

เครื่องสำอาง Cosmetic



ผู้เขียนหลัก ชันยบุรณ ตีสมนสุข
ผู้เขียนร่วม พร้อมพรรณ แจ้งการดี

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

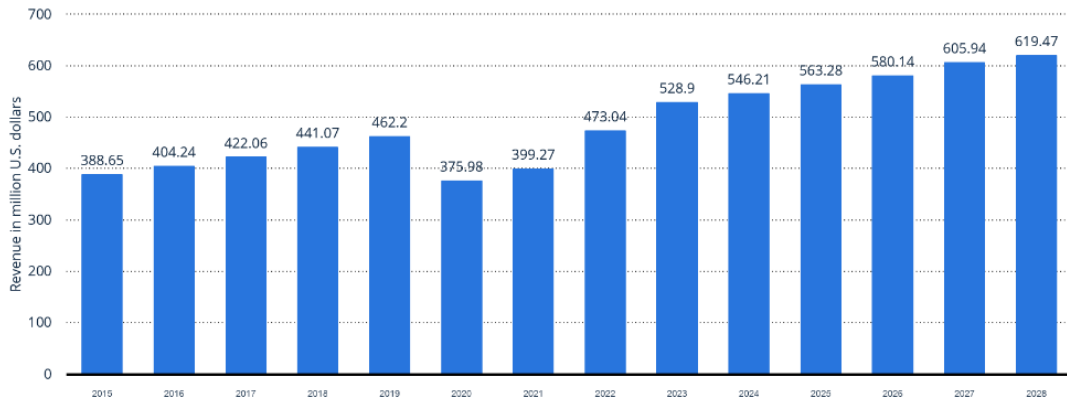
รายได้ของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในปี 2022 มีมูลค่า 473.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นถึง 619.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2028 ดังแสดงในแผนภาพที่ 1 โดยเครื่องสำอางที่มีสัดส่วนสร้างรายได้อุตสาหกรรมมากที่สุด คือ เครื่องสำอางกลุ่มดวงตา ดังแสดงในแผนภาพที่ 2 และผู้บริโภคนิยมใช้สินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ทั่วไปมากกว่าแบรนด์สินค้าหรู ดังแสดงให้เห็นในแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่ 5 มูลค่า 17.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

แผนภาพที่ 1 รายได้ของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของเวียดนาม

Revenue of the cosmetics market in Vietnam from 2015 to 2028 (in million U.S. dollars)

Revenue of the cosmetics industry in Vietnam 2015-2028

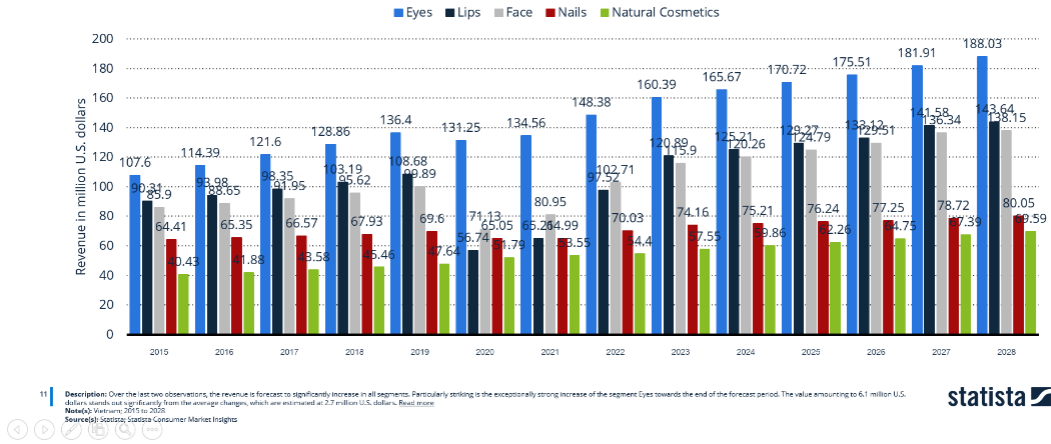


10 Description: The revenue in the 'Cosmetics' segment of the beauty & personal care market in Vietnam was forecast to continuously increase between 2023 and 2028 by a total 90.6 million U.S. dollars (+17.13 percent). After the eighth consecutive increasing year, the revenue is estimated to reach 619.47 million U.S. dollars and overtake its new peak in 2028. Read more
Note(s): Vietnam; 2015 to 2028
Source(s): Statista; Statista Consumer Market Insights

แผนภาพที่ 2 สัดส่วนรายได้ของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของเวียดนาม

Revenue of the cosmetics market in Vietnam from 2015 to 2028, by segment (in million U.S. dollars)

