บริษัทแม่ของ Shoppers Drug Mart รายงานว่ายอดขายในส่วนของเครื่องสำอางเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 เป็น 2.6 พันล้านเหรียญแคนาดา โดยเห็นว่าคนส่วนใหญ่มักมีเหตุผลที่จะซื้อสินค้าวีตี้โปรดักส์อยู่เสมอ และมักสนใจในสินค้าใหม่ๆ หรือนวัตกรรม

ผู้บริโภคบางรายซื้อสินค้าเพราะต้องการ "ทำตามใจตนเอง" หรือ "การทำให้ตัวเองรู้สึกดีขึ้น" หลายคน ซื้อของตามกระแสเพราะ Influencer ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์กลายเป็นกระแสไวรัลในช่วงข้ามคืน และผู้บริโภคเหล่านี้จำนวนมากเป็นผู้ซื้อที่อายุน้อย อายากรู้อยากเห็น และมีเวลาว่าง โดยผลิตภัณฑ์บำรุงหรือช่วยซ่อมแซมผมเสียกำลังได้รับความนิยมในปีนี้จะช่วยให้กลุ่มตลาดสินค้าความงามจะสามารถเติบโตต่อไป

ความเห็นของ สคต.

ในอดีต ก่อนที่ห้าง Sephora จะเปิดตัวในแคนาดา ผู้บริโภคชาวแคนาดาส่วนใหญ่มักซื้อสินค้าเกี่ยวกับความสวยความงามจาก Shoppers Drug Mart (หรือใช้ชื่อ Pharma Prix ในรัฐควิเบก) และ Rexall ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับร้าน Watson หรือ Boots ในประเทศไทย แต่มีสินค้าหลากหลายกว่า เนื่องจากเป็นร้านที่มีสาขามากและ

เจาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตัวเมือง วีตี้โปรดักส์ที่วางขายมีหลากหลาย รวมถึงเวชสำอาง แบรินค์ราคาเยอและแบรินค์ใหม่ที่ไม่ใช่แบรินค์ใหญ่ที่ขายตามห้าง จุดเด่นของ Shoppers Drug Mart คือ กลยุทธ์การสะสมแต้ม (Loyalty Program) ซึ่งสามารถสะสมร่วมกับกลุ่มร้านค้าในเครือ Loblaws ได้ด้วย เช่น No Frills, Loblaws, Real Canadian Superstore ประกอบกับราคาสินค้าที่ถูกกว่า Rexall ทำให้คนนิยมซื้อสินค้าใน Shoppers Drug Mart มากกว่า

ถึงแม้ว่าในสภาวะเงินเฟ้อปัจจุบันจะยังคงทำให้คนในแคนาดาใช้เงินอย่างระมัดระวังตามค่าครองชีพที่สูงขึ้น แต่จะยังมีกำลังการซื้อสินค้าเพื่อความสวยความงามอยู่เสมอ โดยเฉพาะเทรนด์เครื่องสำอางที่เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ เป็น Vegan เว้นจากการทดลองกับสัตว์ น่าจะเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์กระแสความต้องการและความนิยมของผู้บริโภคในแคนาดา ซึ่งผู้ประกอบการไทยอาจหันมาให้ความสนใจกับศักยภาพสินค้ากลุ่มนี้ ที่ยังสามารถขยายตัวได้แม้ในยามเศรษฐกิจแคนาดามีสัญญาณการชะลอตัวในปี 2567-2568

โปรดติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่องการค้าระหว่างประเทศที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. 1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre - TORONTO
31 Gloucester Street,
Toronto, ON M4Y 1L8
CANADA

Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
Email: toronto@thaitrade.ca