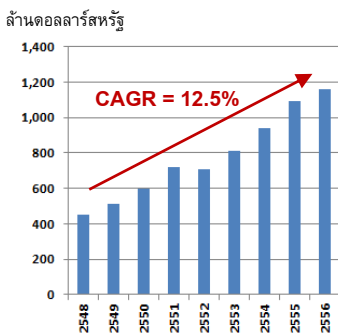


เก็บตกจากต่างแดน

Global Trend ที่เกี่ยวข้องกับอาหารสัตว์เลี้ยง

มูลค่าส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยง
ของไทยระหว่างปี 2548-2556

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

แม้อาหารสัตว์เลี้ยงจะไม่ใช่สินค้าส่งออกหลักของไทยที่ทุกคนต้องนึกถึงอย่างข้าว ยางพารา หรือสินค้ามูลค่าสูงที่เป็นตัวขับเคลื่อนการส่งออกของไทยอย่างยานยนต์และชิ้นส่วน เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า แต่อาหารสัตว์เลี้ยงก็เป็นสินค้าส่งออกสำคัญที่สร้างรายได้เข้าประเทศด้วยมูลค่าเกือบ 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2556 และที่สำคัญมูลค่าส่งออกขยายตัวในระดับสองหลักอย่างต่อเนื่องเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 12.5 ต่อปี ในช่วงระหว่างปี 2548-2556 (ยกเว้นปี 2552 ที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจโลก) นอกจากนี้ ไทยยังเป็นผู้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงรายใหญ่อันดับ 7 ของโลก ที่มีสัดส่วนส่งออกเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.8 ของมูลค่าส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงทั้งหมดของโลกในปี 2551 เป็นร้อยละ 4.4 ในปี 2556 อาหารสัตว์เลี้ยงซึ่งไทยมีศักยภาพในการส่งออกจึงนับเป็นอีกหนึ่งสินค้าที่น่าสนใจ

“เก็บตกจากต่างแดน” ฉบับนี้ จึงรวบรวมเกร็ดความรู้และข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวโน้มของการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงและการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงของผู้บริโภคทั่วโลก รวมถึงแนวโน้มเกี่ยวกับบรรพบุรุษอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

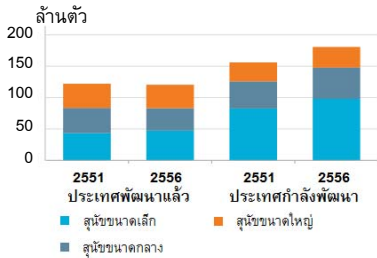
แนวโน้มเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์เลี้ยง

ลักษณะของประชากรมีผลต่อการเลี้ยงสัตว์เลี้ยง

โครงสร้างและลักษณะของประชากรที่เปลี่ยนไป ส่งผลต่อความนิยมและพฤติกรรมในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของผู้คน อาทิ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในหลายประเทศทั่วโลก และการที่อัตราการเกิดของประชากรมีแนวโน้มลดลง เพราะประชากรแต่งงานช้าลง และมีแนวโน้มอยู่เป็นโสดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ครอบครัวมีขนาดเล็กลง จึงมีความต้องการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไว้คลายเหงาเพิ่มขึ้น ขณะที่การขยายตัวของเมืองทำให้ขนาดของพื้นที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มลดลง หลายครอบครัวเริ่มมีพื้นที่ใช้สอยจำกัด ทั้งภายในบ้านและ

นอกตัวบ้าน จึงต้องเลือกเลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่มีขนาดเล็กหรือจำกัดจำนวนของสัตว์ที่เลี้ยง เพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่ของบ้าน

ประชากรสุนัข แบ่งตามขนาด และกลุ่มประเทศ ในปี 2551 และปี 2556



ที่มา : Euromonitor

ประชากรแต่ละภูมิภาคมีความนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงต่างกัน

ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาอย่างภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ลาตินอเมริกา และยุโรปตะวันออก มีการขยายตัวของจำนวนสัตว์เลี้ยงสูงกว่ากลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างยุโรปตะวันตก และอเมริกาเหนือ กล่าวคือ จำนวนสุนัขและแมวในประเทศกำลังพัฒนามีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2 ต่อปี ในช่วงระหว่างปี 2551-2556 ขณะที่จำนวนสุนัขและแมวในประเทศพัฒนาแล้วลดลงเล็กน้อยในช่วงเดียวกัน อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้จำนวนสุนัขและแมวทั้งหมดในประเทศพัฒนาแล้วจะลดลง แต่จำนวนสุนัขสายพันธุ์ขนาดเล็กที่ประชากรในประเทศพัฒนาแล้วเลี้ยงไว้กลับเพิ่มขึ้น

เจ้าของสัตว์เลี้ยงปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงของตนเสมือนสมาชิกในครอบครัว

การที่เจ้าของสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้ว อยู่อาศัยเพียงลำพังและเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไว้คลายเหงา ทำให้เจ้าของใส่ใจและให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงของตนเสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัว เจ้าของสัตว์เลี้ยงเหล่านี้มักเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างดีแก่สัตว์เลี้ยงของตน เพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่ว่าจะเป็นอาหารสัตว์เลี้ยงคุณภาพสูง อาหารเสริมสำหรับสัตว์เลี้ยง ของเล่น รวมถึงเสื้อผ้าและเครื่องประดับต่างๆ อาทิ ชุดชานตาคลอสสำหรับสัตว์เลี้ยง เสื้อผ้าแบรนด์ดังสำหรับสัตว์เลี้ยง

การเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยง

อาหารสัตว์เลี้ยงชนิดแห้งเป็นที่นิยมมากกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก

โดยรวมแล้วอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดแห้งยังคงได้รับความนิยมมากกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก เนื่องจากมีราคาต่อหน่วยและคุ้มค่า สะดวกในการเก็บรักษา และเมื่อเปิดแล้วสามารถเก็บไว้ได้นานกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก ด้วยคุณสมบัติเหล่านี้ทำให้อาหารสัตว์เลี้ยงชนิดแห้งมักมีขนาดจำหน่ายใหญ่กว่าชนิดเปียก ซึ่งก็เป็นข้อดีที่ช่วยให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงประหยัดทั้งเงินและเวลาในการออกไปซื้ออาหารสัตว์เลี้ยง ขณะที่อาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียกจัดเป็นอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีเกรดสูงกว่าเมื่อเทียบกับอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดแห้ง แต่ก็มีราคาแพงกว่าด้วยเช่นกัน

เจ้าของสุนัขนิยมซื้ออาหารสุนัขชนิดแห้งในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่

เมื่อพิจารณาชนิดของสัตว์เลี้ยงกับชนิดของอาหารที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงนิยมซื้อ พบว่าเจ้าของสุนัขส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสุนัขของตนด้วยอาหารสุนัขชนิดแห้ง สังเกตจากปริมาณจำหน่ายอาหารสุนัขชนิดแห้งที่มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 80 ของอาหารสุนัขทั้งหมดที่จำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารสุนัขที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ สำหรับขนาดซึ่งเป็นที่นิยมมากที่สุด คือ ถุงพลาสติกขนาด 1,001-2,000 กรัม และถุงกระดาษขนาด 2,001-4,999 กรัม ทั้งนี้ เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีส่วนช่วยให้อาหารสุนัขในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่เป็นที่นิยม เนื่องจากมีราคาต่อหน่วยถูกกว่า นอกจากนี้ ยังพบว่าอาหารสุนัขชนิดแห้งมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศกำลังพัฒนาอย่างเม็กซิโกและรัสเซีย สังเกตจากอัตราการขยายตัวของบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร

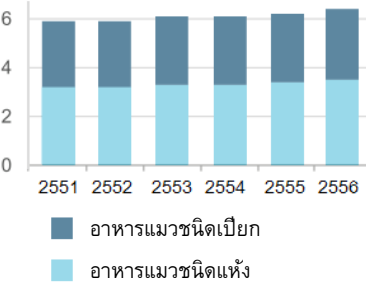
ปริมาณจำหน่ายอาหารสุนัขทั่วโลก แบ่งตามชนิด ระหว่างปี 2551-2556



ที่มา : Euromonitor

สุนัขชนิดหนึ่งคาดว่าจะมีอัตราขยายตัวเฉลี่ยในช่วงระหว่างปี 2556-2561 เป็น 2 เท่าของสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดที่มีปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารสุนัขชนิดหนึ่งมากที่สุด ขณะที่เยอรมนีเป็นประเทศที่ตลาดอาหารสุนัขชนิดหนึ่งกำลังหดตัว เพราะเริ่มถูกแทนที่ด้วยอาหารสุนัขชนิดเปียก ซึ่งมีภาพลักษณ์ว่าเป็นอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติมากกว่าอาหารสุนัขชนิดหนึ่ง

ปริมาณจำหน่ายอาหารแมวทั่วโลก แบ่งตามชนิด ระหว่างปี 2551-2556 ล้านตัน



ที่มา : Euromonitor

เจ้าของแมวนิยมซื้ออาหารชนิดเปียกมากกว่าเจ้าของสุนัข

สำหรับอาหารแมว พบว่าเจ้าของแมวนิยมเลี้ยงแมวของตนด้วยอาหารแมวชนิดหนึ่งและชนิดเปียกในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันนัก แต่ก็นับว่าอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียกเป็นที่นิยมในหมู่เจ้าของแมวมากกว่าเจ้าของสุนัข ทั้งนี้ การที่แมวรับประทานอาหารน้อยกว่าสุนัข ทำให้อาหารแมวชนิดเปียกที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กพอดีสำหรับรับประทาน 1 ครั้งได้รับความนิยมในหมู่เจ้าของแมว

แนวโน้มเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง

อาหารสุนัขและอาหารแมวบรรจุกระป๋องมีจำนวนชิ้นที่จำหน่ายสูงสุด

จากข้อมูลในปี 2556 อาหารสุนัขและอาหารแมวที่จำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีกทั่วโลก มีจำนวนทั้งสิ้น 41 พันล้านชิ้น แบ่งเป็นอาหารสุนัขราว 15 พันล้านชิ้น และอาหารแมวราว 26 พันล้านชิ้น ในจำนวนดังกล่าวเป็นอาหารเปียกถึง 30 พันล้านชิ้น ซึ่งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและอาหารแมวชนิดเปียกที่มีจำนวนจำหน่ายสูงสุด ได้แก่ อาหารบรรจุกระป๋องที่มีปริมาณราว 15 พันล้านชิ้น ตามด้วยถุง Pouch ราว 12 พันล้านชิ้น อย่างไรก็ตาม อาหารสุนัขและอาหารแมวที่บรรจุในถุง Pouch มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากกว่าอาหารสุนัขและอาหารแมวที่บรรจุกระป๋อง

ขนาดของอาหารแมวชนิดเปียก บรรจุถุง Pouch ที่จำหน่ายในปี 2556



0-50 กรัม
55-80 กรัม
85 กรัม
90-100 กรัม
ขนาดอื่นๆ

ที่มา : Euromonitor

อาหารสัตว์เลี้ยงที่บรรจุในถุง Pouch ขนาดเล็กกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น

ปัจจุบันอาหารสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะอาหารแมว ชนิดเปียกที่บรรจุในถุง Pouch กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในถุง Pouch ขนาดเล็กสำหรับรับประทานมือเดียว (มีน้ำหนักระหว่าง 51-100 กรัม) ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เก็บรักษาได้สะดวก ไม่เปลืองพื้นที่ อีกทั้งยังเปิดได้ง่าย จึงสะดวกสำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มีเวลาน้อย ประกอบกับอาหารในถุง Pouch มีปริมาณที่แน่นอน เจ้าของสัตว์เลี้ยงจึงสามารถเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงที่ขนาดพอดีสำหรับ 1 มือ ซึ่งทำให้มีอาหารเหลือทิ้งน้อยลง และไม่ต้องกังวลกับปัญหาโรคอ้วนของสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ การซื้ออาหารในถุง Pouch ขนาดเล็ก ทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถเลือกซื้ออาหารได้หลากหลายขึ้น เช่น อาจเลือกซื้ออาหารได้หลายรสชาติหรือหลายสูตรขึ้น เพื่อให้สัตว์เลี้ยงของตนได้รับประทานอาหารที่อร่อยและมีคุณค่าหลากหลาย

เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องการซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงในบรรจุภัณฑ์ชนิดที่ปิดผนึกได้หลังจากเปิดใช้แล้ว (Resealable)

ในการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงนั้น สิ่งหนึ่งที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องการก็คือ หากอาหารที่ซื้อมายังไม่หมด บรรจุภัณฑ์ของอาหารสัตว์เลี้ยงก็ควรจะสามารถปิดผนึกได้อีกครั้ง เพื่อรักษาความสดใหม่และความสะอาดของอาหารสัตว์เลี้ยง ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่เจ้าของ

สัตว์เลี้ยงในการเก็บรักษาอาหารดังกล่าว ทั้งนี้ บรรจุกฎณ์ที่ปิดผนึกได้หลังเปิดใช้ชนิดซึ่งเป็นที่ยอมรับมากที่สุด คือ บรรจุกฎณ์แบบกดปิด (Zip/Press Closures) ที่มักมาพร้อมถุง Pouch ซึ่งนอกจากจะมีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังจัดเป็นบรรจุกฎณ์ที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ (User-friendly) โดยเฉพาะเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เป็นผู้สูงอายุ เพราะสามารถเปิดปิดได้ง่ายกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงที่บรรจุในกระป๋องโลหะ

ผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญมากขึ้นกับบรรจุกฎณ์

การที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงของตนมาก จึงยินดีที่จะซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงที่มีราคาแพงขึ้น หากมั่นใจว่าอาหารดังกล่าวจะเป็นประโยชน์และช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยงของตน ผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงจึงพยายามออกแบบบรรจุกฎณ์ที่ดึงดูดความสนใจ ให้ข้อมูลที่สำคัญ ตลอดจนเน้นจุดเด่นหรือความพิเศษของสินค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของเจ้าของสัตว์เลี้ยง อาทิ การปรับปรุงบรรจุกฎณ์ใหม่เพื่อเน้นว่าผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติทั้งหมด ซึ่งอาจรวมถึงการใช้สีเขียวหรือรูปภาพที่แสดงถึงธรรมชาติ การเน้นว่าผลิตจากวัตถุดิบชั้นดี เช่น ปลาแซลมอน รวมถึงการเน้นที่สารอาหารสำคัญหรือคุณสมบัติพิเศษของอาหาร เช่น เป็นอาหารที่มีกรดโฟลิก (Folic Acid) สูง หรือมีแคลอรีต่ำ

ตัวอย่างบรรจุกฎณ์อาหารสัตว์เลี้ยง

“ใช้ปลาแซลมอนเป็นวัตถุดิบ”

“มีสารอาหารครบถ้วน”

“ให้พลังงานต่ำเหมาะสำหรับสุนัขที่มีปัญหาน้ำหนักเกิน”



หมายเหตุ : ภาพประกอบจาก www.brit-petfood.com, www.petsmart.com และ www.petco.com

ทั้งนี้ เกร็ดน่ารู้และแนวโน้มเกี่ยวกับอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลก คาดว่าจะเป็นประโยชน์และเพิ่มโอกาสในการส่งออกให้แก่ผู้ส่งออกไทยในระยะถัดไป จากการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตน ทั้งในส่วนของการอาหารสัตว์เลี้ยง และ/หรือบรรจุกฎณ์สำหรับอาหารสัตว์เลี้ยง

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด