

ธุรกิจสบู่และเครื่องสำอาง

สรุปแนวโน้มธุรกิจ

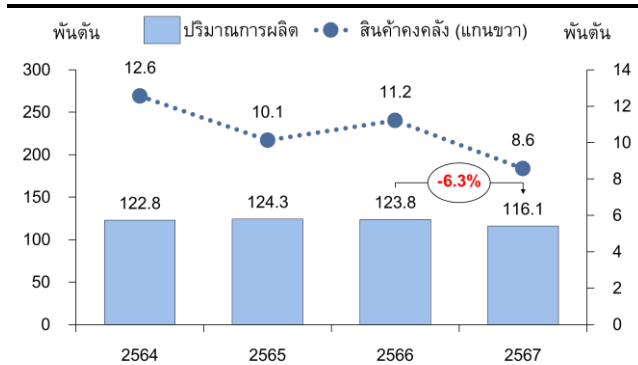
ISIC: 52202300 การผลิตสบู่และสารซักฟอก ผลิตภัณฑ์เคมีที่ใช้ในการทำความสะอาดและขัดเงา น้ำหอม เครื่องสำอาง และเครื่องประทินโฉม

ในระยะ 1 ปี ข้างหน้า ธุรกิจการผลิตสบู่และเครื่องสำอางมีแนวโน้ม "Neutral (+)" จากอุปสงค์ในประเทศที่เพิ่มขึ้นตามกระแสการดูแลสุขภาพและความงามของผู้บริโภค ประกอบกับการเติบโตของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ส่งผลให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ที่พัก และสปา มีการขยายตัวหนุนความต้องการสินค้าในหมวดสบู่และเครื่องสำอางให้เติบโตตามไปด้วย ในด้านการส่งออกยังมีศักยภาพเติบโต เนื่องจากผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยมีจุดแข็งด้านวัตถุดิบธรรมชาติและมาตรฐานการผลิตสูง นอกจากนี้ การเติบโตของอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดียช่วยให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเผชิญความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะสินค้านำเข้าที่มีคุณภาพดีขึ้นและราคาจับต้องได้ ผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาแนวทางเชิงกลยุทธ์ เช่น การสร้างนวัตกรรมสินค้าเฉพาะกลุ่ม การพัฒนาภาพลักษณ์แบรนด์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน

ภาพรวมธุรกิจ

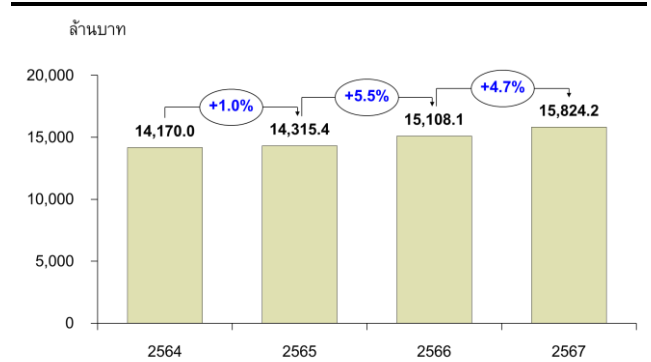
สำหรับภาพรวมตลาดสบู่และเครื่องสำอาง พบว่า ปริมาณการผลิตสบู่และเครื่องสำอาง ในปี 2567 หดตัวลง 6.3%YoY มาอยู่ที่ 116,056.3 ตัน เนื่องจากปริมาณสินค้าคงคลังเฉลี่ยจากปีก่อนหน้าอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ประกอบการลดกำลังการผลิตลง เพื่อระบายสินค้าคงคลังออก ในขณะที่มูลค่าการจำหน่ายสบู่และเครื่องสำอางในประเทศไทย ในปี 2567 ยังคงมีทิศทางเติบโตตามการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศและพฤติกรรมที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพและสุขอนามัยส่วนบุคคลมากขึ้น ทำให้ภาพรวมของมูลค่าการจำหน่ายสบู่และเครื่องสำอางในปี 2567 นี้ ขยายตัวราว 4.7%YoY มาอยู่ที่ 15,824.2 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของตลาดค่อนข้างรุนแรงทั้งด้านคุณภาพและราคาเนื่องจากมีผู้เล่นในตลาดเป็นจำนวนมาก

