

# ก้าวทันนโยบายสำคัญรอบโลก

## อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง พลังความงามที่น่าจับตามอง



France



ฝรั่งเศสเป็นประเทศที่มีแบรนด์เครื่องสำอางโดดเด่นและมีชื่อเสียงอย่างมาก โดยในปี 2022 ฝรั่งเศสเป็นผู้ส่งออกเครื่องสำอางอันดับ 1 ของโลก มูลค่า 1.07 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.6 ของส่วนแบ่งตลาดโลก ด้วยความนิยมใช้เครื่องสำอางที่มีมาตั้งแต่ในอดีต ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของฝรั่งเศสมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดตั้ง **Cosmetic Valley** ตั้งแต่ปี 1994 จากเงินลงทุนร่วมกันระหว่างเอกชนและภาครัฐที่เป็นสมาคมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง น้ำหอม และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีสมาชิกในรูปแบบโรงงานเครื่องสำอาง ธุรกิจผู้ผลิตวัตถุดิบ และหน่วยงานวิจัย วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาธุรกิจ มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และร่วมกันพัฒนาตลาดส่งออก ปัจจุบัน Cosmetic Valley มีสมาชิกกว่า 6,300 แห่ง โดยเป็น SME ประมาณร้อยละ 85 มีการจ้างงานกว่า 226,000 ตำแหน่ง และมูลค่าการซื้อขายกว่า 7.1 หมื่นล้านยูโร

นอกจากนี้ ช่วงปลายปี 2023 ที่ผ่านมา Cosmetic Valley ได้เปิดตัว **French Fragrance & Cosmetics Embassy China (FFCE China)** ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยจะมีการก่อตั้งสำนักงานแห่งแรกในเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน มีเป้าหมายเพื่อวางโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศทางการค้าในต่างประเทศ สร้างการเชื่อมโยงกับหน่วยงานในท้องถิ่น ศึกษาและเจาะตลาดต่างประเทศ รวมทั้งเสริมสร้างอิทธิพลซอฟต์แวร์เวอร์ชันด้านเครื่องสำอางในระดับสากล



The United Kingdom



อุตสาหกรรมความงามของสหราชอาณาจักร มีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ศิลปะ และความบันเทิง โดยในปี 2022 ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและเครื่องสำอาง (Beauty and Personal Care Industry) สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสหราชอาณาจักร ประมาณ 2.45 หมื่นล้านปอนด์ ซึ่งมาจากรัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมความงาม โดยในปี 2021 ได้ตั้ง **ทีมงานด้านความงามและเครื่องสำอาง** โดยรวบรวม 4 องค์กรสำคัญ ได้แก่ (1) British Beauty Council (2) UK Spa Association (3) British Association of Beauty Therapy และ (4) Cosmetology and the National Hair & Beauty Federation เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน มีวัตถุประสงค์ในการสร้างความเข้าใจให้กับสังคมในส่วนของความงาม โดยส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรม และสนับสนุนเงินทุนทางธุรกิจ

นอกจากนี้ รัฐบาลยังมี **โครงการ Future Talent Programme** ที่ส่งเสริมการสร้างเส้นทางอาชีพด้านความงามที่หลากหลายให้กับคนรุ่นใหม่ สร้างแหล่งข้อมูลด้านอุตสาหกรรมความงาม พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถให้เข้าสู่อุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยรักษาชื่อเสียงระดับโลกของอุตสาหกรรมความงามของสหราชอาณาจักร



# ก้าวทันนโยบายสำคัญรอบโลก

## อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง พลังความงามที่น่าจับตามอง



### The United States of America



สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 ของโลก จากข้อมูลของ Mordor Intelligence ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจคาดการณ์ว่า ในปี 2024 ตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายของสหรัฐฯ จะมีมูลค่ากว่า 9.37 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีโอกาสเพิ่มขึ้นเป็น 1.07 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2029 โดยปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อความงามของสหรัฐฯ มีการใช้นวัตกรรม เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติและปราศจากสารเคมีมากขึ้น

