

# เครื่องสำอาง Cosmetic



ผู้เขียนหลัก ชันยบูรณ์ ตีสมสุข , อัญชลี ห่วงทอง  
ผู้เขียนร่วม เตชสิทธิ์ กันทะใจ

# โอกาสด้านการตลาด

## (Market Opportunity)

### แนวโน้มอุตสาหกรรม

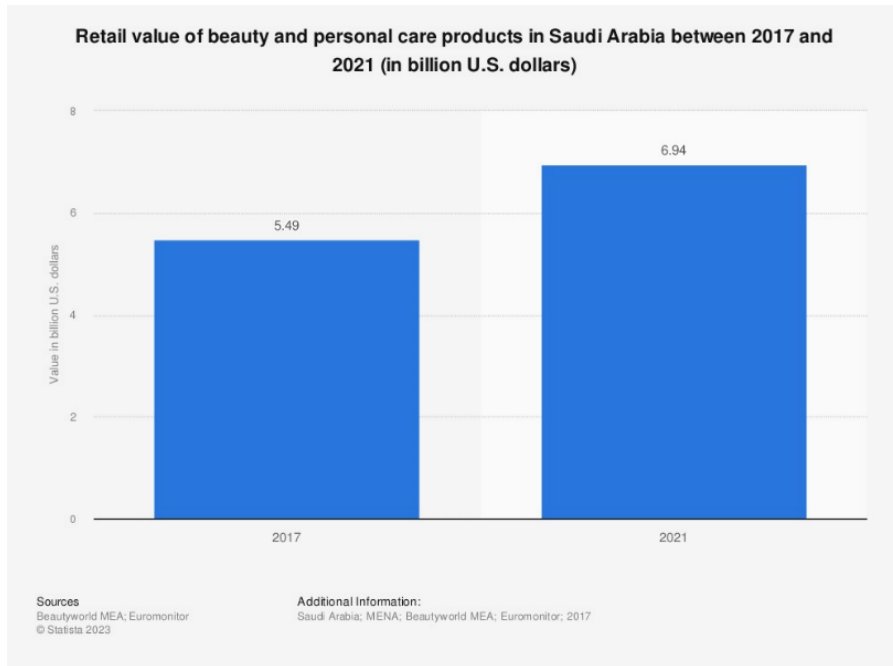
ชาวคู่อาระเบียติดอันดับมีผู้ใช้เครื่องสำอางมากที่สุด โดยในแต่ละปีมีการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าประเภทเครื่องสำอางเป็นจำนวนมาก คิดเป็นมูลค่าโดยประมาณ 909 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี โดยนิยมใช้เครื่องสำอางที่ผลิตจากธรรมชาติ ในปี 2023 ตลาดความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (Beauty and Personal Care Products) มีมูลค่า 5.09 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละร้อยละ 4.38 โดยส่วนของตลาดความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลมีขนาดใหญ่ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.3 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด หลังวิกฤตการณ์ COVID-19 ช่องทางการจำหน่ายถูกพัฒนาขึ้นผ่านการจำหน่ายออนไลน์เป็นช่องทางหลัก เมื่อพิจารณาพร้อมกับศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลของไทย มีการเติบโตอย่างมากทั้งในเชิงปริมาณจำนวนผู้ผลิต และเชิงคุณภาพตามมาตรฐานระดับสากล มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ที่สำคัญ การค้นคว้าและพัฒนาสารสกัดสำคัญจากพืชสมุนไพรของไทยมาใช้เป็นจุดเด่นเชิงอัตลักษณ์

### ขนาดตลาด

Statista รายงานมูลค่าตลาดค้าปลีกความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลในปี 2021 ประมาณ 7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 5.49 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017 สามารถจำแนกได้ ดังนี้

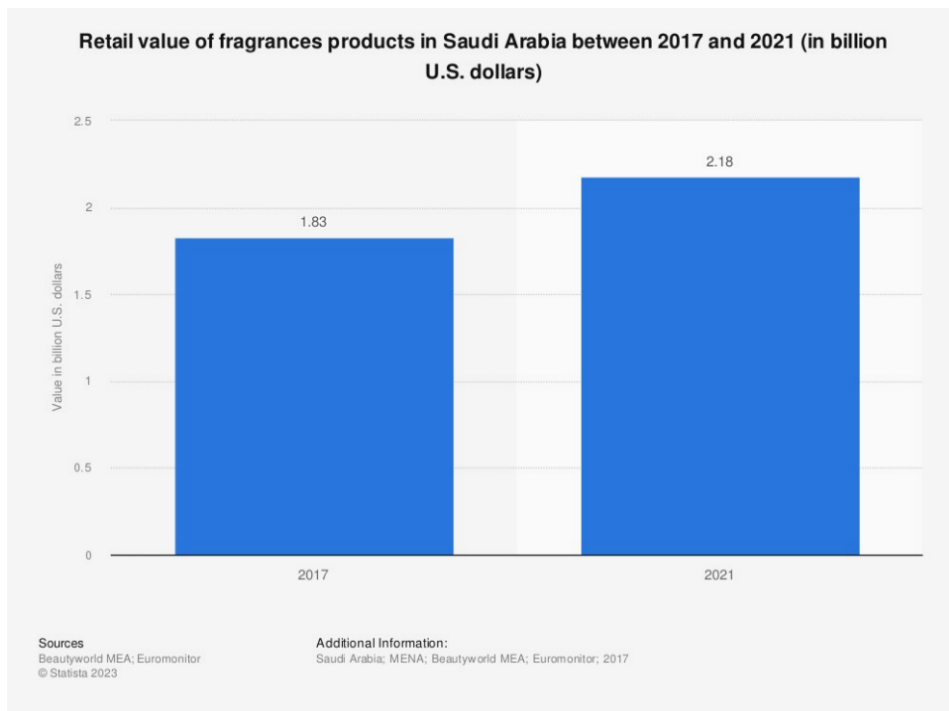
- ผลิตภัณฑ์น้ำหอม (Fragrances Products) ในปี 2021 มีมูลค่าตลาดประมาณ 903 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 713.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017
- ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Hair Care Products) ในปี 2021 มีมูลค่าตลาดสูงกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 785 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin Care Product ในปี 2021 มีมูลค่าตลาดประมาณ 903 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 713.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสีส้น (Color Cosmetics Product) ในปี 2021 ประมาณ 717.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 561 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017

แผนภาพที่ 1 มูลค่าตลาดความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล ปี 2017 เทียบกับปี 2021



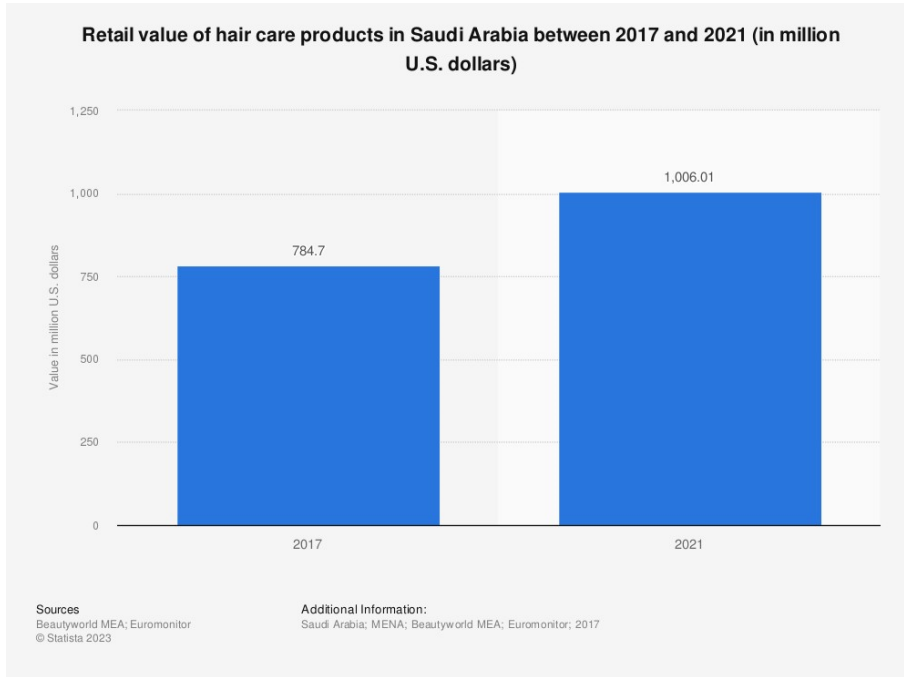
ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 2 มูลค่าตลาดน้ำหอม ปี 2017 เทียบกับปี 2021



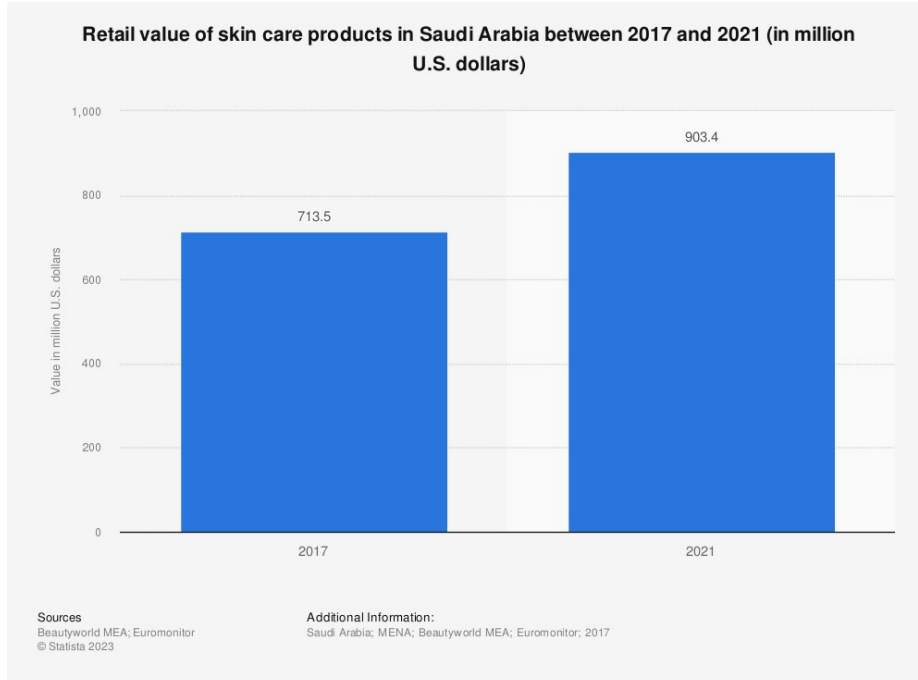
ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 3 มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ปี 2017 เทียบกับปี 2021