Revenue of the cosmetics market in Vietnam 2015-2028, by segment

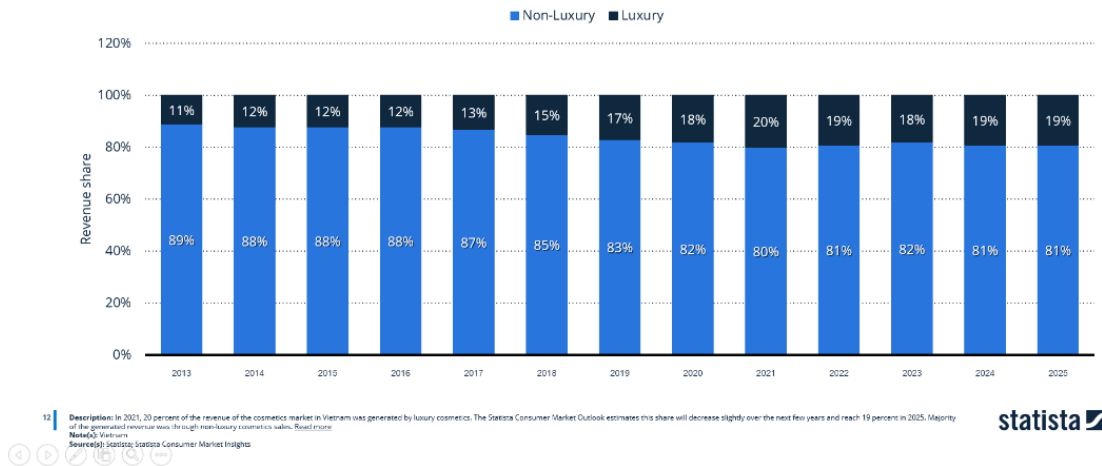


ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 3 สัดส่วนการตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของเวียดนาม

Revenue share of the luxury cosmetics market in Vietnam from 2013 to 2025

Luxury cosmetics market revenue share in Vietnam 2013-2025

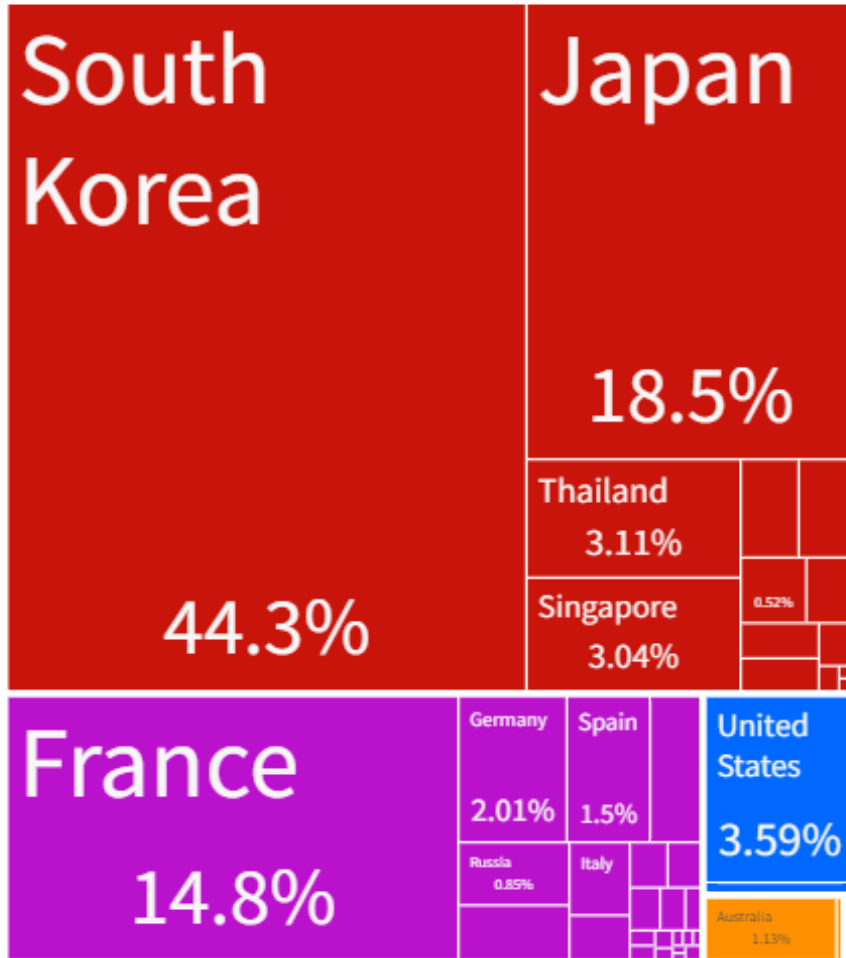


ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 4 แสดงส่วนแบ่งทางตลาดของการนำเข้าเครื่องสำอางในเวียดนาม

