

ปีที่ 29 ฉบับ 10129 วันพฤหัสบดีที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2559 หน้า 9

เปิดแผน 'ไทยคอสเมติก วล์เลย์'

ที่

เซลล์กระตุ้นผู้ประกอบการน้ำหอม-เครื่องสำอางไทยสร้าง "ไทยคอสเมติก วล์เลย์" จับมือต้นแบบจากฝรั่งเศส ต่อยอดวิจัยเครื่องสำอางเพื่อคนเอเชีย ตั้งเป้าดึงดูดผู้ประกอบการเมืองน้ำหอมลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษไทยในอนาคต ซึ่งเสี่ยงที่เขียนราย

เครื่องสำอางไทยถือเป็นอันดับต้นๆ ของอาเซียน มูลค่าตลาดรวมในปี 2557 อยู่ที่ 2.1 แสนล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในไทย 1.2 แสนล้านบาท และตลาดส่งออก 9 หมื่นล้านบาท โดยตลาดหลักของเครื่องสำอางไทยคือ ยุโรปและสหรัฐอเมริกา รองลงมาเป็นกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จีน และญี่ปุ่น

: จับมือสร้างฐานความงาม

กลิ่นหอมของพรรณไม้และดอกไม้เขตร้อน ถูกนำมาสกัด คั้น พัฒนาเป็นน้ำหอมหรือส่วนผสมในเครื่องสำอางของไทย ที่สร้างความแตกต่างไม่เหมือนใครในโลก กลายเป็นข้อได้เปรียบที่แม้แต่เจ้าแห่งน้ำหอมอย่างฝรั่งเศสก็ให้ความสนใจ

"จุดเริ่มต้นความร่วมมือระหว่างที่เซลล์กับคอสเมติก วล์เลย์ของฝรั่งเศสคือ ปีที่ผ่านมา เราไปนำเสนอโครงการ Cosmetics Innovation and Trade Zone ในเขตเศรษฐกิจพิเศษของไทย เพื่อให้เกิดการร่วมพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและเครื่องสำอาง เพื่อสร้างมาตรฐานเครื่องสำอางไทย" นเรศ ดำรงชัย ผู้อำนวยการศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์หรือที่เซลล์ กล่าว

ที่เซลล์จึงได้ลงนามความร่วมมือกับคอสเมติก วล์เลย์ ฝรั่งเศส ซึ่งเป็นคลัสเตอร์สำคัญในอุตสาหกรรมน้ำหอมและเครื่องสำอาง เพื่อพัฒนามาตรฐานเครื่องสำอางรองรับนโยบายเศรษฐกิจพิเศษ รวมถึงกลุ่มประเทศอาเซียน

นอกจากทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถสร้างสารสกัดชั้นดีสำหรับอุตสาหกรรมน้ำหอมและเครื่องสำอางแล้ว ไทยยังมีบุคลากรคุณภาพที่น่าจับตาสำหรับฝรั่งเศส ในขณะที่ฝรั่งเศสก็มีจุดเด่นเรื่องของน้ำหอม เครื่องสำอาง รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างแบรนด์

"คอสเมติก วล์เลย์ของไทยจะเริ่มจากการพัฒนาบุคลากร โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างไทยกับฝรั่งเศส รวมถึงมีการจับคู่ธุรกิจผู้ประกอบการระหว่างกันผ่านงานแฟร์ต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง จากนั้นในเฟสต่อไปจะดึงดูดผู้ประกอบการจากฝรั่งเศสเข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งมองว่า จะอยู่ในเขตภาคเหนือที่มีความพร้อมทั้งธรรมชาติ เศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและพัฒนา และบุคลากร โดยหวังให้เขียนรายเป็นศูนย์กลาง"



● สานิตย์ กับพลา idea

: เอกชนร่วมมือ รัฐร่วมใจ

ด้าน เมือง-สุค อองเซล ประธานและผู้ก่อตั้งคอสเมติก วล์เลย์จากสาธารณรัฐฝรั่งเศส กล่าวว่า แม้ยังไม่รู้จักอุตสาหกรรมน้ำหอมและเครื่องสำอางของไทยในเชิงลึกนัก แต่ผู้ประกอบการที่เป็นเครือข่ายของคอสเมติก วล์เลย์ จำนวนไม่น้อยขยายธุรกิจเข้ามาในไทย เนื่องจากมองว่าเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและมีความน่าสนใจ

"ฝรั่งเศสและไทยมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องโครงสร้าง ไม่ว่าจะเป็น ขนาดประเทศ จำนวนประชากร รวมถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กรัฐบาลสองประเทศต่างสนับสนุนให้เดินอย่างแข็งแกร่ง เกิดเป็นโอกาสที่จะได้ทำงานร่วมกัน"

แต่การจะเป็นคอสเมติก วล์เลย์นั้น อองเซล

มองว่า ต้องมี 2 ปัจจัยสำคัญคือ ภาคเอกชนและภาครัฐ เนื่องจากคลัสเตอร์เกิดจากความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำหอมและเครื่องสำอางในฝรั่งเศส ที่อยากรู้จักและทำงานร่วมกัน บริษัทต่างๆ จึงต้องร่วมแรงร่วมใจทำงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ในขณะที่เดียวกัน รัฐบาลฝรั่งเศสก็มีแผนยุทธศาสตร์ที่จะผลักดันให้เกิดการวิจัยและพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชนเพื่อสร้างนวัตกรรมเครื่องสำอาง ทั้งสองภาคส่วนจึงต้องเดินไปด้วยกันจึงจะประสบความสำเร็จ

แม้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะรายเล็กๆ อาจยังกลัวที่จะเดินหน้าทำงานวิจัยสร้างนวัตกรรมหรือแบรนด์ของตนเอง ผู้ก่อตั้งคอสเมติก วล์เลย์ของฝรั่งเศสชี้ว่า แม้เป็นรายเล็ก ทุนน้อยก็มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้ หากสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นขึ้นมากพอให้ผู้ใช้เหมือนอีกหลายแบรนด์ในฝรั่งเศสที่เริ่มมาจากบริษัทเล็กๆ เช่น Caudalie ทุกผลิตภัณฑ์ทำมาจากองุ่น หรือ Nuxe ที่เริ่มจากห้องแล็บสกินแคร์ขนาดเล็กในปารีส ก่อนที่จะพบจุดเด่นด้วยสารสกัดธรรมชาติและความมหัศจรรย์ สู่แบรนด์ที่ผู้หญิงทุกคนต้องมีติดบ้าน

หากผู้ประกอบการไทยสามารถสร้างแบรนด์เครื่องสำอางที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และมีจุดเด่นที่แตกต่างในตลาด โอกาสสำเร็จอยู่ไม่ไกล