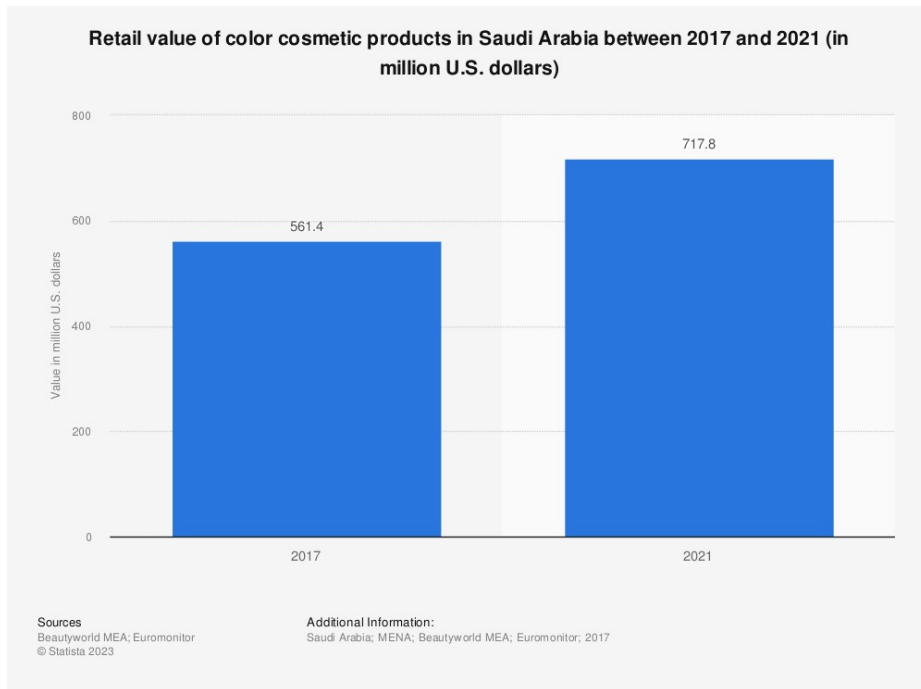
ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 4 มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวปี 2017 เทียบกับปี 2021



ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 5 มูลค่าตลาดเครื่องสำอางสีส้น ปี 2017 เทียบกับปี 2021

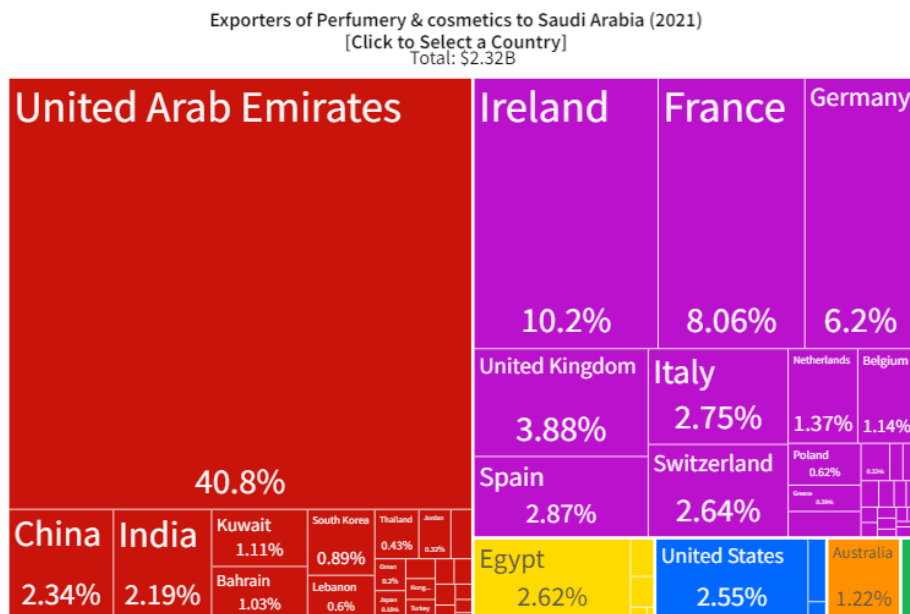


ที่มา: Statista

## คู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

การนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางจากทั่วโลกของประเทศซาอุดีอาระเบีย ปี 2021 พบว่า ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง 5 อันดับแรก (พิกัด 33) มายังประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ อันดับที่ 1 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (945,165,354 ดอลลาร์สหรัฐ) อันดับที่ 2 ไอร์แลนด์ (236,360,055 ดอลลาร์สหรัฐ) อันดับที่ 3 ฝรั่งเศส (186,773,866 ดอลลาร์สหรัฐ) อันดับที่ 4 เยอรมนี (143,746,075 ดอลลาร์สหรัฐ) และอันดับที่ 5 อังกฤษ (89,862,264 ดอลลาร์สหรัฐ) โดยประเทศไทยอยู่อันดับที่ 21 (10,060,413 ดอลลาร์สหรัฐ) ดังแสดงในแผนภาพที่ 6

แผนภาพที่ 6 ส่วนแบ่งมูลค่าการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางในปี 2021 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา : OEC

## พฤติกรรมและทัศนคติผู้บริโภค

Statista ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเครื่องสำอางชาวซาอุดีอาระเบีย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35 โดยร้อยละ 76 เป็นเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างโดยผู้ใช้เครื่องสำอางระบุว่าความนิยมแฟชั่นและความงามมีความสัมพันธ์กับความสนใจในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นอย่างมาก ปัจจัยเงินเพื่อและราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้น และค่าครองชีพ กลายเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง มักจะใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน Smart TV มีปฏิสัมพันธ์กับบริษัทผู้จำหน่ายผ่านโซเชียลมีเดีย สามารถจดจำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และวิดีโอคลิปมากกว่าผู้ใช้บริการออนไลน์ทั่วไป

