



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

Thai Trade Center – Miami

6100 Blue Lagoon Dr., Ste. 100, Miami FL 33126

T. 786-388-7888 F. 786-388-7999

Email. tcmiami@gmail.com

วันที่ 5-9 สิงหาคม 2562

1) บริษัทเครื่องสำอางยักษ์ใหญ่ L'Oreal โอด ตลาดเครื่องสำอางกำลังซบเซา



เนื้อหาสาระข่าว: L'Oreal บริษัทเครื่องสำอางยักษ์ใหญ่รายหนึ่งของโลกมีการขยายตัวต่ำกว่าประมาณการณ์สำหรับช่วงไตรมาสที่ 2 อ้างเหตุจากความต้องการในสหรัฐฯ ลดลง

Jean-Paul Agon ประธานและผู้บริหารบริษัท แถลงในรายการ CNBC Wednesday ว่า ปัจจัยแวดล้อมของตลาดสหรัฐฯ ไม่มีความแน่นอนเลย และอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเองก็ขึ้น ๆ ลง ๆ ไปตามสภาพเศรษฐกิจเสมอ L'Oreal ตั้งต้นจากไม่มีอะไรในมือเลยเมื่อ 50 ปีก่อน แล้วก็ขึ้นมาเป็นอันดับหนึ่งอะไรเลยที่ง่ายสำหรับเรา มีหลายปีที่เราประสบความสำเร็จได้ และอีกหลาย ๆ ปีก็แย้ แต่ปีนี้แย้ไปหน่อย ซึ่งก็คงต้องยอมรับ

1

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

นักวิจัยผู้บริโภคชี้ว่าเมื่อ 5 ปีก่อนตลาดเครื่องสำอางในสหรัฐฯ นั้นเฟื่องฟูอย่างมาก เพราะมีผู้มีชื่อเสียงประสบความสำเร็จในการเปิดตัวสินค้าใหม่ในแบรนด์ของตนเองมากมาย ตัวอย่างเช่น Fenty Beauty Collection ของนักร้องอย่าง Rihanna หรือ เครื่องสำอาง Kylie ของ Kylie Jenner เป็นต้น แล้วยังมีทั้งคนดังที่ใช้ Instagram และ Bloggers ที่ออกมาโฆษณาเครื่องสำอางและสอนการใช้เครื่องสำอางมุ่งเป้าไปที่ผู้บริโภคกลุ่ม Millennials (ผู้ที่เกิดในช่วงปี 1980-1994) ซึ่งมีความมั่นใจสูงในในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สไตล์ต่าง ๆ และการใช้เครื่องสำอางมากกว่าคนในรุ่นพ่อแม่ของพวกเขา แต่การที่ผู้บริหารของ L'Oreal ออกมาบอกว่าตลาดเครื่องสำอางในสหรัฐฯ กำลังซบเซานั้นชี้ให้เห็นได้ว่าความเฟื่องฟูในช่วงที่ผ่านมาอาจเป็นจุดสูงสุดที่มีแต่จะดิ่งลงแล้วก็ว่าได้

L'Oreal นั้นถือเป็นเจ้าตลาดในเรื่องเครื่องสำอางสำหรับตลาดผู้บริโภคทั่วไป แต่ก็มีสินค้าระดับหรูหราชที่ได้การตอบรับอย่างดีด้วยในตลาด ดังนั้นเมื่อตลาดเครื่องสำอางเริ่มจะแย่ เราก็ต้องรับแรงกดดันเพิ่มขึ้นไปด้วย

นักวิจัยยังชี้อีกว่า ใน 12-18 เดือนที่ผ่านมาตลาดเครื่องสำอางสหรัฐฯ อยู่ในสภาวะตกต่ำหนัก โดยมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ให้ความสนใจกับสิ่งที่แตกต่างหรือหรูหราชยิ่งขึ้น กว่าเครื่องสำอางที่วางขายตามท้องตลาด

รายได้ของ L'Oreal ในอเมริกาเหนือ (ไม่นับผลกระทบต่อรายได้จากการผันผวนของค่าเงินและการควบรวมกิจการ) ตกลง 1.1% ในช่วงเดือนเมษายนถึงมิถุนายน โดยตรงตัวในครั้งแรกของปี 2019 L'Oreal ซึ่งเป็นเครื่องสำอางฝรั่งเศส นับว่าเป็นแบรนด์เครื่องสำอางจากยุโรปายล่าสุด ที่พุดถึงประเด็นเรื่องความต้องการที่ผันผวนและแนวโน้มของตลาดสินค้าเพื่อความงามที่กำลังเปลี่ยนไปในภูมิภาคอเมริกาเหนือ โดยมีแบรนด์ Gucci ของ Kering ที่เคยออกมาแถลงถึงยอดขาที่ชะงักในตลาดสหรัฐฯ แล้วด้วยในสัปดาห์ก่อน

ต่อข้อซักถามที่ว่า แล้วภาวะอึมครึมอย่างนี้จะยาวนานไปอีกสักเพียงใด ผู้บริหารของ L'Oreal ให้คำตอบว่าภาวะเช่นนี้น่าจะไม่ยาวนานนัก เป็นไปได้ที่ผู้บริโภคอาจมีเครื่องสำอางเติมตู้ไปซักหน่อยและอีกสักพักก็ก็คงจะออกมาซื้อเครื่องสำอางกันอีกเช่นเคย

ราคาหุ้นของ L'Oreal ตกลงร้อยละ 4.5 ในวันพุธที่ผ่านมาด้วยผลดังกล่าว

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



บทวิเคราะห์: L'Oreal เป็นหนึ่งในบริษัทเครื่องสำอางที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง ในตลาดเครื่องสำอาง สหรัฐ จากข่าวที่ออกมาข้างต้นนี้ สามารถสะท้อนแนวโน้มของผู้บริโภคสหรัฐฯ ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในเรื่องของ พฤติกรรมการซื้อสินค้า พฤติกรรมการบริโภคโฆษณา และ ความสามารถในการซื้อสินค้า

ต่างปฏิเสธไม่ได้ที่ในปัจจุบัน “Social Media” ได้รับความนิยมสูงและสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคได้ไม่มากนักน้อย โดยผู้บริโภคนั้น มีช่องทางใน “การเลือกซื้อสินค้า” ที่มากขึ้น เพราะตลาดสามารถเกิดขึ้นทุกที่และ Social Media ได้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากที่ขายในท้องตลาด เน้นเครื่องสำอางที่พิเศษสำหรับผิวคนแพ้ง่าย หรือ เครื่องสำอางที่ทำจากสารธรรมชาติชนิดพิเศษซึ่งจะมีความหรูหรา โดยผลิตภัณฑ์ที่ออกมาเหล่านี้ต่างถูกผลิตมาเพื่อตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคบางกลุ่มได้ “ตรงจุด” กว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ที่จะออกสินค้าขายจำนวนมากและสรรพคุณอาจจะไม่ได้เจาะจงเฉพาะกลุ่มเหมือนดังคำกล่าวที่ว่า “เสื้อขนาดเดียวไม่สามารถสวมได้เหมาะเจาะสำหรับทุกคน (One size doesn't fit for all)”

ด้วยเหตุนี้จึงอาจจะเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ยอดขายสินค้าของ L'Oreal ต้องชะลอและลดลง เพราะถูกผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ แย่งชิงกลุ่มลูกค้าผู้ที่ต้องการทางเลือกใหม่ในการใช้เครื่องสำอางไป แต่ทั้งหมดนี้ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ จะสามารถล้มรายใหญ่ได้อย่างสมบูรณ์ อาจจะเพียงแค่แบ่งพื้นที่ตลาดกับรายใหญ่เท่านั้น ซึ่งนอกจากนี้บรรดาผู้มีชื่อเสียงก็ได้กระโดดลงมาเพิ่มทางเลือกในตลาดเครื่องสำอางกันด้วย โดยการออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เป็นของตัวเอง ใช้ชื่อเสียงและผู้ติดตามพวกเขาเป็นตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ของตนผ่านช่องทาง Social Media ซึ่งผู้บริโภคที่ติดตามอยู่ก็ให้ความเชื่อถือเต็มที่และให้การยอมรับในแบรนด์ของผู้มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบไปโดยปริยาย

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ: จากข่าวสารสภาวะทางการค้าของไทยในเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาได้ระบุว่า แม้เศรษฐกิจโลกจะชะลอตัว สินค้าบางประเภทกำลังอยู่ในสภาวะหดตัวทางการส่งออก แต่สินค้าชนิดเครื่องสำอางของไทยกลับสวนทางกันเพราะมีการขยายตัวอย่างมาก โดยยอดการส่งออกเครื่องสำอางของประเทศ ไทย ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2562 มีมูลค่าถึง 1,469.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งตลาดหลักสำคัญจะเป็นในกลุ่มประเทศที่ไทยมีข้อตกลงการค้าเสรีร่วมกัน (Free Trade Agreement) เช่น ประเทศในอาเซียน ญี่ปุ่น และ จีน เป็นต้น ด้วยเหตุจากการเติบโตนี้ จึงอาจจะทำให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทย อยากจะขยายตลาดการส่งออกไปยังในหลากหลายประเทศมากขึ้น ซึ่งจากข่าวที่นำเสนอข้างต้น สคต.ไม่อาจมีเห็นว่า หากผู้ประกอบการ

3

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

เครื่องสำอางกำลังมองหาต้องการขยายตลาดมายังสหรัฐฯ ในปัจจุบันอาจจะเป็นจังหวะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการ
เจาะตลาดสหรัฐฯ ด้วยโอกาสที่ผู้บริโภคเริ่มมองหาสินค้าใหม่และเริ่มออกห่างจากสินค้าที่มีอยู่ทั่ว ๆ ไปในตลาด
พฤติกรรมของผู้บริโภคสหรัฐฯ ที่กำลังหันไปนิยมที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากสินค้าที่วางขายทั่วไป
มากขึ้น สินค้าที่จะประสบความสำเร็จควรมีจุดขายที่ตัวผลิตภัณฑ์ พัฒนาแบรนด์สินค้าให้มีความหรูหรา แตกต่าง
จากที่วางขายในท้องตลาด ซึ่งสินค้าไทยอาจจะเน้นไปยังที่ พวกกลุ่ม สมุนไพร ที่รักษาผิวหรือประทีนผิว ต่าง ๆ
พร้อมกับสร้างแพคเกจที่มีความหรูหราและน่าสนใจ ก็จะเป็นอีกหนึ่งจุดขายของสินค้าได้

ที่มา: CNBC

เรื่อง: “Cosmetics giant L’Oreal says sluggish US makeup market has hit sales”

โดย: Holly Ellyatt

จัดทำโดย: ณัฐชนนธ์ ลิ้มบุญญ์สืบสาย

สศต. ไมอามี /วันที่ 6 สิงหาคม 2562

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูล
แก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มี
บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

