



ข่าวเด่นรายสัปดาห์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี

COVID-19 ขับเคลื่อนกระแส Clean Beauty ในอินเดีย

ที่มา: India Today, August 2, 2020



Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี | Thai Trade Center-New Delhi
78 (Ground Floor), Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi, India 110057

☎ : +91 1143268888 ✉ : thaitcnewdelhi@gmail.com 📱 : [@thaitcnewdelhi](https://www.facebook.com/thaitcnewdelhi)



การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ผู้คนทั่วโลกตระหนักในความสำคัญของผลิตภัณฑ์ดูแลตนเอง ไม่ว่าจะเป็นสบู่ แชมพู ผลิตภัณฑ์ประทินผิว และเครื่องสำอางต่างๆ ผู้บริโภคจำนวนมากใส่ใจในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ซึ่งทำให้กระแส Clean Beauty ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในอินเดีย และคาดว่าจะยังคงอยู่ต่อไปแม้กระทั่งยุคหลัง COVID-19

Clean Beauty

Clean Beauty คือผลิตภัณฑ์ความงามที่ผ่านความพิถีพิถันในการผลิต โดยไม่มีสารเคมีหรือสารพิษเป็นส่วนประกอบ ใสใจในความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และมีความโปร่งใสในการระบุส่วนประกอบลงบนฉลาก ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้ปลอดภัยและอ่อนโยนต่อผิว

ดร. Jyotsana Makker แพทย์ประจำ Kama Ayurveda แบนด์ผลิตภัณฑ์อายุรเวทของอินเดีย กล่าวว่าผู้คนเริ่มหันมาสนใจในผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบจากพืชเป็นหลักมากขึ้น เช่นเดียวกับ นาง Shivani Prabhakar หัวหน้าฝ่ายการตลาดของ SoulTree แบนด์เครื่องสำอางออร์แกนิก ที่พบว่าผู้บริโภคมองหาวิธีในการดูแลตนเองแบบยั่งยืนมากขึ้น และต้องการทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

มีใช้แค่ต้องมีส่วนผสมธรรมชาติ

นาง Rajni Ohri เจ้าของแบรนด์เครื่องสำอางยี่ห้อ Ohria Ayurveda กล่าวว่า แม้จะขึ้นชื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก หรือผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ แต่มีได้หมายความว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะปราศจากสารพิษเสมอไป ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติก็อาจจะมีสารเคมีได้ เช่น แชมพูมะขามป้อมและสับป่อย อาจจะมีส่วนผสมของมะขามป้อมและสับป่อยเพียงนิดหน่อย แต่กลับมีซิลิโคน และอ้างว่า “ปราศจากซิลิเฟต” แทน ซึ่ง Rajni เห็นว่าแชมพูทุกสูตรควรปราศจากทั้งซิลิโคนและซิลิเฟต

Rajni กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ความงามยังควรหลีกเลี่ยงการใช้สารกันเสียที่มี methyl, propyl, butyl, quaternium-15 และ imidazolidine รวมถึงไม่ควรใช้ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เช่น พาราฟิน และน้ำมันแร่ (mineral oil) รวมถึงน้ำหอมสังเคราะห์ และสารลดแรงตึงผิว เช่น SLS, SLES, ALS และ ALES ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ในรายชื่อสารที่อาจก่อมะเร็งขององค์การอาหารและยา และควรหลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ตะกั่ว และพอร์มัลดีไฮด์ ที่มีสารพิษ

การฟอกเขียว (Greenwashing)

การฟอกเขียวคือการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าสินค้าหรือบริการของตนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถสังเกตได้จากการตรวจสอบส่วนประกอบฉลากสินค้า หรือมองหาเครื่องหมายรับรอง เช่น PETA เป็นต้น หรืออาจเปรียบเทียบสัดส่วนราคาว่าสินค้าที่อ้างสรรพคุณดังกล่าวนั้นมีราคาเหมาะสมหรือไม่