ตัวอย่างแบรนด์จากสหรัฐฯ ที่มีจุดเด่นด้านการใช้สารสกัดจากธรรมชาติ อาทิ **Origins** แบรนด์เครื่องสำอางที่ได้ตรารับรองจากกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา (USDA) ว่ามีสารชีวภาพถึงร้อยละ 95 จากการใช้สารสกัดธรรมชาติ น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ และส่วนผสมจากพืชพรรณออร์แกนิก เช่น ดอกโบตั๋น และสมุนไพรวัว Scutellaria รวมถึง **Youthforia** แบรนด์เครื่องสำอางที่มีแคมเปญ “แต่งหน้า ก็นอนได้” มีการใช้ส่วนผสมหลักจากสารสังเคราะห์จากพืชกว่า 20 ชนิด เช่น น้ำมันทานตะวัน และน้ำมันอะโวคาโด



### Thailand



ไทยเป็นหนึ่งในตลาดธุรกิจผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอางที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยในปี 2022 ตลาดสินค้าความงามของไทยมีมูลค่ากว่า 2.46 แสนล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกคิดเป็น ร้อยละ 28 ของการผลิตในประเทศ ประเทศส่งออกสำคัญ อาทิ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ทั้งนี้ คาดว่าปี 2024 ตลาดสินค้าความงามของไทยจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 9-9.3

เครื่องสำอางแบรนด์ไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ เช่น **Mistine Srichand** และ **4U2** เนื่องจากราคาที่จับต้องได้ มีการใช้นวัตกรรมใหม่ และบรรจุภัณฑ์น่าสนใจ รวมทั้ง ผู้บริโภคยังนิยมใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติมากขึ้น ทำให้ไทยมีข้อได้เปรียบอยู่หลายด้าน นอกจากนี้ ด้วยสภาพภูมิประเทศที่เอื้ออำนวย ทำให้มีความหลากหลายของสมุนไพรที่สามารถนำมาต่อยอดได้ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ตลาดเครื่องสำอางไทยจะเติบโตได้จากฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งในตลาดเครื่องสำอางและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ สมาคมเครื่องสำอางไทย ยังได้มุ่งหวังให้รัฐบาลเร่งผลักดันเครื่องสำอางไทยให้เป็นซอฟต์แวร์อินออนาคตด้วย



# ก้าวทันนโยบายสำคัญระดับโลก

## อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง พลังความงามที่น่าจับตามอง



### Indonesia



อุตสาหกรรมความงามในอินโดนีเซียเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยปัจจัยหลักประการหนึ่งมาจากอำนาจการใช้จ่ายของชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น ซึ่งคาดว่าชนชั้นกลางในประเทศประมาณ 54 ล้านคน จะขยายเป็น 135 ล้านคน ภายในปี 2030 นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในประเทศยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง "ฮาลาล" ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียได้ดี เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิมมากที่สุดในโลก (ประมาณร้อยละ 87 ของประชากรทั้งประเทศ) ซึ่งต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ตามหลักอิสลาม

อินโดนีเซียจึงเป็นตลาดฮาลาลที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอาหาร การท่องเที่ยว เครื่องสำอาง และเภสัชกรรม โดยในปี 2014 บริษัทเครื่องสำอางท้องถิ่น Wardah ได้เป็นผู้บุกเบิกเครื่องสำอางฮาลาลในประเทศ และในปี 2022 อุตสาหกรรมเครื่องสำอางฮาลาลในอินโดนีเซียเติบโตจนมีมูลค่ากว่า 4.19 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ รัฐบาลอินโดนีเซียได้ออกกฎระเบียบ ฉบับที่ 39 ปี 2021 (GR 39/2021) กำหนดให้ผู้ประกอบการที่จะจำหน่ายสินค้าและบริการในประเทศต้องได้รับ “การรับรองฮาลาล” ด้วย



