

ธุรกิจสบู่และเครื่องสำอาง

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

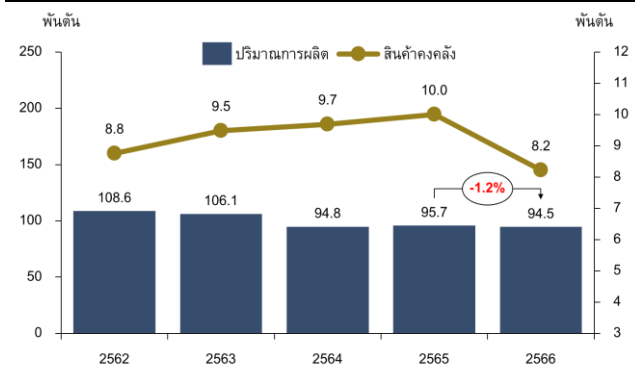
ISIC: 52202300 การผลิตสบู่และสารซักฟอก ผลิตภัณฑ์เคมีที่ใช้ในการทำ ความสะอาดและขัดเงา น้ำหอม เครื่องสำอาง และเครื่องประทินโฉม

ในระยะ 1 ปี ข้างหน้า ธุรกิจการผลิตสบู่และเครื่องสำอางมีแนวโน้ม "Neutral (+)" จากทิศทางการผลิตที่คาดว่าจะขยายตัวตามความต้องการทั้งการบริโภคในประเทศและการส่งออกที่เพิ่มขึ้น จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลผิวพรรณมากขึ้น ประกอบกับเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัว รวมทั้ง ภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ทั้งนี้ ตลาดเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลสามารถเข้าถึงได้มากขึ้นผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ในขณะที่ไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แปรนติสบู่และเครื่องสำอางจึงตั้งเป้าที่จะทำการตลาดในผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลผิว ช่องปาก และดูแลเส้นผม รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติชะลอวัยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังคงต้องเผชิญกับปัจจัยท้าทายจากการแข่งขัน โดยเฉพาะการแข่งขันจากสินค้าจากต่างประเทศที่มีแนวโน้มเข้ามาแข่งขันในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

ภาพรวมธุรกิจ

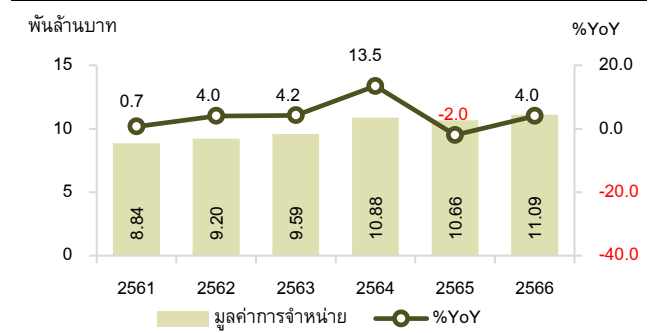
สำหรับภาพรวมตลาดสบู่และเครื่องสำอาง พบว่า ปริมาณการผลิตสบู่และเครื่องสำอาง ในปี 2566 หดตัวลงเล็กน้อยที่ 1.2%YoY มาอยู่ที่ 94,512.67 ตัน เนื่องจากปริมาณสินค้าคงคลังเฉลี่ยจากปีก่อนหน้าอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ประกอบการลดกำลังการผลิตลงเพื่อระบายสินค้าคงคลังออก ในขณะที่มูลค่าการจำหน่ายสบู่และเครื่องสำอางในประเทศไทยในปี 2566 มีทิศทางเติบโตตามการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศและพฤติกรรมที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพและสุขอนามัยส่วนบุคคลมากขึ้น ทำให้ภาพรวมของมูลค่าการจำหน่ายสบู่และเครื่องสำอางในปี 2566 นี้ ขยายตัวราว 4.0%YoY มาอยู่ที่ 11,093.15 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของตลาดค่อนข้างรุนแรงทั้งด้านคุณภาพและราคา เนื่องจากมีผู้เล่นในตลาดเป็นจำนวนมาก

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตและสินค้าคงคลัง สบู่และเครื่องสำอางในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 2 มูลค่าการจำหน่ายสบู่และเครื่องสำอางในประเทศไทย