รูปที่ 1 ปริมาณการผลิตและสินค้าคงคลัง สบู่และเครื่องสำอางในประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รูปที่ 2 มูลค่าการจำหน่ายสบู่และเครื่องสำอางในประเทศไทย

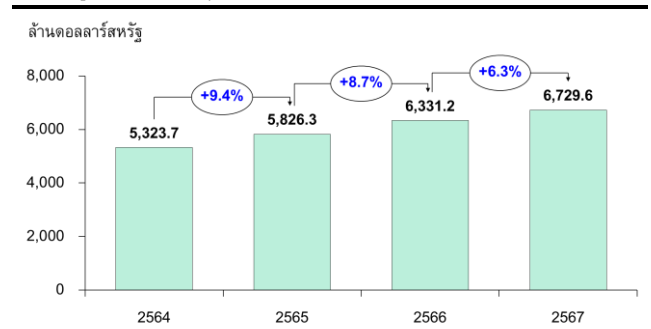


ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำหรับภาพรวมตลาดเครื่องสำอางในปี 2567 พบว่า มูลค่าตลาดขยายตัว 6.3%YoY อยู่ที่ 6,729.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีความใส่ใจดูแลตัวเองและใช้เครื่องสำอางในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเติบโตตาม ประกอบกับช่องทางกรซื้อขายออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาท ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องสำอางได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถเปรียบเทียบราคาได้ง่าย ล้วนเป็นแรงผลักดันให้ผู้บริโภคซื้อเครื่องสำอางมากขึ้น

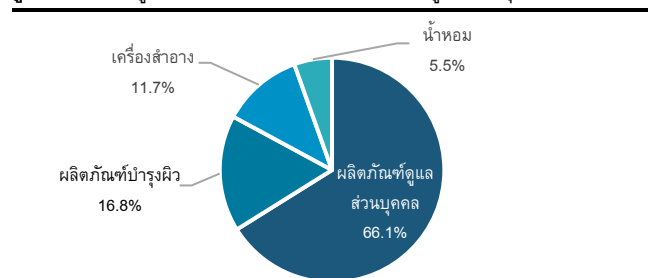
ทั้งนี้ เมื่อจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ความงามและของใช้ดูแลส่วนบุคคลตามมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย ปี 2567 พบว่า ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล มีสัดส่วนสูงสุดที่ 66.1% รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว 16.8% เครื่องสำอาง 11.7% และน้ำหอม 5.5% ตามลำดับ

รูปที่ 3 มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย



ที่มา : Statista

รูปที่ 4 สัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์ความงามและของใช้ดูแลส่วนบุคคล ปี 2567



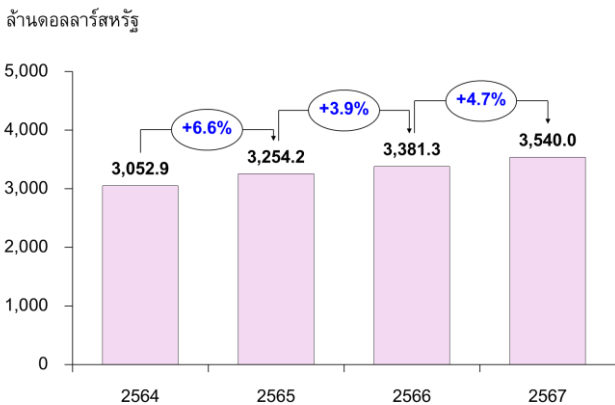
ที่มา : Statista

ภาพรวมด้านการค้าระหว่างประเทศ

สำหรับตลาดส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวของไทย ในปี 2567 พบว่า มีมูลค่าการส่งออก 3,540.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 4.7%YoY จากความนิยมสินค้าของไทยที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้บริโภคต่างชาติให้ความสำคัญกับสินค้าจากธรรมชาติ ประกอบกับเทรนด์การดูแลสุขภาพผิวและใบหน้ามากขึ้นของคนในทุกช่วงวัยเพื่อความดูดีและอ่อนเยาว์ รวมทั้งสินค้าไทยมีราคาที่สามารถแข่งขันได้ จึงทำให้ตลาดส่งออกยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

