

ตลาดน้ำหอมในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีนโยบายเศรษฐกิจสนับสนุนการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเสรี ดังนั้นสินค้าน้ำหอมจึงสามารถดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย การจำแนกตลาดน้ำหอมในประเทศไทยสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ ตามลักษณะของการวางตำแหน่งสินค้าในตลาด คือ

1. **น้ำหอมในตลาดระดับบน** ได้แก่ น้ำหอมแบรนด์เนม ที่มีชื่อเสียงต่างๆ โดยตลาดน้ำหอมในส่วนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นน้ำหอมที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะวางภาพลักษณ์ของตัวสินค้าไว้เป็นอย่างดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น น้ำหอม CK one ของCalvin Kline จะเน้นความหรูหราที่ทุกคนสัมผัสได้ ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง (Unisex) หรือ Chanel จะเน้นภาพลักษณ์ของสตรี ที่หรูหราสง่างามและมีรสนิยมน ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มมูลค่าของสินค้าทำให้สามารถตั้งราคาได้สูง น้ำหอมที่จำหน่ายในตลาดนี้จะเป็นชนิด Eau de Perfume และ Eau de Toilet และใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากธรรมชาติ



2. **น้ำหอมในตลาดมวลชน** น้ำหอมในตลาดส่วนนี้จะวางลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายไว้กว้างๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชาย กลุ่มวัยรุ่นหญิง หรือกลุ่มสาวทำงาน เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์การทำตลาดของสินค้า จะเน้นให้รู้สึกถึงความจำเป็นที่จะต้องใช้ผลิตภัณฑ์น้ำหอม ซึ่งน้ำหอมในตลาดนี้จะเป็นชนิด Eau de Cologne หรือในรูปแบบของสเปรย์ระงับกลิ่นต่างๆ และใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากสารสังเคราะห์ โดยการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลัก

น้ำหอมชนิดเติม : การตลาดรูปแบบใหม่



นอกจากประเภทของตลาดน้ำหอมดังกล่าวปัจจุบันยังมีรูปแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ น้ำหอมอีกประเภทหนึ่งโดยนำหัวน้ำหอมซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายให้แก่ ผู้บริโภคในรูปแบบน้ำหอมชนิดเติมโดยคิดราคาเป็นมิลลิลิตร (ซี.ซี.) ซึ่งเป็นหัวน้ำหอม ที่ทำมาจากสารสังเคราะห์ราคาย่อมเยา มีน้ำหอมหลากหลายกลิ่นให้เลือกโดยแต่งกลิ่นเลียนแบบน้ำหอมแบรนด์เนม ซึ่งนับวันธุรกิจรูปแบบนี้จะยิ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นร้านประเภทนี้ได้ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป หรือตลาดนัดต่างๆ