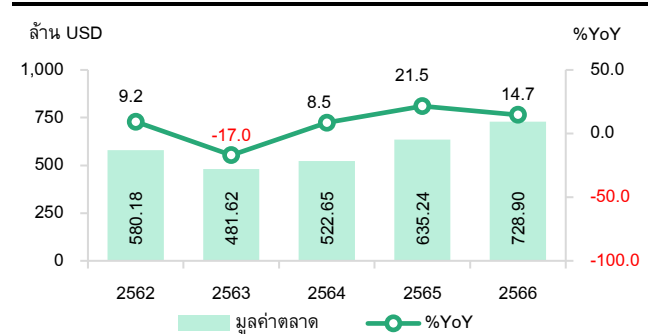


ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำหรับภาพรวมตลาดเครื่องสำอางในปี 2566 พบว่า มูลค่าตลาดขยายตัวสูงถึง 14.7%YoY อยู่ที่ 728.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันกลับมาใส่ใจตัวเองและใช้เครื่องสำอางในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเติบโตตาม ประกอบกับช่องทางที่ซื้อขายออนไลน์มีเข้ามามีบทบาท ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องสำอางได้สะดวก รวดเร็ว และเปรียบเทียบราคาได้ง่าย ล้วนเป็นแรงผลักดันให้ผู้บริโภคซื้อเครื่องสำอางมากขึ้น

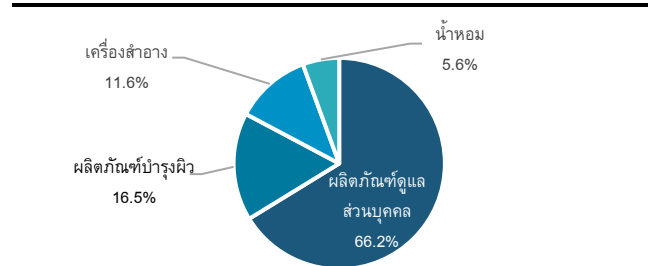
ทั้งนี้ เมื่อจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ความงามและของใช้ดูแลส่วนบุคคลตามมูลค่าตลาด ปี 2566 พบว่า ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลมีสัดส่วนสูงสุดที่ 66.2% รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว 16.5% เครื่องสำอาง 11.6% และ น้ำหอม 5.6% ตามลำดับ

รูปที่ 3 มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย



ที่มา : Statista

รูปที่ 4 สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์ความงามและของใช้ดูแลส่วนบุคคล ปี 2566



ที่มา : Statista

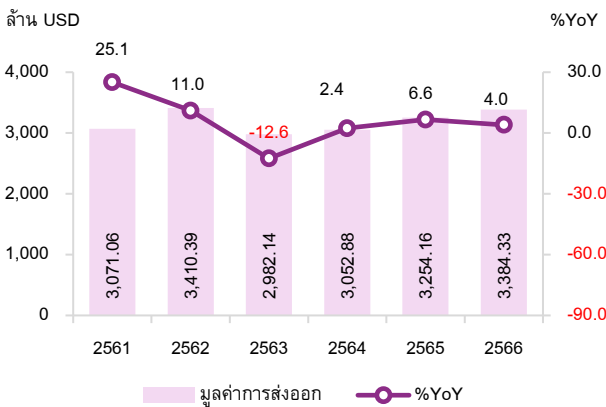
ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

สำหรับตลาดส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวของไทย ในปี 2566 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 3,384.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 4.0%YoY จากความนิยมสินค้าของไทยที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้บริโภคต่างชาติให้ความสำคัญกับสินค้าจากธรรมชาติ ประกอบกับเทรนด์การดูแลสุขภาพผิวและใบหน้าที่มากขึ้นสำหรับคนทุกกลุ่มเพื่อความดูดีและอ่อนวัย รวมทั้งสินค้าไทยมีราคาที่สามารถแข่งขันได้ จึงทำให้ตลาดส่งออกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง

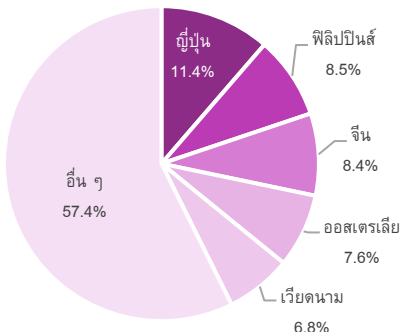
ทั้งนี้ ตลาดปลายทางที่ไทยส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น คิดเป็น 11.4% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมา คือ ฟิลิปปินส์ 8.5% จีน 8.4% ออสเตรเลีย 7.6% และเวียดนาม 6.8% ตามลำดับ

รูปที่ 5 มูลค่าการส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 6 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว จำแนกตามประเทศ ปี 2566