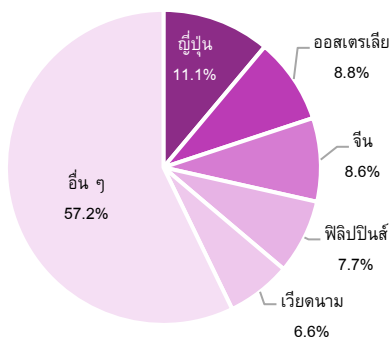
ทั้งนี้ ตลาดปลายทางที่ไทยส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น คิดเป็น 11.1% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมา คือ ออสเตรเลีย 8.8% จีน 8.6% ฟิลิปปินส์ 7.7% และเวียดนาม 6.6% ตามลำดับ เนื่องจากสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวของไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ และยังคงได้รับผลดีจากสิทธิประโยชน์ด้านภาษีตามความตกลง FTA กับ 18 ประเทศ เช่น อาเซียน, จีน, ญี่ปุ่น, ออสเตรเลีย, และนิวซีแลนด์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

รูปที่ 5 มูลค่าการส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 6 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว จำแนกตามประเทศ ปี 2567

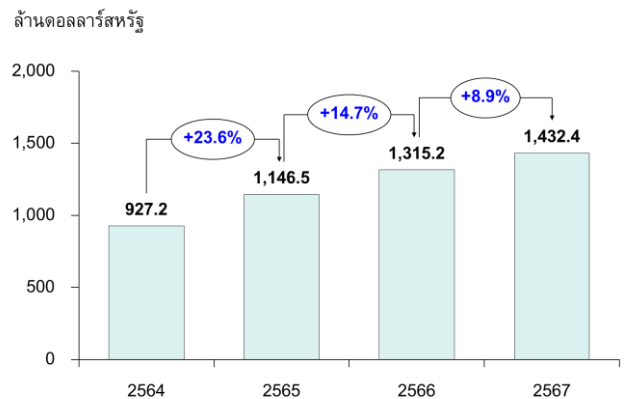


ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ในส่วนของตลาดนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ในปี 2567 พบว่า มีมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 1,432.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 8.9%YoY เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่มีความสนใจในการดูแลและปรับปรุงรูปร่างของตนเองอย่างสม่ำเสมอ และมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงและดูแลผิวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับแนวโน้มเศรษฐกิจไทยที่มีทิศทางเติบโตทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวในต่างประเทศมีการเติบโต มีการพัฒนาของเทคโนโลยีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้านี้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ ส่งผลให้มูลค่านำเข้าสินค้าเหล่านี้เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยังคงตัวในระดับสูง

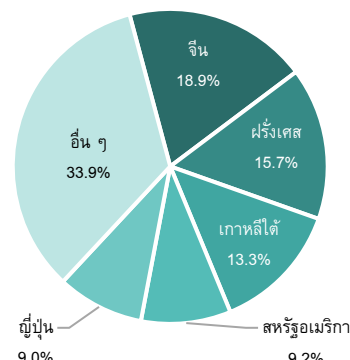
ทั้งนี้ แหล่งนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิวที่สำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน คิดเป็น 18.9% ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ ฝรั่งเศส 15.7% เกาหลีใต้ 13.3% สหรัฐอเมริกา 9.2% และญี่ปุ่น 9.0% ตามลำดับ

รูปที่ 7 มูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 8 สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว จำแนกตามประเทศ ปี 2567



ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

สถานการณ์ด้านผู้ประกอบการและการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาการเติบโตของธุรกิจผลิตสบู่และเครื่องสำอาง พบว่าในปี 2023 ภาพรวมรายได้ของธุรกิจปรับเพิ่มขึ้น 2.9%YoY ไปอยู่ที่ 251,559.14 ล้านบาท และในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2019 - 2023) อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) เติบโตที่ 5.1% สอดคล้องกับปริมาณความต้องการใช้ในประเทศและปริมาณการส่งออกที่ปรับเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ หากพิจารณาความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจสามารถทำกำไรได้ต่อเนื่องตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2019 - 2023) โดยมีค่าเฉลี่ยของ Net Profit Margin อยู่ที่ 6.4% จากการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม ตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวโดยเฉพาะในช่วงภายหลังการระบาดของโควิด-19 ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและดูแลตนเองมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สบู่และเครื่องสำอางมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด นอกจากนี้ การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด เช่น การขายผ่านช่องทางออนไลน์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง

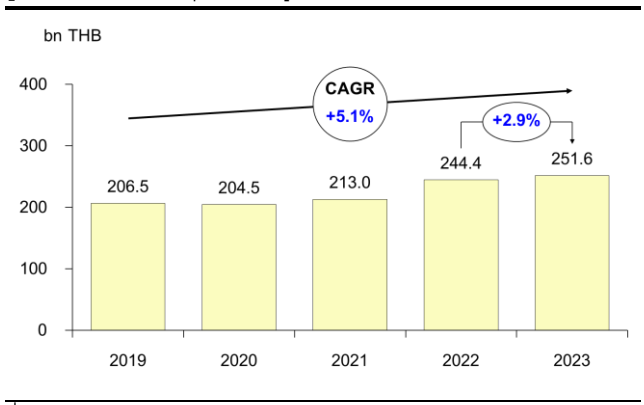
แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจผลิตสบู่และเครื่องสำอางในระยะ 1 ปีข้างหน้า คาดมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะได้รับแรงหนุนจากการเพิ่มขึ้นของอัตราการผลิต หลังจากที่สินค้าคงคลังได้ปรับตัวลดลงสู่ระดับที่เหมาะสม ประกอบกับอุปสงค์ภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นตามแนวโน้มของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและความงาม และนิยามผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นการบริโภคภาคครัวเรือน อีกทั้งภาคการท่องเที่ยวที่กลับมาขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง โดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ที่พัก และสปา มีการขยายตัว ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการสินค้าในหมวดสบู่และเครื่องสำอางให้เติบโตตามไปด้วย

ในด้านของการส่งออก ผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของไทยยังคงได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ซึ่งไทยมีความได้เปรียบในด้านวัตถุดิบจากสมุนไพรและพืชธรรมชาติที่มีคุณภาพสูง และปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ มาตรฐานการผลิตที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลยังช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ทำให้มีแนวโน้มการส่งออกจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดอาเซียน ซึ่งมีความต้องการสินค้าความงามจากไทยเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดียยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่นิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

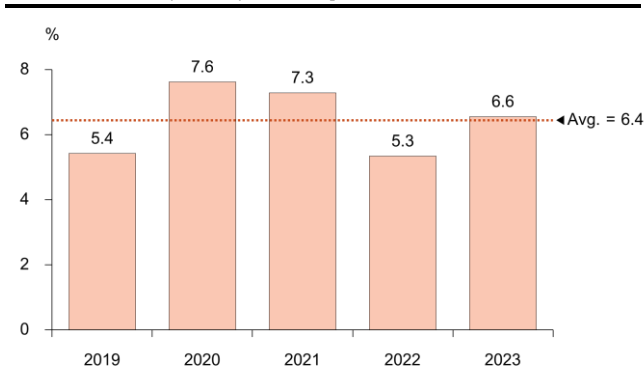
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจจะมีโอกาสเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ แต่ยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายในด้านการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทั้งจากผู้ผลิตในประเทศและสินค้านำเข้าที่มีคุณภาพดีขึ้นในราคาที่เข้าถึงได้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องพัฒนาแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ อาทิ การพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ เช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อผู้สูงอายุ สินค้าออร์แกนิก หรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติชะลอวัย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการผลิตและการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดีย และการตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเติบโตอย่างยั่งยืน

รูปที่ 9 รายได้รวมของธุรกิจผลิตสบู่และเครื่องสำอาง



ที่มา : Enlite

รูปที่ 10 อัตรากำไรสุทธิของธุรกิจผลิตสบู่และเครื่องสำอาง



ที่มา : Enlite

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆ ทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง

LH BANK BUSINESS RESEARCH



ดร. ธนพล ศรีธัญพงศ์
 ผู้อำนวยการอาวุโส สายงานวิจัยธุรกิจ



ณัฐชาติ วิรุฬหอัศว
 นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ธรัทหนล ศรีทองเต็ม
 นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



เชี่ยวชาญ ศรีชัยยา
 นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



วิสันดา ดิสรเตติวัฒน์
 นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส



วัชรพันธ์ นิยม
 นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)



ณวัชร หันสุเวช
 นักวิเคราะห์อาวุโส (Thematic)



ศรีอำไพ อิงคกิตติ
 นักวิเคราะห์อาวุโส (Industry)

วิจัยธุรกิจ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

จับใจ

เข้าใจ

ตอบโจทย์



Scan Here
 For More Articles

<https://www.lhbank.co.th/economic-analysis/>