

“Mamaearth” กับการเข้าสู่ตลาดหุ้นอินเดีย และตลาดความงามของอินเดียที่เปลี่ยนไป



เมื่อเดือนตุลาคม 2023 Honasa Consumer Ltd. บริษัทเจ้าของแบรนด์ Mamaearth ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณและความงามโดยเน้นวัตถุดิบธรรมชาติรูปแบบ D2C (direct to customer) ได้เข้าสู่กระบวนการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อินเดียเพื่อเสนอขายหุ้น IPO แก่ผู้สนใจทั่วไป โดยประมาณการมูลค่าอยู่ที่ 3 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นที่วิจารณ์กันอย่างแพร่หลายว่ามูลค่าดังกล่าวสูงกว่าที่ควรจะเป็นหรือไม่ เนื่องจากพฤติกรรมคนอินเดียที่ผ่านมาเกี่ยวกับการดูแลรักษาผิวนั้น ส่วนใหญ่จะมีแค่การทำความสะอาดผิวหน้าและตามด้วยมอยเจอร์ไรเซอร์ ทำให้อินเดียจัดเป็นหนึ่งในตลาดที่มีรายจ่ายด้านการดูแลผิวและเครื่องสำอางต่ำที่สุด (พบว่าการใช้จ่ายในด้านความงามและการดูแลผิวของอินเดียเฉลี่ยอยู่ที่ 2 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี จีนใช้จ่ายฯ 34 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี สหรัฐอเมริกาใช้จ่ายฯ 72 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี และเกาหลีใต้ใช้จ่ายฯ 133 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี) แต่ปัจจุบันด้วยระบบการตลาดแบบ D2C ของแบรนด์เครื่องสำอางหลายราย ทำให้มีการสร้างคอนเทนต์การดูแลผิวพรรณอย่างกว้างขวางซึ่งทำให้ผู้บริโภคอินเดียเกิดการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไป อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคสำหรับสินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่จัดอยู่ใน Gen Y และ Gen Z ที่นิยมติดตามเนื้อหาสาระต่างๆจากทางโซเชียลมีเดียรวมถึงเทรนด์วัฒนธรรมจากหลายประเทศ ซึ่งการดูแลผิวพรรณและความงามมักแฝงมาด้วยกันกับคอนเทนต์ทำให้คนอินเดียตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการดูแลถนอมผิวพรรณมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์ความงามในตลาดอินเดียมีแบรนด์ใหญ่แข่งขันอยู่จำนวนมาก โดยส่วนใหญ่แบรนด์ทั้งหลายไม่ได้จำกัดหมวดสินค้าอยู่แค่ประเภทใดประเภทหนึ่งแต่จะพยายามให้มีสินค้าครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค อาทิ ผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงผิวพรรณ ผิวหน้า ชุดสีสันท่างหน้า โดยยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฯ 80-85% ในอินเดียยังมาจากช่องทางออฟไลน์ อย่างไรก็ตาม การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งถือเป็นความท้าทายสำหรับแบรนด์ที่ทำการตลาดแบบ D2C ที่จะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์

นอกจากนี้ ช่วง 5-8 ปีที่ผ่านมา พบว่าชาวอินเดียมีการยกระดับการดูแลผิวพรรณโดยสนใจสินค้าในระดับพรีเมียมมากขึ้น หรือเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมพรีเมียม อาทิ เรตินอล กรดไฮยาลูโรนิก และกรดอัลฟาและเบต้า-ไฮดรอกซี และอื่นๆ ทำให้มีสินค้านวัตกรรมใหม่ติดตลาดมากขึ้น อาทิ เซรัมและเอสเซนส์ โดยบริษัทที่เป็นผู้เล่นรายใหญ่ในตลาดเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณในอินเดียปัจจุบัน ได้แก่ Lakme, Lotus Herbal, Unilever, L'oreal, Colorbar, Maybelline, Biotech, Mamaearth และ Vellvette Lifestyle เป็นต้น

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลสถิติ ปี 2023 ตลาดผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในอินเดียมีมูลค่าอยู่ที่ 6.94 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยตลาดมีการเติบโตที่ระดับ 20-30% ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะเติบโตไปแตะที่ระดับ 10.31 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2030 การเติบโตราว 10% ต่อปีท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจที่ประสบภาวะเงินเฟ้ออย่างที่เป็นอยู่ เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการดูแลผิวพรรณตนเองของคนอินเดียในยุคปัจจุบัน เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคหลักในอินเดียสำหรับสินค้าดังกล่าวเป็นประชากรที่อายุน้อยจนถึงวัยทำงานซึ่งนิยมติดตามเนื้อหาสาระที่จากแหล่งโซเชียลและให้ความสำคัญกับเรื่องความสวยความงาม อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญทำให้ชาวอินเดียหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพความงามมากขึ้นเนื่องจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้คนต้องใช้เวลาอยู่กับบ้านมากขึ้น และหันมาใส่ใจไลฟ์สไตล์ที่ดีต่อสุขภาพ ซึ่งนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มยังคงดำเนินต่อไปแม้สถานการณ์การแพร่ระบาดจะจบลงแล้ว จึงทำให้อินเดียเป็นอีกหนึ่งตลาดที่เป็นโอกาสสำหรับสินค้าหมวดความงามและดูแลผิวพรรณโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมและเฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าหมวดเครื่องสำอางและดูแลผิวพรรณมายังอินเดียจำเป็นต้องมีการขอรับใบอนุญาตและจดทะเบียนสินค้าภายใต้การกำกับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Central Drugs Standard Control Organization (CDSCO) โดยมีสินค้าหลายชนิดในหมวดหมู่เครื่องสำอางและดูแลผิวพรรณที่ได้รับการยกเว้น/ลดภาษีการนำเข้า ภายใต้ข้อตกลงเสรีทางการค้าอาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Area หรือ AIFTA)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี
9 กุมภาพันธ์ 2567

ที่มา:

- The Economic Times, A USD3 billion puzzle: what Mamaearth's IPO says about India's skin-care market
- Live Mint, 7 Nov 2023, Mamaearth's parent Honasa Consumer IPO listing date today. What GMP, experts signal?
- Research and Market, India Skin Care Products Market (2023-2028) by Products...
- Frequently Asked Questions on Registration and Import of Cosmetics in India, CDSCO
- Tople, 19 Apr 2023, 10 LEADING COSMETIC COMPANIES IN INDIA