Exporters of Beauty Products to Vietnam (2
[Click to Select a Country]

Total: \$564M



ที่มา: OEC

พฤติกรรมผู้บริโภค

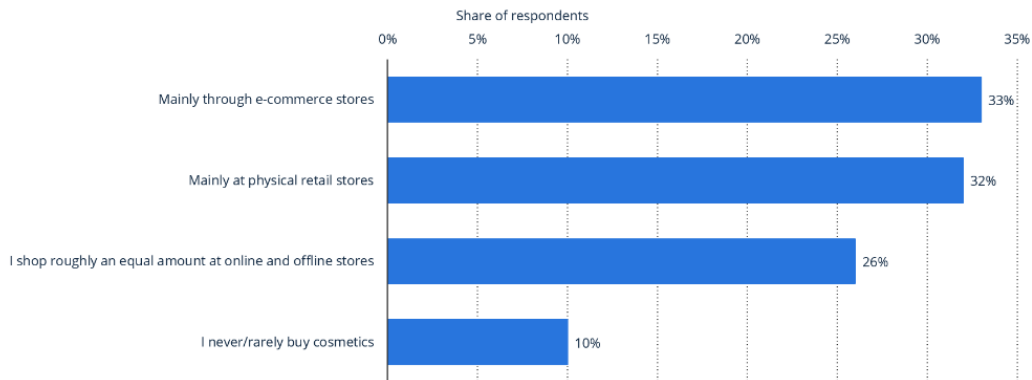
สัดส่วนการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคชาวเวียดนามผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านร้านค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและการซื้อหน้าร้านค้ามีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 33 และร้อยละ 32 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากทั้งสองช่องทางร้อยละ 26 ดังแสดงในแผนภาพที่ 5 จากรายงานของ Statista พบว่ามีร้านเครื่องสำอางในประเทศเวียดนามจำนวน 382 ร้านค้า โดยร้านค้าส่วนใหญ่อยู่ในเมืองโฮจิมินห์ซิตี ดังแสดงในแผนภาพที่ 6

การสืบค้นข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจบริโภคของผู้บริโภคชาวเวียดนามทั้งเพศหญิงและชายมีความใกล้เคียงกันมาก คือ ผู้บริโภคมักค้นหาข้อมูลสินค้าจากผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคม (Influencer) ผ่านช่องทาง Social Media และการแนะนำจากครอบครัวหรือเพื่อน ดังแสดงในแผนภาพที่ 7 และ 8 อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงมีสัดส่วนการค้นหาข้อมูลของเครื่องสำอางมากกว่าผู้ชาย

แผนภาพที่ 5 ช่องทางการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคชาวเวียดนาม

Shopping channels for makeup products among consumers in Vietnam as of June 2022

Most popular makeup products store types among consumers Vietnam 2022



Description: According to a survey conducted in 2022, around 33 percent of respondents in Vietnam mainly purchased makeup products from e-commerce channels. On the other hand, physical retail stores were regaining their pre-COVID-19 popularity, as around 32 percent of the respondents stated that they usually shopped for makeup products online. Read more.

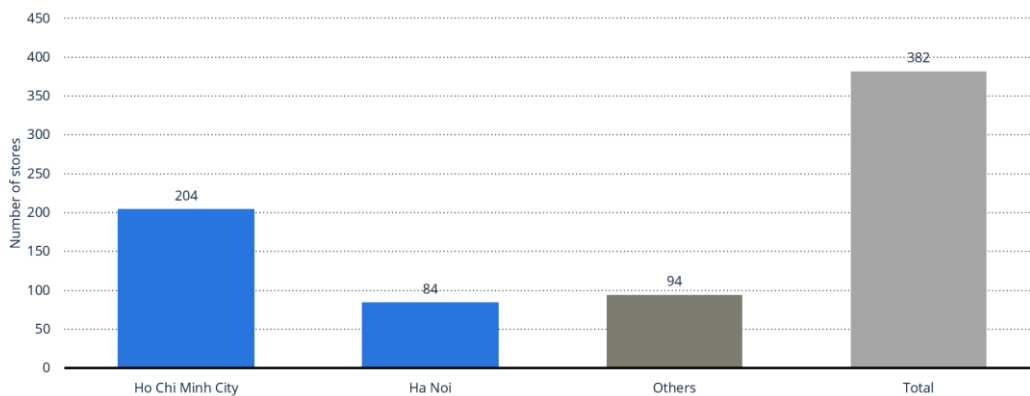
Note(s): Vietnam, June 2022; 1,012 respondents.

