



1. ยอดขายอาหารสัตว์เลี้ยงในเยอรมันขยายตัวต่อเนื่อง

อุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงในเยอรมนียังคงมีการขยายตัวในเชิงบวก จากการสำรวจล่าสุดพบว่าชาวเยอรมันนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไว้ที่บ้านเพิ่มขึ้น เนื่องจากวัฒนธรรมและวิถีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แม้ว่าปัจจุบันยุโรปจะยังคงประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจการค้าสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงในเยอรมนีได้รับผลกระทบในระดับน้อยมาก เพราะชาวเยอรมันยังคงมีความพร้อมและสามารถจ่ายเงินเพื่อการดูแลและเลี้ยงดูสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น โดยรักและเลี้ยงดูสัตว์เลี้ยงเหมือนประหนึ่งสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเป็นอย่างดี

ในช่วงปี 2558 ที่ผ่านมา ยอดขายสินค้าอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงเกือบทุกประเภท (ยกเว้น อาหารสำหรับนก) ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยเฉพาะสินค้าอาหารสุนัขที่สามารถทำยอดขายเพิ่มขึ้นสูงสุดที่ร้อยละ 4.6 รวมมูลค่า 1,323 ล้านยูโร ในขณะที่อาหารแมวทำยอดขายเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 2.6 คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้นกว่า 1,610 ล้านยูโร อาหารสัตว์ที่เป็นที่นิยมในเยอรมนีสามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ อาหารประเภทเปียก อาหารประเภทแห้ง และ ขนมขบเคี้ยว หรือ snacks

เยอรมนีนำเข้าสินค้าอาหารสัตว์ (รหัส HS Code 2309 Animal Feed Preparatn) ในปี 2558 รวมมูลค่าทั้งสิ้น 1,749.98 ล้านเหรียญสหรัฐ จากข้อมูลสถิติพบว่า ประเทศที่เยอรมนีนำเข้ามากที่สุด 10 อันดับแรกนั้น เป็นประเทศในแถบยุโรปทั้งสิ้น ยกเว้นไทย โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 9 ของเยอรมนี (ขยับตัวจากอันดับที่ 12 เมื่อปี 2557) มีมูลค่าการส่งออกในปี 2558 รวมทั้งสิ้น 32.14 ล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่ยักษ์ใหญ่อย่างจีน มีมูลค่าการส่งมายังเยอรมันลดลงถึงร้อยละ 15.02

เจ้าของสัตว์เลี้ยงเพิ่มความใส่ใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงของตนมากยิ่งขึ้น โดยมีการคำนึงถึงสถานะสิ่งแวดล้อมที่ตีควบคู่ด้วย ดังนั้น อาหารสัตว์ที่มีสารอาหารครบถ้วน โดยไม่มีสารเคมีเจือปน อาหารสัตว์ออร์แกนิก และอาหารสัตว์มังสวิรัต จึงเป็นสินค้าที่มีแนวโน้มขยายตัว แนวโน้มสินค้าอาหารสัตว์ในปีนี้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ การใช้วัตถุดิบและสารปรุงแต่งที่เป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะในสินค้าประเภทพรีเมียมและสินค้าของเล่น โดยเน้นคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า เช่น สินค้าขนมขบเคี้ยว (snacks) ที่นอกจากต้องมีคุณสมบัติทางโภชนาการแล้ว ยังต้องมีฟังก์ชันการทำงานที่เพิ่มขึ้นด้วย เช่น สามารถขัดฟันให้สัตว์เลี้ยงไปในตัวด้วย เป็นต้น