ความโปร่งใสของฉลาก

ดร. Jyotsana กล่าวว่าส่วนประกอบจากธรรมชาติจะคงกลิ่นหอมได้ไม่นาน กลิ่นหอมยาวนานในผลิตภัณฑ์ทั่วไปนั้นมาจากสารเคมี และบ่อยครั้งที่กลิ่นหอมในเครื่องสำอางมาจากส่วนผสมที่มีพิษ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้ได้ในระยะยาวได้ ผู้บริโภคจึงควรตรวจสอบฉลากผลิตภัณฑ์ก่อนทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

Bio Spectrum นิตยสารด้านเทคโนโลยีชีวภาพของอินเดีย ระบุว่าตลาดเวชสำอางอินเดียคาดว่าจะมีมูลค่าราว 6.6 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2563 และจะเติบโตปีละ 22% ภายในปี 2568 อุปสงค์ในผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและกระแสความงามจากภายใน เป็นเหตุผลหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก [*1]

ส่วนอุตสาหกรรมความงามและดูแลร่างกาย (Beauty and Personal Care: BPC) ของอินเดียคาดว่าจะมีมูลค่าราว 8 พันล้านเหรียญในปี 2560 เติบโตปีละประมาณ 5-6% และคาดว่าจะมีมูลค่าราว 10 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2564 ซึ่งเติบโตเร็วกว่าตลาดโลกเกือบสองเท่า และแม้ว่าอินเดียจะมีสัดส่วนการใช้จ่ายไปกับสินค้าและบริการความงามและการดูแลร่างกายต่อหัวต่ำกว่าประเทศอื่น แต่มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นตามการเติบโตของ GDP ของประเทศ [*2]

นาง Naina Ruhail ผู้ร่วมก่อตั้ง Vanity Wagon เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซสำหรับผลิตภัณฑ์ Clean Beauty โดยเฉพาะแห่งแรกในอินเดีย กล่าวว่าอุตสาหกรรมความงามของอินเดียมีแนวโน้มที่น่าสนใจหลายประการ แต่แนวโน้มที่สำคัญอันดับแรกคือความโปร่งใสของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายบนเว็บไซต์จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมธรรมชาติตามที่ระบุไว้บนฉลากเท่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคไว้วางใจเว็บไซต์และตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้กระแสความยั่งยืนยังทำให้เกิดความนิยมในบรรจุภัณฑ์แบบ zero-waste มากขึ้น ซึ่ง Vanity Wagon ใส่ใจในความต้องการของผู้บริโภคเหล่านี้ และทำให้เว็บไซต์เป็น one-stop service สำหรับ Clean Beauty มากที่สุด โดยแบรนด์ดังที่จำหน่ายบน Vanity Wagon ได้แก่ Juicy Chemistry, Vivah Store, Indulgeo, Mama Earth, Concious Chemist เป็นต้น และกำลังมองหาแบรนด์ Clean Beauty จากต่างประเทศที่ตรงกับหลักการของบริษัท [*3]

ผู้ประกอบการไทยในสินค้าหมวดเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ต้องการขยายตลาดมายังอินเดีย ควรให้ความสำคัญกับแนวโน้มผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยใส่ใจอนามัยและความปลอดภัยเป็นหลัก ทั้งในเรื่องของวัสดุบรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มค่า อายุผลิตภัณฑ์ที่นานขึ้น ปราศจากส่วนผสมของสารมีพิษ และฉลากที่มีความโปร่งใส โดยเฉพาะตลาดเครื่องสำอาง Clean Beauty ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่น่าจับตามองสำหรับผู้ประกอบการไทย

อ้างอิง:

[*1] Bio Spectrum, January 2, 2020. Top trends for beauty and wellness for 2020.

[*2] Nielsen RMS, Euromonitor, A.T. Kearney, June 2017. Demystifying the future of Beauty and Personal Care.

[*3] Your Story, August 31, 2019. Get Gorgeous: How Vanity Wagon is taking the organic beauty marketplace by storm

