

“ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์” ชูเส้นทางพลิกวิกฤตสู่ บันไดขาขึ้น พารุรกิจความงามไทยโตตลาดโลก



“ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์” ชูเส้นทางพลิกวิกฤตสู่บันไดขาขึ้น พารุรกิจความงามไทยโตตลาดโลก

แม้ว่าในช่วงปลาย 2562 จะเป็นช่วงเวลาแห่งวิกฤตเศรษฐกิจที่วงการธุรกิจต่างพร้อมใจดาวน์ลงแทบทุกตลาด ไม่เว้นแม้แต่ผู้ยิ่งใหญ่อย่าง ‘ตลาดความงาม’ ที่นอกจากจะต้องต่อสู้กับปัจจัยภายนอกแล้ว ยังต้องรับมือกับจำนวนผู้เล่นที่มีเพิ่มขึ้นทุกวัน แต่ทว่าทุกวิกฤตยังมีแสงของโอกาสอยู่เสมอ เพราะในวันนี้ตลาดความงามไทย คือ เป้าหมายหลักจากคู่ค้าทั่วโลก ที่พร้อมจับมือลงทุนพลิกวิกฤตสู่บันไดขาขึ้น ดึงธุรกิจความงามไทยไปเติบโตในตลาดโลก

นางสาวรุ่งระวี กิตติสินชัยกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด เผยว่า “จากภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกในปีก่อน ทำให้ตลาดในประเทศไทยได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก โดยเฉพาะจากกลุ่มผู้บริโภคให้ความระมัดระวังกับการใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งผลลัพธ์เหล่านี้ทำให้ตลาดความงามเองก็ต้องพยายามปรับตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามมูลค่าธุรกิจเครื่องสำอางในปีนี้ ยังถือว่ามีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างต่อเนื่อง เพราะ

กลุ่มผู้บริโภคที่เริ่มใช้เครื่องสำอางมีค่าเฉลี่ยอายุน้อยลง และในขณะเดียวกัน ผู้ที่เริ่มใช้เครื่องสำอางแล้วก็จะมี พฤติกรรมการใช้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน”

ปัจจัยที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภครวมถึงพฤติกรรมความภักดีในแบรนด์ (Brand Loyalty) ที่ลดลงอีกด้วย ดังนั้น ตลาดความงามปี 63 จึงเป็นช่องของตลาดอุตสาหกรรมขาขึ้น (Sunrise Market) ที่เปิดให้ผู้ประกอบการหน้า ใหม่ได้เข้ามามีบทบาท รวมถึงเป็นช่องให้กลุ่มผู้ประกอบการ Start up มีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะกลุ่ม ดารา นักแสดง และเน็ตไอดอล ที่หันมาสร้างแบรนด์เครื่องสำอางกันอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงสินค้านำเข้าจากจีนและ เกาหลีใต้ในราคาถูก อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้เล่นยังส่งให้การแข่งขันมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ ในกลุ่ม Mass ระดับกลางและระดับล่าง

ผู้บริโภคเป้าหมายในกลุ่ม Mass ระดับกลางและระดับล่าง นับเป็นตลาดที่มีเม็ดเงินหมุนเวียนมหาศาล ทำให้ แม้แต่ Global Brand หรือแบรนด์ใหญ่ๆ ต่างก็หันมาพัฒนาคอลเลกชันเครื่องสำอางในราคาที่ถูกลง เพื่อส่งสินค้าเข้า ในกลุ่ม Mass มากขึ้น รวมถึงเริ่มออก Fighting brand ใหม่ๆ ในราคาที่จับต้องได้ เพื่อให้เกิดการแข่งขันและรักษา ส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มสินค้านั้นๆ ซึ่งการจับกลุ่ม Mass ครั้งนี้ จะเน้นแข่งขันกันที่คุณภาพของสินค้า รูปแบบและ ความแปลกใหม่ ความหลากหลาย มีนวัตกรรมทั้งตัวสินค้าและแพ็คเกจจิ้ง ไปจนถึงด้านราคา รวมถึงต้องสำรวจ ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะได้สินค้าที่ตอบสนองผู้บริโภคได้ในทุกกลุ่มอายุ และสามารถจัดการอายุของ ผลิตภัณฑ์ตาม Product Life Cycle ไม่ให้ถึงช่วงขาลง เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนให้แก่แบรนด์

นางสาวรุ่งระวี ยังกล่าวถึงโอกาสการขยายการเติบโตของเครื่องสำอางไทยว่า “ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็น ฮับหลักของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีศักยภาพเป็นทางผ่านสินค้าส่งออกไปยังภูมิภาคอื่นทั่วโลก ทั้งยังมีความ พร้อมด้านระบบการผลิต Supply Chain ที่ครบวงจร มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีแรงงานทักษะสูง ประกอบกับไม่มี ปัญหาข้อขัดแย้งภายในและด้านศาสนา รวมถึงไม่มีความเสี่ยงด้านภัยพิบัติที่รุนแรง ข้อได้เปรียบนี้เป็นปัจจัยที่ตอบ โจทย์ในการรองรับการค้าและการส่งออกได้มากขึ้นอย่างมีนัยยะ และเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการเจ้าของแบรนด์ รวมถึงผู้รับจ้างผลิตในประเทศไทย จะสามารถทำธุรกิจกับคู่ค้าต่างประเทศได้มากขึ้น”