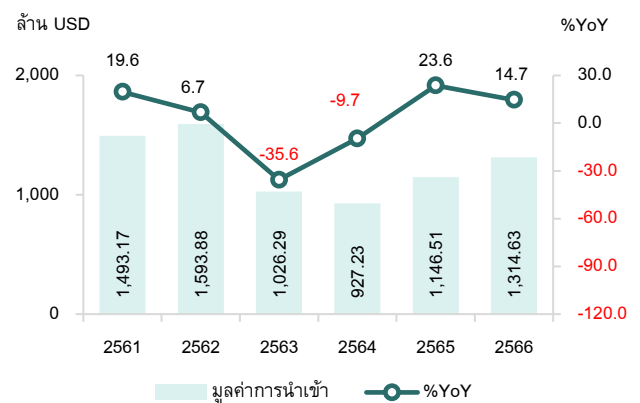


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ในส่วนของตลาดนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ในปี 2566 พบว่า มีมูลค่าการนำเข้า 1,314.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 14.7%YoY เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่มีความสนใจในการดูแลและปรับปรุงรูปร่างของตนเองอย่างสม่ำเสมอ และมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงและดูแลผิวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับแนวโน้มเศรษฐกิจไทยมีทิศทางเติบโต การท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัว กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวในต่างประเทศมีการเติบโต มีการพัฒนาของเทคโนโลยีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้านี้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ส่งผลให้มูลค่านำเข้าสินค้านี้เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยังคงตัวในระดับสูง

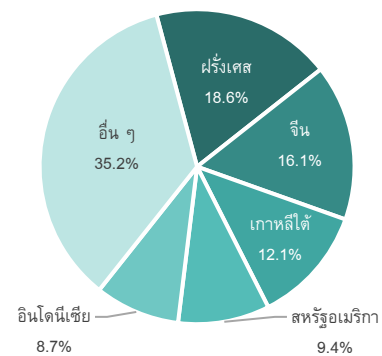
ทั้งนี้ แหล่งนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวที่สำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ฝรั่งเศส คิดเป็น 18.6% ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ จีน 16.1% เกาหลีใต้ 12.1% สหรัฐอเมริกา 9.4% และอินโดนีเซีย 8.7% ตามลำดับ

รูปที่ 7 มูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 8 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว จำแนกตามประเทศ ปี 2566



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจผลิตสบู่และเครื่องสำอางในระยะอีก 1 ปีข้างหน้า มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากทิศทางการผลิตที่คาดว่าจะขยายตัวสูงขึ้นจากการกลับมาเพิ่มอัตราการผลิต หลังจากที่ระดับสินค้าคงคลังเริ่มลดลงสู่ระดับที่เหมาะสม และความต้องการในประเทศที่เพิ่มขึ้นตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลผิวพรรณมากขึ้น ประกอบกับเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัว จากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เป็นปัจจัยหนุนให้ความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคขยายตัวตามรวมทั้ง ภาคการท่องเที่ยวที่กลับมาฟื้นตัวอย่างมาก ธุรกิจเกี่ยวเนื่องทั้งโรงแรมที่พักสามารถกลับมาดำเนินการได้ตามปกติ ทำให้ตลาดสบู่และเครื่องสำอางได้รับอานิสงค์ในส่วนนี้ ในด้านของการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าสุขภาพและความงามไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและศักยภาพสูงเป็นที่ต้องการของตลาด และมีความได้เปรียบในเรื่องวัตถุดิบที่ผลิตจากธรรมชาติทำให้ปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และมาตรฐานการผลิตชั้นสูง

ทั้งนี้ ตลาดเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลสามารถเข้าถึงได้มากขึ้นผ่านทางอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซด้วยกระแสโซเชียลมีเดียที่เพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจากแนวโน้มของโซเชียลมีเดียแล้ว การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคยังส่งสัญญาณถึงการเปลี่ยนรูปแบบการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคอีกด้วย ในขณะที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แปรนด์สบู่และเครื่องสำอางจึงตั้งเป้าที่จะทำการตลาดในผลิตภัณฑ์สำหรับการดูแลผิว ช่างปาก และดูแลเส้นผม รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติชะลอวัยมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังคงต้องเผชิญกับปัจจัยท้าทายจากการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะการเข้ามาของสินค้าต่างประเทศที่มีแนวโน้มเข้ามาแข่งขันในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสินค้าที่เข้ามาแข่งขันมีคุณภาพที่ดีขึ้นในราคาที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ ผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจให้สามารถแข่งขัน ทั้งในด้านการส่งเสริมทางการตลาด การสร้างการรับรู้ที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม จึงจะสามารถขยายฐานการตลาดเพิ่มขึ้นได้