Source(s): Milieu Insights.

แผนภาพที่ 6 จำนวนร้านขายเครื่องสำอางในสังคมเมืองของเวียดนาม

Number of cosmetic stores in Vietnam as of March 2023, by city

Number of cosmetic stores Vietnam 2023, by city



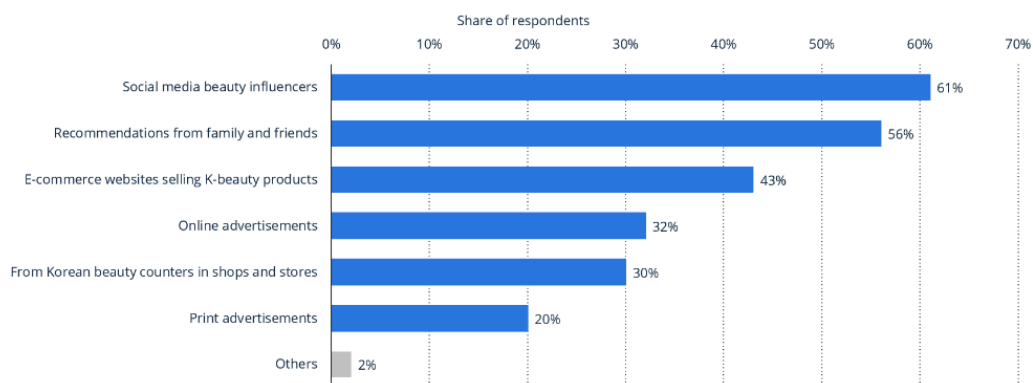
22 | Description: According to a report released by Q&Me, as of March 2023, Ho Chi Minh had the highest number of cosmetics stores in Vietnam with 204 outlets. Meanwhile, there were around 94 outlets across the country apart from Ha Noi and Ho Chi Minh City that year. Read more
 Note(s): Vietnam, as of March 2023
 Source(s): Q&Me

ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 7 พฤติกรรมการหาข้อมูลก่อนบริโภคเครื่องสำอางของผู้บริโภคเพศหญิง

Main information sources on the latest Korean skincare products and trends among female Vietnamese consumers in 2021

Main information channels on Korean skincare products among females in Vietnam 2021



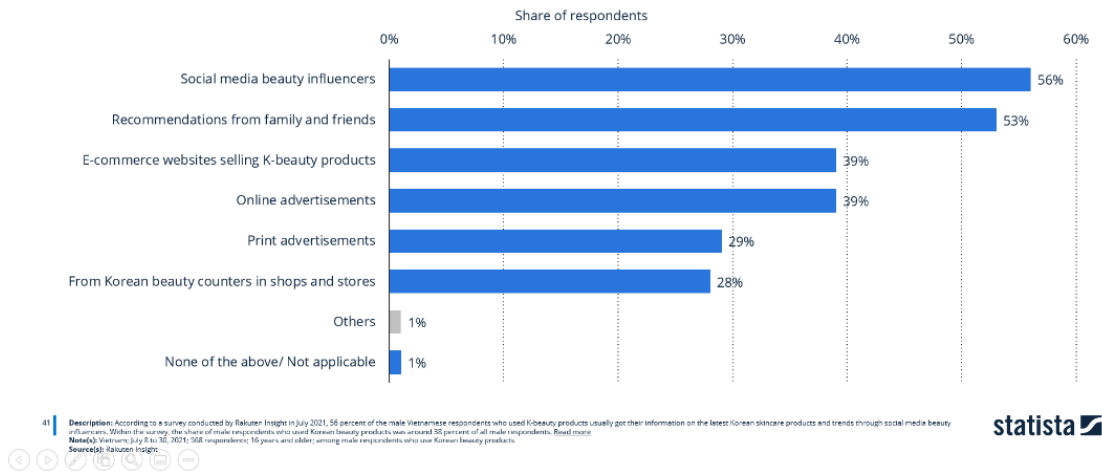
48 | Description: According to a survey conducted by Rakuten Insight in July 2021, 61 percent of the female Vietnamese respondents who used K-beauty products usually got their information on the latest Korean skincare products and trends through social media beauty influencers. Within the survey, the share of female respondents who use Korean beauty products was around 64 percent of all female respondents. Read more
 Note(s): Vietnam, July 8 to 16, 2021; 1,121 respondents; 16 years and older; among female respondents who use Korean beauty products
 Source(s): Rakuten Insight

ที่มา: Statista

แผนภาพที่ 8 พฤติกรรมการหาข้อมูลก่อนบริโภคเครื่องสำอางของผู้บริโภคเพศชาย

Main information sources on the latest Korean skincare products and trends among male Vietnamese consumers in 2021