สรุปและข้อเสนอแนะ

แม้ว่าตลาดสัตว์เลี้ยงจะเป็นตลาดที่ใหญ่และมีศักยภาพเพิ่มสูงขึ้น แต่ก็มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ฉะนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยงควรมีการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมและตลาดที่เปลี่ยนไป พร้อมทั้งควรติดตามแนวโน้มและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญทั้งในด้านของส่วนประกอบ คุณภาพของวัตถุดิบ จนถึง ความชัดเจนของฉลากสินค้า (โดยเฉพาะสำหรับอาหารสัตว์ที่มีการให้ความสำคัญเช่นเดียวกับอาหารสำหรับคน) ทั้งนี้ นอกจากคุณภาพแล้ว ปัจจัยทางด้านราคา ยังคงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ของชาวเยอรมันเช่นกัน ดังนั้น สินค้าที่มีคุณภาพก็ควรจะมีราคาที่เหมาะสมเช่นเดียวกัน

ส่วนในเรื่องของลิขสิทธิ์สินค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ผู้ประกอบการไทยควรทำการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ให้ถูกต้อง เนื่องจากธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงกำลังเติบโตทำให้ผู้ประกอบการหลายรายขยายตลาดและมีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ต้องการเข้ามาในตลาดมากขึ้น จึงทำให้เกิดปัญหาการละเมิด ลิขสิทธิ์อยู่บ่อยครั้ง ดังนั้นจึงควรมีการป้องกันและเตรียมแผนในการแก้ไขปัญหาในด้านนี้ให้ดี

2. สวิส มีศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจแข็งแกร่งอันดับ 2 ของโลก

สวิตเซอร์แลนด์เป็นศูนย์กลางการเงินและผู้นำระดับโลกด้านเวชกรรม เกษัตริกรรม เครื่องจักร นาฬิกาและเทคโนโลยี/นวัตกรรมลำดับหนึ่งของโลก โดยเฉพาะด้านพลังงาน สิ่งแวดล้อมและผู้สูงอายุ นอกจากนี้ สวิสยังเป็น supplier ให้แก่อุตสาหกรรมต่างๆ เช่น เคมี การแพทย์ นาฬิกา และเครื่องจักรกล เหตุผลก็เนื่องมาจากอุตสาหกรรมของสวิสใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เครื่องจักรที่ผลิตจากสวิสถือว่าดีที่สุดในโลก ปัจจัยสำคัญดังกล่าว ส่งผลให้สวิสได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่มีศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งสูงสุดอันดับที่ 2 จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ Lausanne Centre for Global Competitiveness (WCC) โดยอันดับที่ 1 คือฮ่องกง ส่วนอันดับที่ 3 คือ ทั้งนี้การจัดอันดับดังกล่าวมีเกณฑ์ชี้วัดจาก 342 ปัจจัยด้วยกัน ยกตัวอย่างเช่น ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพของรัฐบาลและเศรษฐกิจ รวมไปถึงกิจกรรมเพื่อโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม ซึ่งเป็นการนำประเทศผู้นำทางด้านเศรษฐกิจของโลก 61 ประเทศมาเปรียบเทียบเพื่อจัดลำดับดังกล่าว



ที่มา: www.swissinfo.ch วันที่ 31 พฤษภาคม 2559

สรุปและข้อเสนอแนะ

แม้ว่าสวิสจะเป็นเพียงประเทศขนาดเล็ก แต่ก็เป็ตลาดที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากเป็นประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่งคั่ง ถึงแม้ว่าในปีที่ผ่านมาสวิสจะประสบกับปัญหาการแข่งขันของค่าเงินฟรังก์สวิส และการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก แต่ก็ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า สวิสสามารถต่อสู้และผ่านพ้นจากวิกฤตนั้นได้ ซึ่งสามารถยืนยันได้จาก การคว่ำประเทศที่มีศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งอันดับสูงสุดในโลกเป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน

3. เศรษฐกิจเยอรมนีขยายตัว 2 เท่า

แม้ว่าในช่วงภาวะเศรษฐกิจในสหภาพยุโรปประสบปัญหา เช่น วิกฤติยูโรโซน หรือในภาวะการส่งออกไทย ประสบปัญหาการส่งออกชะลอตัวเนื่องด้วยปัญหาเศรษฐกิจโลก โดยในรอบ 4 เดือนแรกของปี 2559 การส่งออกของไทยโดยภาพรวมลดลงร้อยละ 1.24 แต่ในการทางตรงกันข้าม การส่งออกของไทยไปยังเยอรมันได้ค่อย ๆ พ้นและขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยมีมูลค่าการส่งออก รวมทั้งสิ้น 1,477.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.18 ปัจจัยสำคัญเนื่องมาจากการลงทุนที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นและผู้บริโภคชาวเยอรมันมีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้เศรษฐกิจของเยอรมันในช่วงไตรมาสแรกของปี 2559 แข็งแกร่งและขยายตัวมากที่สุดในรอบสองปีที่ผ่านมา



แม้จะมีการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกแต่ GDP ของไตรมาสแรกได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 0.7 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ปัจจัยสำคัญเนื่องมาจากการบริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัวร้อยละ 0.4 และการบริโภคภาครัฐที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 เนื่องมาจากการใช้จ่ายของภาครัฐในการช่วยเหลือผู้ลี้ภัย เช่น การสร้างบ้านพักเพื่อรองรับผู้ลี้ภัย ได้ส่งผลให้การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมการก่อสร้างขยายตัวร้อยละ 2.3 โดยผู้ประกอบการเพิ่มการลงทุนในการซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การก่อสร้างถึงร้อยละ 1.9 ปัจจัยดังกล่าวได้ส่งผลให้ภาคนำเข้าของเยอรมันขยายตัวร้อยละ 1.4 ซึ่งสูงกว่ายอดการส่งออกถึงร้อยละ 1.0 ส่วนสาเหตุหลักที่ทำให้ยอดการส่งออกลดลงก็คือ ยอดนำเข้าและความต้องการสินค้าที่ลดลงของประเทศเกิดใหม่ขนาดใหญ่เช่น จีน บราซิล และรัสเซีย รัฐบาลเยอรมันและธนาคารกลางเยอรมันคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจโดยรวมของปีนี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7

ที่มา: Frankfurter Allgemeine Zeitung วันที่ 2 มิถุนายน 2559

สรุปและข้อเสนอแนะ

ภายใต้ปัจจัยภายในที่ค่อนข้างบวก เยอรมนีกำลังเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงจากภายนอกหลายประการ เช่น การชะลอตัวหรือหดตัวของเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจใหม่ที่เป็นคู่ค้าสำคัญของเยอรมนี เช่น จีน รัสเซีย และบราซิล ในขณะที่รัฐบาลเยอรมนียังคงต้องรับมือกับภัยธรรมชาติและผู้ก่อการร้ายในการแก้ปัญหาระดับอียู และเผชิญกับแรงเสียดทานจากประเทศสมาชิกอียูอื่น ๆ ทั้งในการแก้ปัญหาวิกฤตผู้อพยพ (แรงดันจากโปแลนด์ กลุ่มประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต

ยุโรปตะวันออก) ข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการปฏิรูปของสหราชอาณาจักร และการแก้ปัญหาเศรษฐกิจในยุโรป (แรงต้านจาก อิตาลี ฝรั่งเศส และกรีซ) ทำให้ผู้นำเยอรมนีอาจต้องหันไปให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงจากภายนอกมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในภาพรวม เยอรมนียังคงเป็นตลาดสินค้าและบริการที่ใหญ่ที่สุดและเป็นผู้ขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของอียู โดยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดในบรรดาประเทศกลุ่มยูโรที่ไม่ผ่านวิกฤตและมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงต่อเนื่อง ทำให้คาดการณ์ว่า นักลงทุนเยอรมนียังมีศักยภาพในการขยายการลงทุนในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และในขณะเดียวกัน เยอรมนียังจะยังคงมีความน่าสนใจมากขึ้นในฐานะฐานการลงทุนของไทยในอียู ด้วยตลาดที่เจริญเติบโตได้ดีต่อเนื่อง การบริโภคที่ขยายตัวดี และทำเลที่ตั้งที่อยู่ศูนย์กลางของสหภาพยุโรป