



## ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยเวียดนาม

รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร

25 ตุลาคม 2568

### ผลิตภัณฑ์ดูแลบ้านและส่วนบุคคลเวียดนามมีแนวโน้มที่จะใช้วัตถุดิบเคมีสีเขียวมากขึ้น



เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2568 นางสาว Hoang Thi To Nga ผู้อำนวยการฝ่ายวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ของบริษัท DKSH Vietnam เปิดเผยในงาน “Beauty Show 2025” ว่ามูลค่าอุตสาหกรรมเพื่อความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย (Beauty and Personal Care) ของเวียดนามจะเพิ่มขึ้นจาก 2,450 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2566 เป็น 3,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2573 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 4.6 ส่วนผลิตภัณฑ์ดูแลบ้าน ได้แก่ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำยาทำความสะอาดและผงซักฟอก คาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 953.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2576 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 4.28 ในช่วงปี 2568–2576

แรงขับเคลื่อนการเติบโตดังกล่าวไม่เพียงมาจากความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมาจากการตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับสุขภาพและการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน เนื่องจากผู้บริโภคเวียดนามเริ่มหันมาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งกำเนิดตามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก และผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้สินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ต้องพัฒนาและสร้างนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน กฎระเบียบในภาคส่วนดังกล่าวมีความเข้มงวดมากขึ้นทำให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องลงทุนในกระบวนการผลิตและวัตถุดิบที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลได้

ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า การที่มีมาตรฐานอุตสาหกรรมสูงขึ้นอาจเป็นความท้าทายสำหรับผู้ผลิต โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากวัตถุดิบขั้นสูงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาอย่างชัดเจนและมีการรับรองความยั่งยืน อาทิ ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการย่อยสลายทางชีวภาพ ยังมีต้นทุนและข้อจำกัดสูง ดังนั้น การพัฒนาโดยผ่าน ศูนย์นวัตกรรมและการวิจัย (Innovation Center) ของบริษัท DKSH Vietnam จึงมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมนี้ในเวียดนามในด้านการปรับปรุงสูตร การทดสอบ และการเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์สีเขียว ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในประเทศ

นาย Edward Loi ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจด้านเทคนิคของผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ของบริษัท Elementis กล่าวว่า “ความยั่งยืนคือมาตรฐานใหม่ของภาคการผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย” การพัฒนาอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีกระบวนการที่ครอบคลุมและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับศูนย์พัฒนาและนวัตกรรมเพื่อจัดหาวัตถุดิบคุณภาพสูงให้กับผู้ผลิตในเวียดนาม ผ่านกระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบอย่างมีความรับผิดชอบและการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดในทุกขั้นตอนของการผลิต ขณะเดียวกัน นางสาว Geok Khoon Teo ผู้อำนวยการฝ่ายขายประจำภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อุปโภค บริษัท Stepan ซึ่งเป็นบริษัทเคมีภัณฑ์ที่มีประวัติยาวนานเกือบ 100 ปี ได้กล่าวว่า การผสานแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัท Stepan เข้ากับ

ศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนาของศูนย์พัฒนาและนวัตกรรม ช่วยส่งเสริมให้ผู้ผลิตในเวียดนามสามารถเข้าถึงมาตรฐานระดับสากล ปรับปรุงคุณภาพสินค้า และตอบสนองต่อความคาดหวังที่ของผู้บริโภคมากขึ้น

ดังนั้น ด้วยอัตราการขยายตัวที่คงที่ ผู้เชี่ยวชาญคาดว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและการดูแลบ้านของเวียดนามจะยังคงเป็นภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากทั้งนักลงทุนภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะการปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เข้มงวดรวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ จะมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดกระบวนการที่เป็นไปตามมาตรฐานของทั้งอุตสาหกรรม มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและรูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

(จาก <https://vneconomy.vn/>)

### **ข้อคิดเห็น สคต**

จากรายงานวิเคราะห์แนวโน้มจิตวิทยาผู้บริโภคเวียดนามโดยบริษัท NIQ พบว่าในปี 2568 ผู้บริโภคเวียดนามถึงร้อยละ 74 มีแนวคิดเปิดกว้าง พร้อมสนับสนุนและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีนวัตกรรม โดยผลิตภัณฑ์นวัตกรรมก้าวกระโดด (Breakthrough Innovation) บางประเภทที่กำลังเป็นที่นิยมในตลาดเวียดนาม ได้แก่ ครีมบำรุงผิวจากสารสกัดกระบองเพชรสำหรับผู้ชาย หรือผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชาย เป็นต้น นอกจากการตอบโจทย์มาตรฐานของวัตถุดิบให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลบ้านและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายของเวียดนามแล้ว แรงกดดันด้านต้นทุนอาจเป็นความท้าทายสำหรับผู้ผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งอาจทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าสินค้าทั่วไป

อย่างไรก็ตาม ตามผลการสำรวจตลาดของบริษัท NIQ พบว่า มีผู้บริโภคชาวเวียดนามกว่าร้อยละ 72 พร้อมที่จะเปลี่ยนจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่เดิมไปเป็นผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม หากผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบโจทย์ตามมาตรฐานความเป็นพรีเมียม (Code of Premiumness) ได้ ซึ่งประกอบด้วย 4 เกณฑ์หลัก ได้แก่ (1) ความพิถีพิถันและความตั้งใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Effort in Creation) (2) เรื่องราวของต้นกำเนิดและความหายาก (Origin Story and Rarity) (3) กระแสไวรัลและเทรนด์ยอดนิยม (Viral Trends) และ (4) วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงสุด (Highest Quality Ingredients) ดังนั้น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและดูแลบ้านของเวียดนามยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต สำหรับผู้ประกอบการที่มีความสามารถและพร้อมจะขยายส่วนแบ่งทางการตลาดในระยะยาว