### Saudi Arabia



ตลาดความงามคาดว่าจะสร้างรายได้ให้กับซาอุดีอาระเบียกว่า 5.95 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2024 จากรายงานของ Statista เว็บไซต์วิจัยและเก็บสถิติชั้นนำ และคาดว่าจะตั้งแต่ปี 2024-2028 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.22 ต่อปี ซึ่งตลาดความงามในซาอุดีอาระเบีย เป็นตลาดเกิดใหม่ที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ Gulf Cooperation Council (GCC)

รัฐบาลซาอุดีอาระเบียสนับสนุนอุตสาหกรรมความงามในหลายรูปแบบ อาทิ การให้เงินทุนสนับสนุนผู้ค้าปลีกในท้องถิ่น จัดงานแสดงสินค้าความงามที่สำคัญอย่าง Beautyworld Saudi Arabia โดยในปี 2024 มีผู้เข้าร่วมแสดงสินค้ากว่า 350 ราย จาก 35 ประเทศ และผู้เข้าชมงานกว่า 10,000 คน เป็นงานที่จัดขึ้นโดยรัฐบาลซาอุดีอาระเบียร่วมกับหอการค้าเมื่องิยาต นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีการส่งเสริมเครื่องสำอางฮาลาลผ่าน วิสัยทัศน์ซาอุดีอาระเบีย 2030 (Saudi Vision 2030) ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ค้าปลีกในท้องถิ่นอย่างยิ่ง



# ก้าวทันนโยบายสำคัญระดับโลก

## อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง พลังความงามที่น่าจับตามอง



India



ในปี 2023 ตลาดเครื่องสำอางอินเดียมีมูลค่า 8.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะสูงถึง 18.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2032 ด้วยอัตราการเติบโตร้อยละ 3.2 ต่อปี ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่น่าสนับสนุนการเติบโต คือ ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก สมุนไพร และอายุรเวทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแบรนด์ความงามชั้นนำของอินเดียสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดีด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอายุรเวทและสมุนไพร อาทิ แบรนด์ **Dabur** และ **Marico**

จากรายงานของบริษัทวิจัย BMI เมื่อเดือนกันยายน 2023 พบว่า ตลาดผู้บริโภคของอินเดียจะเติบโตจนกลายเป็นอันดับ 3 ของโลก ภายในปี 2027 เนื่องจากจำนวนและรายได้ของชนชั้นกลางในอินเดียมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้เริ่มที่จะหันมาดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น อินเดียจึงเป็นตลาดที่เป็นโอกาสสำหรับสินค้าหมวดความงามที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าหมวดเครื่องสำอางและดูแลผิวพรรณของอินเดียต้องขอรับใบอนุญาตและจดทะเบียนสินค้าภายใต้การกำกับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ **Central Drugs Standard Control Organization (CDSCO)**



Nigeria



ไนจีเรียเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำด้านอุตสาหกรรมความงามของทวีปแอฟริกา จากการเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดและประชากรมากที่สุดในทวีปแอฟริกา ข้อมูลจาก Statista เว็บไซต์วิจัยและเก็บสถิติชั้นนำคาดการณ์ว่า ในปี 2024 ตลาดเครื่องสำอางของไนจีเรียจะมีมูลค่าอยู่ที่ 1.94 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเน้นการนำเข้าเครื่องสำอางมากกว่าผลิตในประเทศ ประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ อินเดีย สหรัฐอเมริกา และจีน

เครื่องสำอางท้องถิ่นของไนจีเรียหลายแบรนด์สร้างขึ้นเพื่อตอบโจทย์ชาวแอฟริกัน อาทิ **House of Tara** ที่ตั้งใจผลิตเครื่องสำอางให้เหมาะกับสีผิวของชาวแอฟริกัน และ **Natural Nigerian** เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ใช้สารสกัดจากสมุนไพรท้องถิ่น นอกจากนี้ ภาครัฐและภาคเอกชนมีการสนับสนุนการทำธุรกิจเครื่องสำอางผ่านหน่วยงาน **Nigerian Association of Small Scale Industrialists (NASSI)** ที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยหลายรูปแบบ อาทิ การเผยแพร่ความรู้ การให้ทุนสนับสนุน และการสร้างเครือข่ายที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ

