



BOOKETING

LINE >> @MARKETINFO
WWW.MKTINFOONLINE.COM

TALCUM POWDER MARKETING

กลยุทธ์การตลาด

แป้งฝุ่นโรยตัว ปี 2567 / 2024

2567
/2024

สารบัญ

	หน้า
สถานการณ์การแข่งขัน (MARKET ANALYSIS)	2
ตารางผู้ประกอบการรายสำคัญ	4
ตารางอัตราการเปลี่ยนแปลงตลาดแบ่งผู้บริโภค ปี2567	4
ลักษณะผลิตภัณฑ์	4
วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (KEY SUCCESS FACTOR : KSF)	6
วิเคราะห์ SWOT	
S – Strengths	6
W – Weaknesses	7
O – Opportunities	7
T– Threats	8
วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST)	
P – POLITIC	9
E – ECONOMIC	11
S – SOCIAL	15
T – TECHNOLOGY	18
E – ENVIRONMENTAL	24
L – LEGAL	26
วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดัน (5 FORCES MODEL)	26
มูลค่าตลาด (MARKET SIZE)	33
แนวโน้ม	33

ตลาดแปงฝูบิรอยต้า

สถานการณ์การแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาดพบว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการใช้สื่อภาพยนตร์โฆษณา การนำใช้ฟรีเซ็นเตอร์ที่มีชื่อเสียงมาสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และการจัดกิจกรรมเชิงการตลาด (Events Marketing) ในรูปแบบต่าง ๆ

ส่วนการแข่งขันทางด้านกลยุทธ์ราคาต่ำ หรือการแจกแถมสินค้า พบว่า ยังคงมีบทบาทสำคัญเช่นเดิมเพราะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการซื้อในช่วงที่มีการแข่งขันสูงหรือภาวะเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว

แม้ว่าต้นทุนการผลิตจะมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น แต่การปรับขึ้นราคาสินค้าโดยตรงนั้นน่าจะเป็นทางเลือกสุดท้ายที่ผู้ประกอบการจะนำมาดำเนินการ เพราะนอกจากกระทบพหุชนจะมีความเข้มงวดในการปรับขึ้นราคาสินค้าแล้ว ยังอาจจะทำให้ผู้บริโภคหันไปบริโภคสินค้าแบรนด์อื่นทดแทน และส่งผลให้ยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของกิจการปรับตัวลดลงได้ในที่สุด

ความเคลื่อนไหวของผู้ประกอบการ พบว่า บริษัท คอลเกต ปาล์มโอลีฟ จำกัด ได้เปรียบคู่แข่งขันค่อนข้างมาก จากการที่มีฐานการผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมาก อีกทั้งมีความแข็งแกร่งด้านช่องทางจัดจำหน่ายทั้งที่เป็นช่องโมเดิร์นเทรด และร้านค้าปลีกรายย่อย โดยโพเทคส์ เป็นแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพผิวที่บริษัทคอลเกตเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิว ด้วยการขยายฐานสินค้าใหม่ ที่เริ่มต้นจากสบู่ก้อน แป้ง และสบู่อะลูมิเนียมให้เห็นถึงความพยายามที่ต้องการขยายตลาดในครอบครัวในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพผิว