

### กระแสการบริโภคสินค้าเครื่องสำอางของชาวออสเตรเลียในปัจจุบัน

ผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 และมาตรการ Lockdown ของรัฐบาล ออสเตรเลียที่ผ่านมาส่งผลให้ชาวออสเตรเลียปรับเปลี่ยนพฤติกรรมประจำวันต่างๆ ในบริเวณที่ พักอาศัยของตนเป็นหลัก (เช่น การทำงาน การประชุม การเรียนออนไลน์ และการรับประทานอาหาร เป็นต้น) ซึ่งทำให้รูปแบบการบริโภคและความนิยมสินค้าเครื่องสำอางเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงก่อนการแพร่ระบาดฯ

- ชาวออสเตรเลียมีพฤติกรรมการแต่งหน้าที่เข้มงวดและหันมานิยมแต่งหน้าให้มีความเป็น ธรรมชาติมากขึ้น เนื่องจากสุขภาพสตรีใช้เวลาอยู่บ้านเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ไม่จำเป็นต้องแต่งหน้าและเริ่ม ทดลองดูแลบำบัดผิวหน้าด้วยตนเอง ทำให้ความต้องการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามแบบ DIY เพิ่มขึ้น มีผลให้ร้านค้าเภสัชกรรม Priceline มียอดขายผลิตภัณฑ์ DIY nail polish kit เพิ่มขึ้นร้อยละ 237 สินค้าประเภท Semi-permanent hair colours เพิ่มขึ้นร้อยละ 124 และยอดขายสินค้าประเภท Hair removal เพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน นอกจากนี้ ร้านค้าเครื่องสำอางออนไลน์ Adore Beauty มียอดขายเครื่องอุปกรณ์สำหรับคลินิกเสริมความงามเพิ่มขึ้นร้อยละ 113 (รวมไปถึงอุปกรณ์ Dermal roller) และยอดขายผลิตภัณฑ์ Face mask เพิ่มขึ้นร้อยละ 63 ผลิตภัณฑ์ Oil เพิ่มขึ้นร้อยละ 41

- แม้ว่าในปัจจุบันรัฐบาลออสเตรเลียได้ผ่อนปรนมาตรการที่เข้มงวดและอนุญาตให้ประชาชน ออกมาทำกิจกรรมต่างๆ นอกบ้านได้มากขึ้นภายใต้เงื่อนไขการรักษาระยะห่างทางสังคม แต่พฤติกรรมและ รูปแบบการแต่งหน้าของสุภาพสตรียังคงเน้นสภาพของผิวหน้าที่สดใสและมีความเป็นธรรมชาติ โดยยังคงใช้ ผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อครีมบางเบา แต่มีคุณสมบัติในการปกปิดสูง และช่วยบำรุงผิวไปพร้อมกัน เช่น CC cream และมีแนวโน้มว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ Treatment ผิว เช่น Dermal fillers และ Botox จะได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากสามารถช่วยให้ผิวดูสดใส อ่อนเยาว์เป็นธรรมชาติได้โดยปราศจาก การแต่งหน้าเข้มเพื่อ ปกปิดข้อบกพร่องบนใบหน้าและสร้างความมั่นใจให้มากขึ้น

- ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม คือ ผลิตภัณฑ์ประเภท Face mask (ที่มี ส่วนผสมแปลกใหม่ อาทิ Charcoal, Placenta, Snail mucin) และ Sun Care รวมไปถึง เครื่องอุปกรณ์ Treatment ผิวพรรณ อาทิ DRX Spectralite Face ware Pro, Ongx Halo Shield, Home LED treatments, Sheet mask และ Dermal roller



Source: www.mecca.com.au

ปัจจุบัน ตลาดผลิตภัณฑ์ Skincare ออสเตรเลียมีมูลค่า 4.2 พันล้านเหรียญออสเตรเลีย ส่วนใหญ่เป็น การขยายตัวของผลิตภัณฑ์ที่เจาะตลาดกลุ่มย่อย (Customised skincare) โดยมี Instagram และ Customer Product Review เป็น Media Influencer เป็นกลไกขับเคลื่อนนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่ครองตลาดออสเตรเลีย (L'Oreal, Unilever, Procter & Gamble, Colgate-Palmolive และ Estee Lauder) ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจุบัน

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

ผู้บริโภคเริ่มลงทุนกับการบำรุงผิวพรรณเพื่อลดริ้วรอย จุดต่างดำและเพิ่มความกระจ่างใสเป็นธรรมชาติจากภายในมากขึ้น

### **ผลกระทบต่อเศรษฐกิจออสเตรเลีย**

ตลาดสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามในออสเตรเลียเป็นตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยคาดการณ์ว่า ในปี 2568 มูลค่าตลาดสินค้าและผลิตภัณฑ์จะขยายตัวร้อยละ 4.48 และมีมูลค่าสูงถึง 6.7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Millennials และกลุ่มคนในวัยทำงานทำให้มีรายได้และมีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้ กลุ่มลูกค้าดังกล่าวยังมีพฤติกรรมติดตามความนิยมและกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าดังกล่าวอยู่บ่อยครั้ง โดยผู้ประกอบการสินค้าในออสเตรเลียส่วนใหญ่จะทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดียและออนไลน์เป็นหลัก อาทิ Blogger, Vlogger และ Media influencer (ผ่าน YouTube) ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อผู้บริโภคกลุ่ม Millennials และกลุ่มวัยทำงาน นอกจากนี้ ช่องทางการขายสินค้าออนไลน์กำลังได้รับความนิยมและเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามในออสเตรเลียอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในออสเตรเลียนิยมสั่งซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน

### **ผลกระทบต่อการส่งออกไทย**

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งหน้าเสริมความงามของชาวออสเตรเลียปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตต้องศึกษาและปรับตัว เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยตลาดออสเตรเลียมีประชากรที่มีความหลากหลาย จึงทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเลือกเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มย่อยได้อย่างหลากหลายตามศักยภาพและคุณสมบัติของสินค้า โดยผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญในเรื่องของการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ มีคุณสมบัติในการบำรุงและปกป้องการเสื่อมสภาพของผิวจากสภาพอากาศในออสเตรเลีย โดยเฉพาะฤดูหนาว (ผลิตภัณฑ์บำรุงที่คงความชุ่มชื้นของผิว) และฤดูร้อน (ผลิตภัณฑ์ป้องกันและปกป้องการถูกทำลายจากแสงแดด) เพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในการทำการค้าสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงามในออสเตรเลียในอนาคตต่อไป

อย่างไรก็ตาม การส่งออกเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์มายังตลาดออสเตรเลียผู้ประกอบการควรตรวจสอบรายละเอียดของสารเคมีที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์จากเว็บไซต์ [www.nicnas.gov.au](http://www.nicnas.gov.au) และ [www.tga.gov.au](http://www.tga.gov.au) เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่จะเกิดขึ้นภายหลัง

Source: [www.insidefmcg.com.au](http://www.insidefmcg.com.au) / Mordor Intelligence / [www.mecca.com.au](http://www.mecca.com.au)

- นโยบายภาครัฐ     เศรษฐกิจการลงทุน     แนวโน้มการตลาด     รายงานสินค้าและบริการ     อื่นๆ