

สินค้า Natural & Organic Personal Care ในประเทศเยอรมนี

อุตสาหกรรม เกี่ยวกับ personal care ส่วนใหญ่จะเน้นสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับธรรมชาติ (natural products) ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 85 จะอยู่ในมือบริษัทรายใหญ่ไม่เกิน 50 ราย ตลาดใหญ่ๆของสินค้ากลุ่มนี้ได้แก่ สหรัฐ EU อังกฤษ บราซิล และรัสเซีย ใน EU เยอรมันนับเป็นตลาดหนึ่งที่มีความสำคัญ และเป็นตลาดใหญ่

ผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับ personal care จะประกอบไปด้วยสินค้าประเภท fragrances, makeup, hair care, coloring products, sunscreen, toothpaste, products for bathing, nail care และ shaving เป็นต้น

สินค้า non food ที่เป็น Natural และ organic เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มคนรักสุขภาพ ปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มหันมาสนใจสุขภาพมากขึ้น และพยายามหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่ใช้สารเคมี โดยเฉพาะสารประเภท parabens, phthalates and aluminum salts ซึ่งเป็นสารเคมีต้องห้ามใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร สิ่งทอ เป็นต้น ปัจจุบันเพื่อแก้ปัญหาเรื่องสารพิษต่างๆ หลายๆบริษัทจึงหันมาวิจัยค้นคว้าในเรื่องความปลอดภัยของสินค้า รวมทั้งการใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ หรือสมุนไพร บริษัทใหญ่ๆ ที่เริ่มขยาย line การผลิตมาผลิต Natural Product มากขึ้น เช่น Henkel, Garnier , Amore Pacific เป็นต้น

การตลาดของสินค้าในกลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่จะอยู่ในตลาดยุโรป และ อเมริกาเหนือ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องสำอางค์ที่เป็นธรรมชาติ และ organic ช่องทางการจำหน่ายจะอยู่ในร้านเฉพาะอย่างที่เป็น Natural/Organic เช่น Biobasic , Alnatura. Ebl Naturekost

แม้ว่าตลาดจะมีความต้องการสูงก็ตาม แต่ตามความต้องการของสินค้าในกลุ่มนี้จะเพิ่มมาก หรือชะลotted ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งโดยทั่วไปสินค้าที่เป็นธรรมชาติ และ organic ราคาจะสูงกว่าราคาสินค้าปกติในท้องตลาด ดังนั้นช่วงเศรษฐกิจไม่ดีผู้บริโภคจะเลือกซื้อเฉพาะรายการที่จำเป็นเท่านั้น

ความต้องการของตลาด

เยอรมันเป็นตลาดใหญ่สำหรับสินค้า natural & organic personal care ในจำนวนสินค้าในหมวดดังกล่าว เป็นสินค้า natural & organic ร้อยละ 7 ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดจะเป็นสินค้าที่เป็น Private label เช่น Alverde (เยอรมัน) Garnier (ฝรั่งเศส), Ushuaia(ฝรั่งเศส) เป็นต้น ปัจจุบันมีแบรนด์ใหม่ๆ พยายามเสนอเข้ามาแข่งขันในท้องตลาด เช่น Dr. Hauschka (เครื่องสำอางค์) PHYT'S (para-pharmacies) Primavera (spa) คาดว่าเมื่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจดีขึ้นความต้องการสินค้าในกลุ่มดังกล่าวจะมีแนวโน้มดีขึ้น

สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงได้แก่

- deodorant
- fragrances
- suncare
- skincare
- bath and shower product
- haircare
- toiletries

ข้อกังวลของผู้บริโภคเยอรมันต่อผู้ผลิตในเอเชีย

ผู้บริโภคในยุโรป เริ่มมีข้อกังวลต่อการติดฉลากที่ทำให้เกิดความสับสนจากประเทศผู้ผลิตในเอเชีย เช่นการนำเสนอข้อมูลบนฉลากว่าเป็น 100% natural, no synthetic chemicals และ organic ingredients บางบริษัทอ้างว่าเป็น organic แต่แท้จริงแล้วส่วนผสมไม่ได้เป็น organic ทั้งหมด หรือบางครั้งระบุส่วนผสม ซึ่งส่วนผสมนั้นไม่ได้เป็น natural เช่น mineral water เป็นต้น หรือไม่ระบุสารที่เป็นสารแต่งสีให้ชัดเจน แต่ระบุเพียงคร่าวๆว่า Coloring เท่านั้น ดังนั้นบริษัทค้าปลีกส่วนใหญ่จึงต้องการ Certificate ที่เป็นสากล

ความตกลงร่วมกันระหว่าง สหรัฐ และ EU เพื่อเปิดตลาด organic

มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2012 ซึ่ง US National Organic Program (NOP) จะได้รับการยอมรับในสหภาพยุโรป ขณะเดียวกัน EU Organic Program จะได้รับการยอมรับ โดยสหรัฐ ข้อตกลงนี้จะช่วยเปิดตลาดสินค้า organic ระหว่าง สองประเทศ และช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องการลดภาระ และค่าใช้จ่ายในขั้นตอนการขอใบรับรองเข้าซื้อ

แนวโน้มตลาด

ความต้องการสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม เติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก Lifestyle ของคนเริ่มเปลี่ยนไป มีสินค้าใหม่ๆเข้ามาในตลาด รวมทั้งผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินสูงขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย

ปัจจุบันสินค้าที่มีส่วนในการช่วยให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน กำลังเป็นกระแสในตลาดขณะนี้ นอกจากนี้หลายบริษัทเริ่มตระหนักเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม การลดปัญหาการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ฯลฯ ดังนั้นผู้ผลิตส่วนใหญ่จึงหันมาวิจัยเรื่องผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ รวมทั้งการใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบ ซึ่งผู้บริโภคให้การตอบรับเป็นอย่างดี สำหรับประเทศไทยเป็นโอกาสดีในการพัฒนาสินค้าดังกล่าว เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งสมุนไพรที่ยุโรปไม่มี และเป็นที่ต้องการ เช่น ขิง ขมิ้น ว่านหางจระเข้ , ดอกอัญชัน, มะกรูด, สารสกัดเปลือกมังคุด, สารสกัดจากใบบัวบก, สารสกัดจากเนื้อมะขาม, สารสกัดจากขมิ้นชัน ฯลฯ เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต
กุมภาพันธ์ 2556