Main information channels on Korean skincare products among males in Vietnam 2021



ที่มา: Statista

บทวิเคราะห์โอกาสของผู้ประกอบการ SMEs ไทย

ในมุมมองพร้อมด้านอุปทาน ผู้ประกอบการเครื่องสำอาง SME ในประเทศไทยที่ได้มาตรฐานการผลิตระดับสากลที่ขึ้นทะเบียนไว้กับ ออย. มีจำนวน 200-300 แห่ง เติบโตจากการรับจ้างผลิต (OEM) และมีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งที่สร้างแบรนด์สินค้าจากการจ้างผลิตดังกล่าว ซึ่งอาจเป็นแบรนด์ที่พัฒนาและรังสรรค์โดยช่างแต่งหน้ามืออาชีพ ซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลก ดารา นักร้อง หรืออินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงต่างๆ

โอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย คือ การรับจ้างผลิตแบบ OEM หรือ ODM ให้แก่คู่ค้าชาวเวียดนาม หรือการจำหน่ายเครื่องสำอางที่ได้รับการพัฒนาแบรนด์ โดยอาศัยความนิยมในสื่อบันเทิงของไทยที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (มีการแปลข้อความเป็นภาษาไทยเป็น Subtitle) ในรูปแบบของ Soft Power เจาะตลาดกลุ่มผู้ใช้ในระดับกลางที่จำกัดงบประมาณในการซื้อเครื่องสำอาง แต่ยังคงมีความปรารถนาที่จะมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้ข้อได้เปรียบในการแข่งขันจากสิทธิประโยชน์ AFTA ที่ยกเว้นไม่เสียภาษีนำเข้าสินค้าในหมวดดังกล่าว

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด (Market Entry Strategy)

แนวทางการขยายตลาด

ผู้ประกอบการสามารถสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักตั้งแต่ในประเทศไทย ผ่านนักท่องเที่ยวและชาวเวียดนามที่เข้ามาศึกษาและทำงานในประเทศไทย ในขณะที่ผู้ประกอบการ SME เองนั้นจำเป็นที่จะต้องพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเครื่องสำอางให้มีมาตรฐานสากล รวมถึงการสร้างโอกาสผ่านงานแสดงสินค้า การจับคู่สัญญากับผู้ทำธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง ด้วยการแนะนำจุดเด่นและนวัตกรรมของสินค้าและกระบวนการผลิต ตัวอย่างผลงาน profile ที่ผ่านมา การเสนอราคาขั้นต่ำแบบขั้นบันได กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การนำเสนอขายเครื่องสำอางผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และการนำเสนอเครื่องสำอางผ่านกลุ่ม Influencer

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจัดธุรกิจ



BHB FEST

งานรวบรวมสินค้าความงาม เครื่องสำอาง และสุขภาพ ภายในงานมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมจัดขึ้นในประเทศไทย

นอกจากงานดังกล่าว มีงานที่น่าสนใจในอุตสาหกรรมดังกล่าว อาทิ Vietbeauty & Cosmobeauté Vietnam จัดขึ้นที่ Saigon Exhibition & Convention Center ที่จะได้พบคู่ค้าและเทคโนโลยีด้านเครื่องสำอาง ในปี 2022 มีผู้ประกอบการเข้าร่วมมากกว่า 550 แบรินต์ และผู้เข้าชมมากกว่า 6,400 ราย

ตัวอย่างรายชื่อผู้นำเข้า

IMPORTER NAME

CÔNG TY TNHH J & E SOZIO VIỆT NAM
 CÔNG TY TNHH IWASE COSFA VIỆT NAM
 CÔNG TY TNHH SALUB VIET NAM
 CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ QUỐC TẾ TƯỜNG
 NGỌC
 CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ SONG CÁT
 CÔNG TY TNHH INTRIE
 Công ty cổ phần quốc tế Nam Thành
 CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ SẢN XUẤT
 PHÚC NGUYỄN
 CÔNG TY TNHH M.O.I COSMETICS
 Cty TNHH Mỹ phẩm Mi Ra
 SHISEIDO VIETNAM, INC.
 CÔNG TY TNHH TMDV HOÀNG GIANG
 CÔNG TY TNHH DURI COSMETIC
 Công Ty TNHH BIO INTERNATIONAL
 ROHTO-MENTHOLATUM (VIETNAM)CO LTD.
 CÔNG TY TNHH SX-TM-DV MISO
 CÔNG TY TNHH BEAUTY COSMETICS VIỆT NAM
 CÔNG TY TNHH WATSONS (VIỆT NAM)
 CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT - THƯƠNG MẠI -
 DỊCH VỤ MỸ PHẨM THÁI HÒA
 CÔNG TY TNHH SOURCE TO SELL
 CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ XUẤT NHẬP KHẨU
 TÍN VIỆT
 CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ XUẤT NHẬP
 KHẨU THỊNH VƯƠNG
 Công Ty TNHH Hansung E Việt Nam

