

พฤติกรรมของผู้บริโภคตลาดสินค้าความงาม ในตลาดสหราชอาณาจักร



ข้อเท็จจริง ตลาดสินค้าความงามเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สร้างมูลค่าแก่ตลาดสหราชอาณาจักรอย่างมาก และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา จากรายงานของ COSMOS & Soil Association ตลาดนี้มีอัตราการขยายตัวในปี 2561 ถึงร้อยละ 14 โดยตลาดสินค้าความงาม สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางค์ (Beauty products) กลุ่มสินค้าของใช้ส่วนตัว (Personal Care Products) กลุ่มสินค้าสปา รวมถึง In-store Treatment Services และกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม (Hair Products)

Lifestyle ของผู้บริโภคซึ่งไม่จำกัดอยู่แค่ความใส่ใจเรื่องความงาม (Beauty) เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงเรื่องการดูแลสุขภาพ (Health) และคุณภาพชีวิต (Wellbeing) ควบคู่กันไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต ได้นำเสนอ concept ใหม่ ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่าน Lifestyle และสร้างนวัตกรรม ที่ผสมผสานความงาม สุขภาพ และคุณภาพชีวิต เข้าด้วยกันเรียกว่า “3 Paths to Beauty innovation – the blend of beauty, health and wellbeing” ดังเช่น บริษัท Neal’s Yard Remedies ผู้จำหน่ายสินค้าดูแลความงามและสุขภาพที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในประเทศอังกฤษติดต่อกันเป็นเวลานาน ได้ศึกษาปัญหาเรื่องคุณภาพของการนอนหลับ (Insomnia) ในประชากรอังกฤษ ว่ามีอัตราถึงร้อยละ 31 ทำให้ Neal’s Yard ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าที่ให้ความสำคัญกับ Beauty Sleep Concentrate ออกมารองรับตลาดนี้

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ในยุคสมัยที่ lifestyle แข็งแรงทำให้ค่านิยมผ่านแนวคิดของ “Less is more” นั้น มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สินค้าที่มีขั้นตอนการดูแลความงามแบบหลายขั้นตอนลดลง เช่น บริษัท NIVEA ได้ผลิตสินค้า 2 in 1 Cleanser & Toner ออกมาในตลาด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งแต่เดิมจะต้องใช้น้ำยาปรับสภาพผิวหน้า (Toner) ควบคู่กับน้ำยาล้างหน้า (Facial cleansing) แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าที่บรรจุคุณสมบัติทั้งสองแบบอยู่ในตัวสินค้าชนิดเดียว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลศึกษาวิจัยของ MINTEL พบว่า กลุ่ม Millennials คือผู้มีอายุตั้งแต่ 20-29 ปี เป็นกลุ่มที่ชอบใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าความงามที่ไม่ซับซ้อน และลดขั้นตอนการดูแลความงาม

สินค้าตลาดความงามที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยมีอัตราการร้อยละ 42 ของผู้ซื้อสินค้าความงามทั้งหมด จะพิจารณาซื้อสินค้าที่มีการรับรองประทับตราจากหน่วยงาน Soil Association ชื่อว่า COSMOS Organic และ COSMOS Natural



COSMOS ย่อมาจาก COSmetic Organic and Natural Standard

จากสถิติของปี 2018 สินค้าที่ได้รับการรับรองจาก Soil Association Certified organic or natural มีจำนวนมากกว่า 11,000 รายการ ซึ่งมีทั้งหมด 794 แบรินด์ และหนึ่งในแบรินด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกคือ L’Oreal Garnier ที่สนใจและผลิตสินค้าที่ได้ตรารับรองจากหน่วยงานนี้

อย่างไรก็ตาม ใรับรองทั้งสองชนิดนี้ เป็นการ ให้ข้อมูลแก่ผู้ซื้อให้เข้าใจว่า Certified Organic จะรับรองสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นอแกนิกเท่านั้น ส่วน Certified Natural จะรับรองสินค้าที่ใช้วัตถุดิบผสมที่ไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นอแกนิก เช่น เกลือ ดิน หรือ clay สินค้าที่จะได้รับตรารับรองไม่ว่าจะเป็น Natural หรือ Organic นั้น จะต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบทุกปีจากหน่วยงาน รวมทั้งต้องเป็นสินค้าที่ GM free, ปลอดภัยจากสารเคมี (Controversial chemicals), Parabens and Phthalates และ สีสังเคราะห์ (Synthetic colours), dyes or fragrances , ไม่ผ่านการทดลองสินค้ากับสัตว์ (No animal testing), มีฉลากกำกับผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนและตรวจสอบได้ (Brand Transparency) รวมทั้งต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Packaging standard) ซึ่งสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ www.soilassociation.org/packagingorganic

นอกจากนี้ หน่วยงาน Soil Association มีความเห็นว่า กลุ่ม Millennials & Gen Z เป็นกลุ่มที่สร้างพฤติกรรมที่สอดคล้องกับโลกในยุคใหม่ และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาสินค้า สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อตลาดสินค้าความงามในอนาคต

ที่มา : Mintel และ Soil Association

ข้อคิดเห็นของ สคต.

ปัจจุบันตลาดสินค้าความงามในสหราชอาณาจักร เป็นตลาดที่มีมูลค่ามหาศาล และมีการแข่งขันที่สูงมาก กอปรกับกระแสของความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic) ของประชากรโลก ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งออกสินค้าความงามมายังตลาดสหราชอาณาจักร จะต้องคำนึงถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงพัฒนาสินค้าให้ได้ตรารับรองจาก Soil Association ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าความงามของชาวอังกฤษ