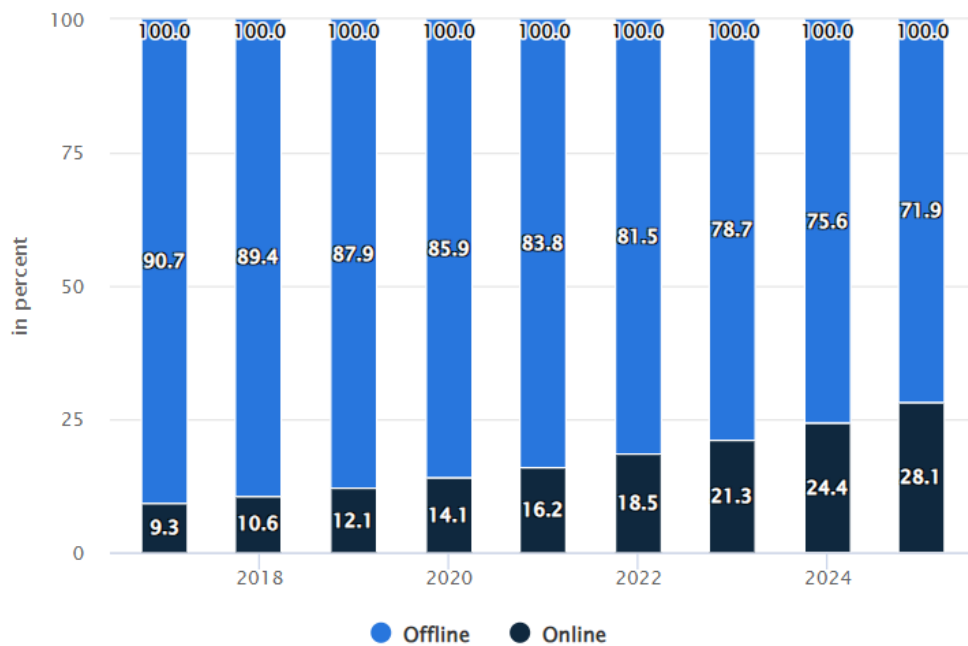
ผู้หญิงมุสลิมมักมองหาผลิตภัณฑ์ฮาลาลไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่พวกเขาบริโภคหรือใช้ ฮาลาลเป็นคำที่แปลว่า "อนุญาต" ในภาษาอาหรับ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยส่วนผสมที่เป็นไปตามกฎหมายอิสลาม ผลิตภัณฑ์ฮาลาลปราศจากสัตว์แอลกอฮอล์และสัตว์ร้าย ซึ่งหมายความว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักเป็น Vegan และปราศจากการทารุณกรรมสัตว์เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากมั่งสวิรติและปราศจากความโหดร้ายถือได้ว่าเป็นฮาลาลโดยอัตโนมัติ เนื่องจากแบรนด์ต้องผ่านกระบวนการรับรองฮาลาลที่เข้มงวดเพื่อให้แน่ใจว่าทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตและการจัดจำหน่ายเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายอิสลาม

ผู้บริโภคสตรีชาวอาหรับเป็นคนที่รักสวยรักงาม และชอบแต่งหน้าประชันโฉมกัน ถึงแม้ว่าการออกนอกบ้านจะต้องใช้ชุดคลุมสีดำ ปกปิดทั้งใบหน้าและร่างกาย แต่เวลาไปสังสรรค์ หรืออยู่บ้าน ก็จะแต่งตัวกันเต็มที่เหมือนสตรีทั่วไป” การเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคมีหลายช่องทาง อาทิ ห้างสรรพสินค้า ร้านเสริมความงาม ร้านขายยา ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างค้าปลีก และตลาดร้านค้าทั่วไป

## สัดส่วนผู้ประกอบการในตลาด

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองเจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย รายงานถึงสินค้าเครื่องสำอางจากไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 2 โดยสินค้าส่วนใหญ่มาจากจีน ครองตลาดสินค้าระดับล่างราคาถูก ส่วนสินค้าที่มาจากเยอรมัน ฝรั่งเศส อิตาลีและอังกฤษ จะเป็นสินค้าตลาดบน มีแบรนด์เนม กลุ่มนี้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะด้านราคากับการโฆษณาแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นการขยายส่วนแบ่งการตลาด ผู้ส่งออกไทยจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ด้านราคา หรือ สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก หากสามารถทำได้ ก็จะคุ้มค่ากับการได้ส่วนแบ่งการตลาดมาครอบครอง

แผนภาพที่ 7 สัดส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย



ที่มา: Statista



# กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด (Market Entry Strategy)

## แนวทางการขยายตลาด

การขยายตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทยนั้นสามารถทำได้ตั้งแต่ในประเทศไทย โดย 1. ผ่านกิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจัดคู่ธุรกิจที่ควรเลือกงานที่เป็น International เท่านั้น โดยการออกหนังสือเชิญ (Invitation Card) แก่ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียน Importer List เพื่อมาร่วมงานและเจรจาการค้า 2. นำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางนักท่องเที่ยวชาวซาอุดีอาระเบีย ที่คาดการณ์ว่าจะมาเยือนประเทศไทยมากกว่า 100,000 รายในปี 2023 ผ่านช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางจำหน่ายยังร้านค้าที่ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว ห้างสรรพสินค้า และที่ร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free Shop) (3) ผ่านช่องทาง e-Marketplace Platform อย่าง thaitrade.com หรือ noon.com โดยอาศัยจุดเด่นของฐานการวิจัย ค้นคว้า และผลิตเครื่องสำอางจากประเทศเมืองร้อน การเสริมอัตลักษณ์ในแบรนด์จากส่วนผสมธรรมชาติจากสมุนไพรไทยในเครื่องสำอางและน้ำหอม ที่สำคัญ การออกแบบการแต่งหน้าและบำรุงผิวพรรณโดย Makeup Artist ของประเทศไทยที่มีความสามารถระดับโลก

กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (20 มิ.ย. 2017) ระบุถึงโรงงานผลิตเครื่องสำอางที่ไม่จดทะเบียนในประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 3,000 กว่าโรงงาน แต่มีโรงงานที่ผ่านมาตรฐาน GMP แล้วนั้นมีเพียง 172 แห่ง โดยส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานมาตรฐานที่มีห้องวิจัยและทดลองผลิตภัณฑ์ภายใน และรับจ้างผลิตแบบ OEM มีเพียงไม่กี่รายที่มีแบรนด์เป็นของตัวเอง

จากแผน Saudi Vision 2030 ที่มีการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม ให้สิทธิเท่าเทียมสตรีสามารถทำกิจกรรมและแสดงออกต่างๆ มากขึ้น รวมทั้งการสร้างเมืองใหม่ให้มีสีสันดึงดูดรายได้ภาคการท่องเที่ยว เป็นโอกาสที่สินค้าฟุ่มเฟือยอย่างเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล รวมถึงน้ำหอมแบรนด์ใหม่ๆ ที่จะเข้าสู่ตลาดซาอุดีอาระเบีย ทั้งการรับจ้างผลิตแบบ OEM ตามสูตรและคำสั่งซื้อของลูกค้า หรือผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง ด้วยการผสมอัตลักษณ์ของประเทศโลกตะวันออก การนำเสนอภูมิปัญญาด้านสมุนไพรเมืองร้อน รวมทั้งการสร้างแรงบันดาลใจและความน่าเชื่อถือจากความสามารถของศิลปิน Makeup Artist ไทยในเวทีแฟชั่นระดับสากล

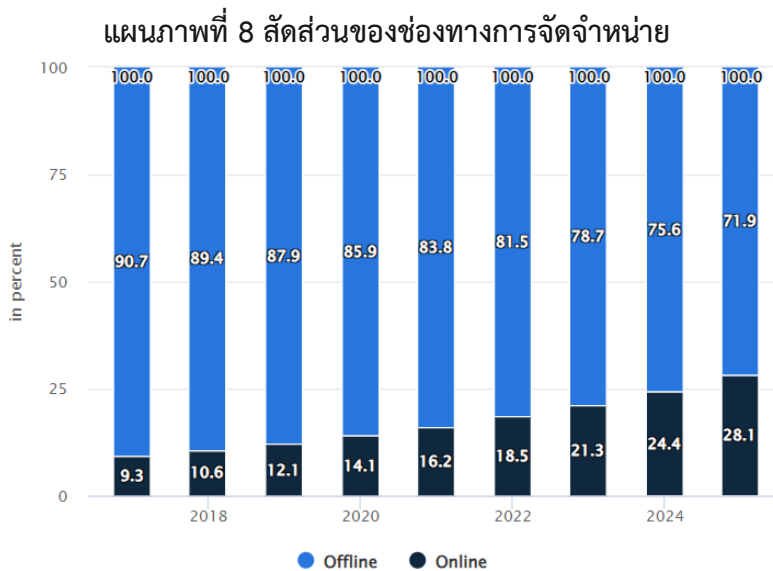
เพื่อให้บรรลุถึงโอกาสดังกล่าว ผู้ประกอบการ SME ไทยจำเป็นต้องปรับตัวขอขึ้นทะเบียนโรงงานตามกฎหมาย พร้อมการยกระดับมาตรฐานโรงงานผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ไม่ว่าจะเป็น GMP และ ISO อันรวมถึงมาตรฐาน GSO หรือ Gulf Standard Organization รวมทั้งข้อกำหนดของหน่วยงานอาหารและยาของประเทศซาอุดีอาระเบียที่จะกล่าวในหัวข้อถัดไป หมั่นหาช่องว่างทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ซึ่งผู้ชายชาวอาหรับให้ความสำคัญกับการดูแลบุคลิกภาพ การบำรุงสภาพผิวหลัง

การโกนหนวดเครา และการดูแลกลิ่นตัว หรือเครื่องสำอางสำหรับผู้ที่มีผิวแพ้ง่าย โดยนำเสนอผลการทดสอบการแพ้ (Dermatology Test) จากห้องทดลองกลางระดับสากล เป็นต้น

ที่สำคัญ คือ การสร้างแบรนด์และช่องทางการสื่อสารบนโลกดิจิทัล ที่คู่ค้า หน่วยงานภาครัฐ และผู้บริโภคชาวซาอุดีอาระเบียใช้เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลหลักหลังวิกฤตการณ์ COVID-19 แต่ต้องพึงระวังการนำเสนอสื่อที่ละเมิดข้อห้ามทางศาสนาอิสลามต่างๆ อาทิ การนำเสนอภาพโป้เปลือย หรือการนำเสนอผลการทดลองในสัตว์

## ช่องทางการจัดจำหน่าย

ในปี 2022 ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักยังเป็นช่องทางออฟไลน์ผ่านร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือตัวแทนจำหน่ายมีสัดส่วนร้อยละ 83.3 และในช่องทางออนไลน์มีสัดส่วนร้อยละ 18.5 แต่มีการคาดการณ์ว่า การสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ที่มา: Statista

เว็บไซต์ที่ชาวซาอุดีอาระเบียนิยมเข้าสั่งซื้อเครื่องสำอางในปี 2023 มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่

[nahdionline.com](http://nahdionline.com)

[sephora.sa](http://sephora.sa)

[niceonesa.com](http://niceonesa.com)

[goldenscent.com](http://goldenscent.com)

## กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ



ที่มา : arabnews

Saudi Beauty Expo เป็นงานแสดงสินค้าเพื่อความงามมากกว่า 70 บูท และเป็นเวทีเจรจาการค้า นักธุรกิจท้องถิ่นกับเจ้าของแบรนด์ทั่วโลกมากกว่า 11 ประเทศ

**ได้เวลา SME ไทยลุยตลาดซาอุด์**  
**Thai Trade Exhibition Saudi Arabia**  
 Riyadh International Convention & Exhibition Center  
**27 - 30 สิงหาคม 2566**

**ผู้เข้าชมที่คาดการณ์ 20,000+**  
**ผู้ซื้อสินค้า 100,000+**

**โอกาสความสำเร็จแบบง่าย ครบ จบ**  
 พบกับลูกค้าระดับพรีเมียมชั้นนำ B2B | ตลาดขนาดใหญ่ | ด้วยธุรกิจกลุ่มสินค้าไทยที่มีศักยภาพ

ติดต่อสอบถาม : 090-9482204, 062-8937286, 081-8998126

ที่มา: หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

Thai Trade Exhibition Saudi Arabia คือ งานเจรจาธุรกิจแบบ B2B และงานแสดงสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าด้านสุขภาพ ความงาม การบริการทางการแพทย์และโรงพยาบาล สปาและการท่องเที่ยว จากประเทศไทยที่จัดอย่างยิ่งใหญ่ในกรุงริยาด เพื่อให้ผู้เข้าชมงานจากทั่วภูมิภาคตะวันออกกลางซึ่งมีกำลังซื้อสูง รวมทั้งนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้เลือกชมเลือกซื้อสินค้าอย่างเพลิดเพลิน รวมถึงสามารถเลือกซื้อโปรแกรมทัวร์ ทางด้านสุขภาพที่ชาวอาหรับท้องถิ่นให้การยอมรับศิลปวัฒนธรรมไทยกับผู้คนท้องถิ่น



ที่มา : beautyworld-saudi-arabia.ae.messefrankfurt.comarabia.ae.messefrankfurt.com

Beautyworld Saudi Arabia เป็นงานแสดงสินค้าเพื่อความงาม มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 76 บูท ผู้เข้าชมที่มาเจรจาการค้า 4,748 ราย จาก 12 ประเทศ

## ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME	WEBSITE
LANDMARK ARABIA CO SHED NO 'E	<a href="https://www.landmarkgroup.com">https://www.landmarkgroup.com</a>
AL-FAHA TRADING CO	<a href="https://alfahadtrading.net">https://alfahadtrading.net</a>
GULF STAR GLOBAL CO.LTD.	<a href="https://www.gulfstarglobal.com">https://www.gulfstarglobal.com</a>
SCAN GLOBAL LOGISTCS SPAIN S.L.U.	<a href="https://www.scangl.com">https://www.scangl.com</a>
KEDEN INTERNATIONAL CO,LTD.	<a href="https://keden.com.sa">https://keden.com.sa</a>
LANDMARK ARABIA CO	<a href="https://www.landmarkgroup.com">https://www.landmarkgroup.com</a>
DAR SAMAIEL TRADING EST	<a href="https://www.samaiel.com">https://www.samaiel.com</a>
ABDULKHALEQ SAEED REALESTATE GROUP COMMERCIAL BRANCH	<a href="http://alsaudigroup.com">http://alsaudigroup.com</a>
ABAQ MAKAN TRADING CO	<a href="https://www.abaqmakan.com">https://www.abaqmakan.com</a>
SAUDI PERFUME & COSMETIC COMPANY LTD.	<a href="https://www.saudiindustri.com">https://www.saudiindustri.com</a>
BINZAGR UNILEVER CO.LTD.	<a href="https://www.binzagr.com.sa">https://www.binzagr.com.sa</a>
PRINCE SAUD BIN MUSAED BIN ABDULAZI Z AL SAUD TRD EST(S.M INTERNATIO	<a href="https://www.saudiembassy.net">https://www.saudiembassy.net</a>
AL-HAYA MEDICAL CO	<a href="https://www.alhaya-medical.com">https://www.alhaya-medical.com</a>
MEDICAL & PHARMACEUTICAL SERVICES	<a href="https://www.gtmedical.com">https://www.gtmedical.com</a>
INTERNATIONAL EXCELLENT PERFUMES ENT	<a href="https://perfumeson.com">https://perfumeson.com</a>
SAUDI PERFUME & COSMETICS COMPANY LTD.	<a href="https://www.saudiindustri.com">https://www.saudiindustri.com</a>
AL MUSBAH FOR TRADING EST	<a href="https://www.almusbah.com">https://www.almusbah.com</a>
CURLS BEAUTY	<a href="https://www.caretobeauty.com">https://www.caretobeauty.com</a>
KAMAL OSMAN JAMJOOM EST	<a href="https://www.kojamjoom.com">https://www.kojamjoom.com</a>
TAMER ARABIA TRADING CO	<a href="https://www.tamergroup.com">https://www.tamergroup.com</a>

ที่มา : Trade Atlas

# แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

ในการเข้าสู่ตลาดซาอุดีอาระเบียมีปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างถูกต้องคือ การเลือกช่องทางขนส่ง และการศึกษาเกี่ยวกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ดังนี้

## การเลือกช่องทางขนส่ง

การส่งสินค้าเครื่องสำอาง สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกการส่งทางเรือโดยผู้สินค้าธรรมดา เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งซึ่งเหมาะกับการส่งสินค้าจำนวนมากและมีการแปรรูปมาแล้ว อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบเรื่องค่าขนส่งสินค้าขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้าว่าจะเลือกรูปแบบการขนส่งรูปแบบใด และสัญญาซื้อขายสินค้าระหว่างกัน ในขณะที่การเลือกท่าเรือปลายทางนั้น ผู้ส่งออกควรเลือกท่าเรือปลายทางตามที่ผู้นำเข้าต้องการ

## การขอใบอนุญาตและใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

ขั้นตอนส่งออกที่สำคัญคือการเตรียมเอกสารให้พร้อมสำหรับการส่งออกสินค้า โดยเอกสารที่ต้องเตรียมจะเป็นเอกสารขั้นพื้นฐานในการส่งออกไปจนถึงเอกสารเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่เป็นเอกสารที่ต้องเตรียมเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าหรือส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้นอกจากนี้อาจเป็นเอกสารที่ผู้นำเข้าต้องการขอเพิ่มเติม เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าโดยใช้หน่วยงานกลางรับรองโดยชำระค่าบริการและเอกสารที่ผู้ประกอบการควรศึกษามีดังนี้

### 1. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับสินค้าชิ้นส่วนและเครื่องปรับอากาศของประเทศไทย

ขอหนังสือรับรองการจำหน่าย (Certificate of Free Sale) จากสำนักงานควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://cosmetic.fda.moph.go.th/> กรณีสินค้าของผู้ประกอบการต้องการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล และขอใบรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลแสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์สินค้าส่งออก ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการขอใบรับรองที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://www.halal.or.th/>

ใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ทั่วไป) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) หรือ ระบบ Single Sign On (SSO) เพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก <https://www.tisi.go.th/>

## 2. มาตรการและกฎหมายเกี่ยวกับภาษีนำเข้า

ส่วนใหญ่ภาษีนำเข้าเครื่องสำอางร้อยละ 5 ตั้งแต่ปี 2023 ซาอุดีอาระเบียเริ่มจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 15 รวมทั้งมีเงินบริจาทานบังคับ (ซากาต) ร้อยละ 2.5 ผู้ประกอบการ SME สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [www.customs.gov.sa](http://www.customs.gov.sa)

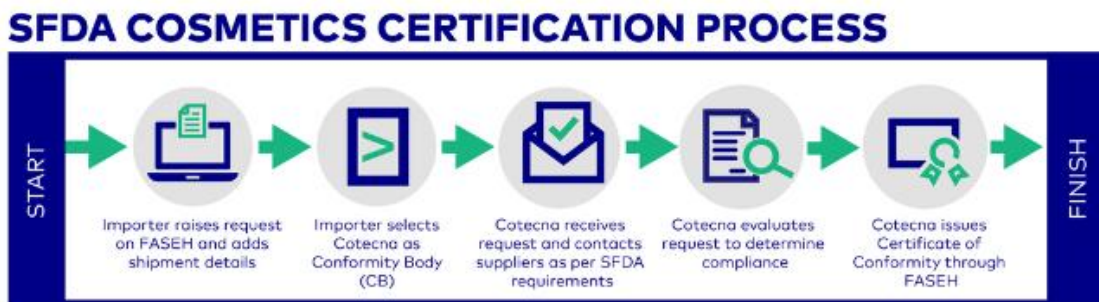
## 3. มาตรการนำเข้าของประเทศซาอุดีอาระเบีย

การนำเข้าสินค้าทุกประเภทในกลุ่มประเทศคณะมนตรีความร่วมมือแห่งรัฐอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council) หรือกลุ่มประเทศ GCC จำเป็นต้องผ่านการทดสอบมาตรฐาน GSO หรือ Gulf Standard Organization โดยผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อยู่ภายใต้ GSO 1943:2021 (ดาวน์โหลดเอกสารได้ที่ : [https://members.wto.org/crnattachments/2021/TBT/OMN/21\\_6591\\_00\\_e.pdf](https://members.wto.org/crnattachments/2021/TBT/OMN/21_6591_00_e.pdf))

ซาอุดีอาระเบียได้จัดตั้งหน่วยงาน Saudi Food & Drug Authority (SFDA) วัตถุประสงค์เพื่อดูแลการนำเข้าสินค้าอาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ และเครื่องสำอาง สำหรับกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าเครื่องสำอาง

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องสำอางของ SFDA คือ ผู้นำเข้าหรือผู้ผลิตเครื่องสำอางในซาอุดีอาระเบียต้องลงทะเบียนและต่ออายุใบอนุญาตผลิตภัณฑ์ในระบบ Ghad แทน eCosma รวมถึงธุรกิจอีคอมเมิร์ซต้องลงทะเบียนผลิตภัณฑ์ของตนในซาอุดีอาระเบีย

แผนภาพที่ 9 กระบวนการขอใบรับรองจาก SFDA



ที่มา : SFDA

ผู้ประกอบการนำเข้าต้องมี

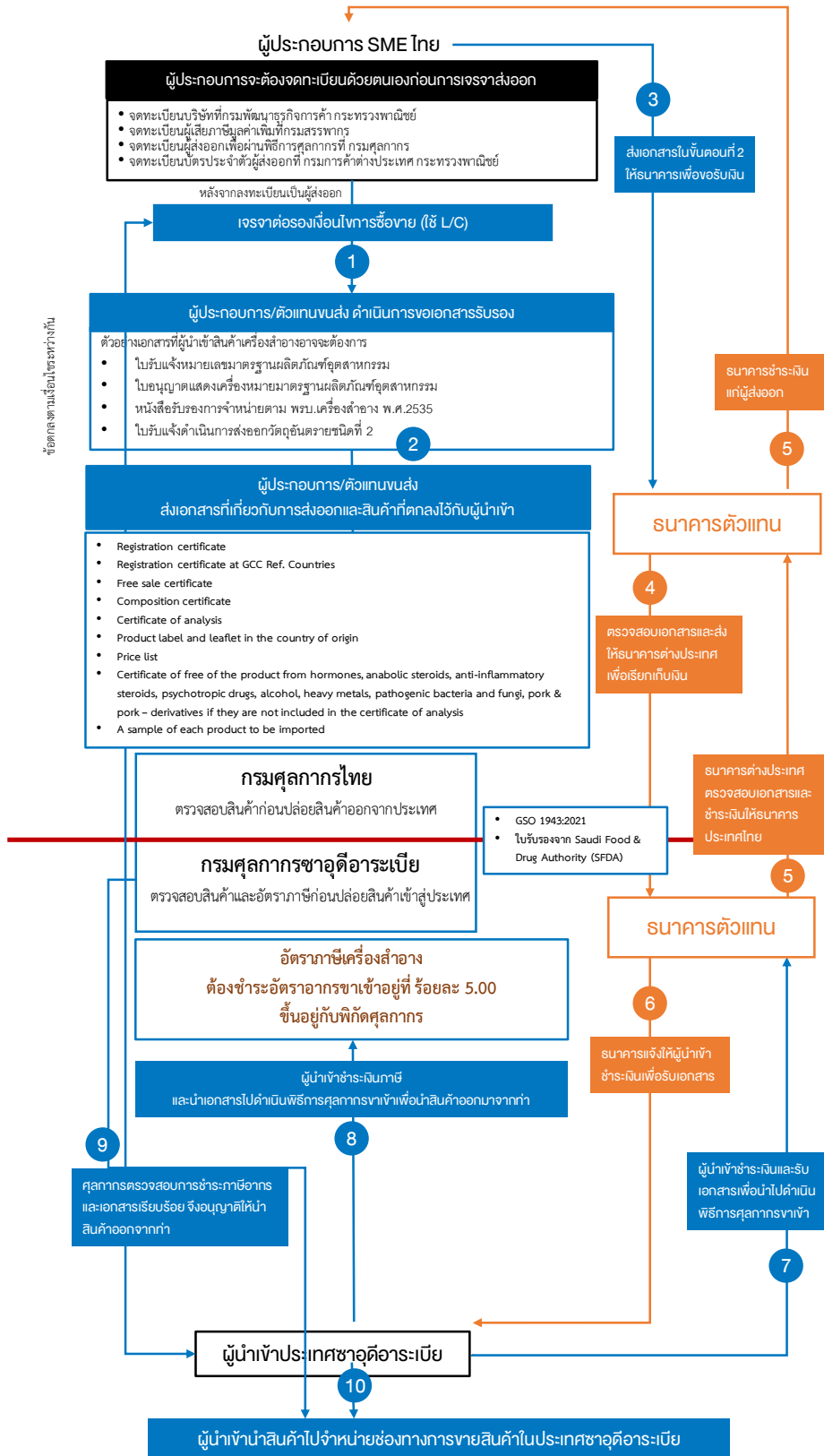
- (1) หนังสือจดทะเบียนธุรกิจของผู้นำเข้าที่ระบุว่าทำธุรกิจเกี่ยวกับ perfumes & cosmetics ไว้กับ Ministry of Commerce and Industry (MOCI) ของซาอุดีอาระเบีย
- (2) Certificate of Conformity (CoC) ที่ได้รับการรับรอง (CoC คือเอกสารที่ใช้เพื่อยืนยันว่าสินค้านำเข้ามีมาตรฐาน ส่วนผสม สารเคมี ตามที่หน่วยงาน SASO (Saudi Standard, Metrology and Quality Organization) กำหนด หรือผู้ส่งออกไทยสามารถขอ COC จากบริษัทตรวจสอบสินค้า / ห้องปฏิบัติการทดสอบของเอกชน เช่น SGS เป็นต้น)
- (3) Certificate of Origin
- (4) สำเนาหนังสือการแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่าย (Agency Registration) ในซาอุดีอาระเบียจาก MOCI

มาตรฐานที่ SFDA ใช้ในการกำกับ ได้แก่ GSO 1943:2021 โดยข้อกำหนดในฉลากสินค้าเบื้องต้น ได้แก่

- (1) ชื่อผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า
- (2) ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต
- (3) ประเทศต้นกำเนิดผู้ผลิตสินค้า
- (4) ส่วนประกอบหลักสำคัญ โดยแสดงปริมาณหรือหน่วยน้ำหนักตามมาตรฐาน IU (International Unit)
- (5) อายุของผลิตภัณฑ์นับจากวันผลิต โดยแสดงวันหมดอายุ Exp. หรือ E พร้อมระบุเงื่อนไขการเก็บรักษา
- (6) เงื่อนไขการใช้งานที่เหมาะสม คำเตือน และข้อควรระวัง
- (7) หมายเลขรุ่นที่ผลิต โดยแสดง Batch Number หรือ Lot Code
- (8) คุณสมบัติการใช้งานของผลิตภัณฑ์
- (9) รายชื่อส่วนผสมที่สำคัญ
- (10) ภาษาที่ใช้เป็นภาษาอารบิกหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น
- (11) ข้อความเฉพาะอื่นๆ เช่น ใช้สำหรับภายนอกเท่านั้น หรือเปิดด้วยความระมัดระวัง เป็นต้น
- (12) เงื่อนไขการส่งคืนและรับประกันสินค้า

# สรุปขั้นตอนการส่งออก

## แผนภาพที่ 10 ขั้นตอนการส่งออกเครื่องสำอางไปยังซาอุดีอาระเบีย



ที่มา : คณะที่ปรึกษา