WEBSITE

<https://www.jesozio.com>
<https://iwasecosfa.vn>
<https://salubvietnam.com>
<https://tuongngoc.com>
<http://songcatbeauty.com>
<https://www.intrie.com>
<http://www.namthanhjsc.com>
<https://phucnguyen.vn>
<https://moicosmetics.vn>
<https://banmypham.vn>
<https://corp.shiseido.com>
<https://hoanggiangco.com>
<https://duri.com>
<http://biointernational.com.vn>
<https://us.mentholatum.com>
<https://chailomiso.com>
<https://beautycosmetics.com.vn>
<https://www.watsons.vn>
<http://hoamyphamthienlocthanh.com>
<https://buy2sell.vn>
<https://tinvietcosmetic.com>
<https://vietnamthinhvuong.com.vn>
<https://hansunge.com.vn>

ที่มา : Trade Atlas (2023)

แนวทางการส่งออก (Export Solutions)

การเลือกช่องทางขนส่ง

การขนส่งสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ผู้ประกอบการ SME ไทย ควรเลือกช่องทางการขนส่งทางบก เพราะสินค้ามีอายุการใช้งานที่นานและต้องขนส่งให้ถึงโกดังสินค้าปลายทาง การเลือกขนส่งทางรถ สามารถขนส่งต่อเนื่องจนถึงคลังสินค้าโดยไม่ต้องเปลี่ยนถ่ายสินค้าได้ นอกจากนี้จากไทยและเวียดนามมีข้อตกลงที่สามารถอำนวยความสะดวกทางการค้า (GMS-CBTA) ที่สามารถลดระยะเวลาในการขนส่งได้มากขึ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งจะขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า บริษัท Shipping ระยะเวลา และการทำข้อตกลงกันระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย

เส้นทางการขนส่งถนน ผู้ประกอบการสามารถเลือกเส้นทางส่งออกที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับสินค้าได้โดยผ่าน สปป. ลาว

- R8: บึงกาฬ - สปป. ลาว - เวียดนาม - ประเทศจีน
- R9: ด่านง - ลาวบาว (เวียดนาม) - แคนสะหวัน - สะหวันนะเขต (สปป.ลาว) - มุกดาหาร - แม่สอด (ไทย) - เมียวดี - มะละแหม่ง (พม่า)
- R12: ด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ ๓ จ.นครพนม - สปป. ลาว - ด่านสากลชายแดนลาว - เวียดนาม (นาเพ้า-จาลอ) - กวางซี (จีน)

จุดกระจายสินค้าของเส้นทาง R8 R9 R12 คือ ลาวบาว เมืองกวางตรี เว้ ดานัง วินห์ ฮานอย นครโฮจิมินห์ เกิ่นเทอ ดองนาย บาเรีย-วุงห์เตา

ระเบียบและข้อกำหนดทางภาษีและสิทธิพิเศษทางภาษี

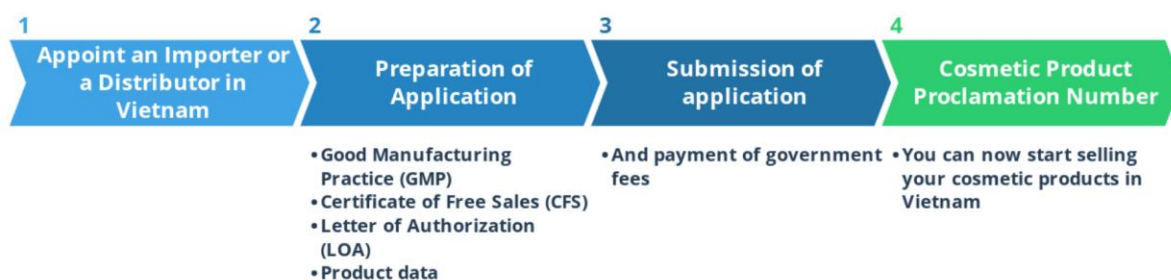
ไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรตามการใช้สิทธิประโยชน์ ATIGA แต่ยังคงมีภาษีอื่น ๆ ได้แก่

- ภาษีขาย (Sales Tax) จัดเก็บในอัตราร้อยละ 10
- ภาษีนิติบุคคล (Corporate Income Tax) จัดเก็บในอัตราร้อยละ 20
- ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax: VAT) จัดเก็บในอัตราร้อยละ 10

ระเบียบและข้อกำหนดที่ไม่ใช่ภาษี

กฎระเบียบเครื่องสำอางของเวียดนามปฏิบัติตามมาตรฐานอาเซียน โดยเครื่องสำอางถูกควบคุมโดยคณะกรรมการยาแห่งเวียดนาม (DAV) ภายใต้กระทรวงสาธารณสุข (MOH) เครื่องสำอางที่นำเข้าประเทศเวียดนามต้องผ่านขั้นตอนการลงทะเบียนเครื่องสำอาง ที่สำคัญ คือ จะต้องบริษัทท้องถิ่นที่ได้รับใบอนุญาตนำเข้าสินค้า (Import License) ด้วยการจัดตั้งบริษัทในเวียดนาม หรือให้บริษัทตัวแทนท้องถิ่นเป็นผู้นำเข้าสินค้า

แผนภาพที่ 9 ขั้นตอนการนำเข้าเครื่องสำอางยังเวียดนาม



ที่มา: emerhub.com

EMERHUB

โดยเอกสารต่างๆ ที่ต้องเตรียม มีดังนี้

- เอกสารมอบอำนาจผู้ดำเนินการแทนจากผู้ผลิตหรือเจ้าของแบรนด์ (ภาษาอังกฤษและเวียดนาม) ให้รับรองโดยสถานทูตเวียดนามในประเทศนั้นๆ
- ใบอนุญาตการจำหน่าย Certificate of Free Sales (ภาษาอังกฤษ) ในประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิด
- ใบอนุญาตจดทะเบียนธุรกิจ
- ข้อมูลของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
 - ชื่อแบรนด์และชื่อผลิตภัณฑ์
 - รายการเฉดสีของเครื่องสำอาง
 - ประเภทสินค้า
 - วิธีการใช้
 - ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต
 - รายการส่วนผสมทั้งหมด (ต้องรวมแล้วได้ร้อยละ 100)
- ค่าธรรมเนียมในการขึ้นทะเบียนแยกรายชนิดการขึ้นทะเบียน หน่วยละ VND 500,000 (ประมาณ 21 ดอลลาร์สหรัฐ)
- ใช้ระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติประมาณ 15-30 วัน ใบอนุญาตมีระยะเวลา 5 ปี

นิยาม “เครื่องสำอาง” หมายถึงสารที่สัมผัสกับภายนอกของร่างกายมนุษย์ เช่น ผิว เส้นผม เล็บมือ เล็กเท้า ริมฝีปาก และอวัยวะภายนอก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความสะอาด ปรับกลืนกาย เปลี่ยนลักษณะ ภายนอก ปกป้องร่างกาย รวมถึงการรักษาสภาพร่างกาย โดยรูปแบบที่มีความแตกต่างจะต้องได้รับการ ลงทะเบียนเป็นรายการแยกออกจากกัน เช่น เจตต่าง ๆ ของลิปสติก

เครื่องสำอางในประเทศเวียดนามสามารถผลิตได้โดยบริษัทท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของแบรนด์ ในส่วนของ บริษัทจากต่างประเทศ จำเป็นต้องตั้งบริษัทตัวแทนภายในพื้นที่ประเทศเพื่อได้รับอนุญาตทำการค้าในประเทศ เมื่อแต่งตั้งบริษัทตัวแทนและดำเนินการด้านเอกสารเรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการต่างชาติจะได้รับใบเสร็จ ประกาศผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่ละรายการจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งหมายเลขทะเบียนมีอายุ 5 ปี นับ จากวันที่ออกให้

ฉลากของผลิตภัณฑ์ต้องมีส่วนประกอบดังนี้

- ชื่อผลิตภัณฑ์
- วิธีใช้ผลิตภัณฑ์
- ส่วนประกอบ
- ประเทศผู้ผลิต
- ชื่อผู้กระจายสินค้า
- ปริมาณ
- เลขที่ลือตการผลิต
- วันหมดอายุ
- คำเตือน

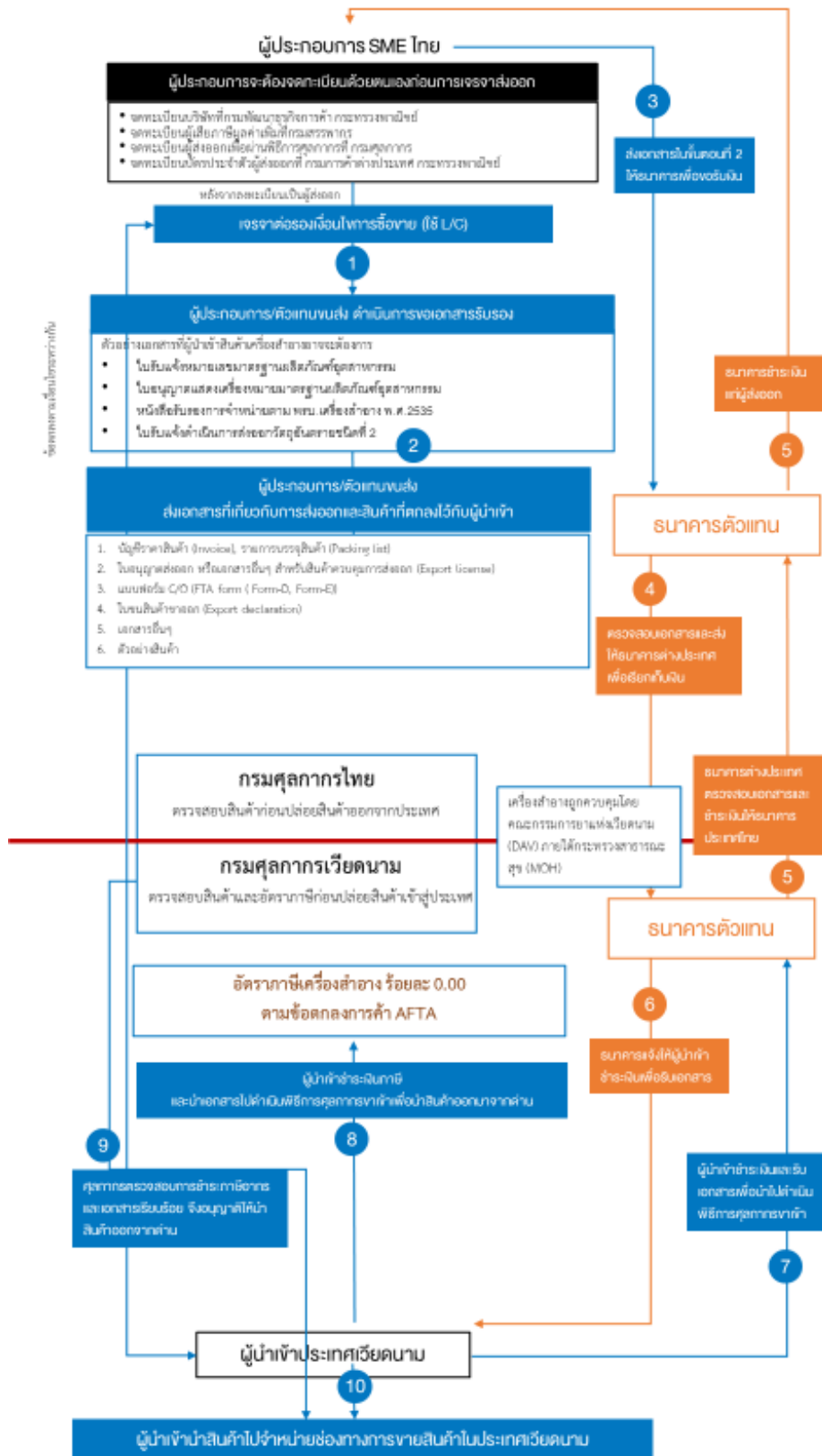
ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดการแสดงฉลากสำหรับเครื่องสำอาง ดังนี้

1. เครื่องสำอางที่ใช้สารแต่งสีจะต้องระบุชื่อของสารแต่งสีและจำนวนปริมาณการใช้งาน หากมีสารแต่งสี หลายชนิด ต้องระบุชื่อและจำนวนของสารแต่งสีแต่ละชนิดด้วย
2. ชื่อในฉลากของเครื่องสำอางทั่วไปต้องมีชื่อเดียวกันกับที่ระบุไว้ในเอกสารแจ้งเตือน ในกรณีที่มีข้อมูล เพิ่มเติมบนฉลากแต่ไม่ได้ระบุไว้ในเอกสารแจ้งเตือน ผู้ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องสำอางต้องมีมาตรการที่ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่ามีความถูกต้อง ชื่อสตัย ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติม ได้ที่ <https://www.chemlinked.com/>

เครื่องสำอางจำเป็นต้องได้รับการประเมินด้านความปลอดภัยตามมาตรฐาน ASEAN safety guideline มีข้อจำกัดกำหนดไว้เกี่ยวกับโลหะหนักและจุลินทรีย์ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ : <https://cosmetic.fda.moph.go.th/media.php?id=522759134798553088&name=Guidelines%20on%20SAFETY%20EVALUATION.pdf>

สรุปขั้นตอนการส่งออก

แผนภาพที่ 10 ขั้นตอนการส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง



ที่มา: คณะที่ปรึกษา