“การเข้าเป็นพันธมิตรกับคู่ค้าต่างประเทศ ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงข้อจำกัด ไปจนถึงการรักษา สิทธิประโยชน์ในประเทศนั้นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและการทำธุรกิจอย่างมั่นคงกับคู่ค้า เช่น สิทธิ ประโยชน์การยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบภายใต้คลังสินค้าทัณฑ์บน การจัดหาหน่วยงานบริการด้านการส่งออก รวมถึงการจัดเตรียมเอกสาร เพื่อประโยชน์ในเรื่องการงดเว้น/ลดหย่อนภาษีให้กับผู้ประกอบการ เป็นต้น ทั้งนี้สำหรับผู้ ประกอบรายย่อย ยังต้องคำนึงถึงการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานในประเทศนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า จากการผลิตด้วยตนเองหรือจากการจ้างผลิตสินค้า (OEM) และสินค้าต้องตรงตามพฤติกรรมการใช้งานของผู้ บริโภคด้วย”

สำหรับ บริษัท ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด ก็เป็นหนึ่งในบริษัทรับจ้างผลิต (OEM) ที่ทำงานร่วมกับ

แบรนด์ความงามชั้นนำระดับโลกมานานกว่า 30 ปี จึงมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าได้หลากหลาย และมีคุณภาพดีเป็นที่ไว้วางใจจากลูกค้า สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดเฉพาะของลูกค้าในแต่ละประเทศได้ ทั้งยังมีศักยภาพผ่านการประเมินจากองค์กรที่ได้รับการรับรองในระดับสากลทั้งในและต่างประเทศ เช่น ใ้รับรอง JAPAN : QUASI DRUG, MUSALIM : HALAL LPPOM MUI, EU : BRC (British Retail Consortium), ISO22716 Cosmetic GMP, ISO9001 : 2015, ISO14001 : 2015, ISO45001 : 2018, EN ISO13485 : 2016, SEDEX เป็นต้น

อีกทั้ง ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์ ยังสามารถผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการ และตรงตามพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ด้วยการทำงานของฝ่าย Research & Development ร่วมกับบริษัทไมลอทท์ Japan พัฒนาและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการ Formulate สูตรต่างๆ ให้ทันสมัยและเป็นไปตามข้อกำหนดเฉพาะแล้วแต่กรณี รวมทั้งการใช้ระบบ Software ที่ทันสมัยในการบริหารจัดการ ตั้งแต่ขั้นตอนการรับออเดอร์ การวางแผนการผลิต การควบคุมการผลิต การบริหารคุณภาพ การจัดเก็บ ตลอดจนส่งมอบ และข้อมูลทุกอย่างเป็นแบบ Real time สามารถเข้าระบบออนไลน์กับลูกค้าได้ทั่วโลก เช่น SAP Alfresco K2 WMS เป็นต้น

สำหรับมุมมองข้อควรคำนึงด้านสินค้าความงาม นางสาวรุ่งระวี ให้ข้อมูลว่า “สินค้าความงามที่ดี สิ่งแรกเลยคือต้องมีความปลอดภัยขั้นสูงสุดต่อผู้บริโภค โดยในความปลอดภัยนี้ต้องใส่ใจในการผลิตเพื่อให้สินค้าตอบโจทย์ความต้องการในแง่ของคุณภาพ ที่สำคัญควรตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนการผลิตด้วย ในส่วนของผู้ประกอบการที่มีเป้าหมายในตลาดต่างประเทศ ควรทำวิจัยในเรื่องความแตกต่างของภูมิประเทศ ภูมิอากาศ สภาพผิว รวมถึงข้อจำกัดในประเทศนั้นๆ เช่น การผลิตสินค้า Halal เพื่อกลุ่มผู้บริโภคมุสลิม และคำนึงอยู่เสมอในเรื่องของราคา ว่าเมื่อสินค้ามีคุณภาพดีและราคาสมเหตุสมผล ผู้บริโภคก็จะยอมจ่ายด้วยความเต็มใจเสมอ”

ผู้ประกอบการที่สนใจข้อมูลการผลิตเครื่องสำอาง และการทำธุรกิจความงามในต่างประเทศ สามารถพบกับบริษัท ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด ได้ที่ นิทรรศการแสดงสินค้าเพื่อธุรกิจความงามระดับโลก “คอสมโพรฟ ซีบีอี เอเชีย แอชเชียน แอชเชียน 2563 (Cosmoprof CBE ASEAN 2020)” 17-19 กันยายน 2563 ณ ศูนย์การแสดงผลสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี