



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

วันที่ 11 - 15 ธันวาคม 2560

กลุ่ม Millennials เป็นกำลังซื้อสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ



“กลุ่มผู้บริโภค Millennials ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงสูงสุดเมื่อเทียบกับประชากรกลุ่มอื่น”

เนื้อหาสาระข่าว: เนื้อหาบางส่วนจากบทความทางอินเทอร์เน็ตโดย Ms. Ashley Hoffman ระบุว่า เจ้าของสัตว์เลี้ยงกลุ่ม Millennials เป็นกลุ่มประชากรที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงและของใช้สัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญมากที่สุดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้นิยมเลี้ยงสัตว์และมีสัดส่วนสัตว์เลี้ยงสูงสุดเมื่อเทียบกับประชากรกลุ่มอื่นในสหรัฐฯ อีกทั้ง ประชากรกลุ่มดังกล่าวยังมีกำลังซื้อสูงที่สุดในปัจจุบัน จึงทำให้ประชากรกลุ่มดังกล่าวมีอิทธิพลสำคัญในการกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

ข้อมูลการสำรวจสถิติการใช้จ่ายผู้บริโภคกระทรวงแรงงานสหรัฐฯ (The U.S. Bureau of Labor Statistics Consumer Expenditure Survey) พบว่า ในช่วงระหว่างปี 2557 – 2559 ประชากรกลุ่ม Millennials ที่เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ มีแนวโน้มใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.6 หรือหากคิดเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 32

1

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ทั้งนี้ หากคิดเป็นมูลค่ารวมของทั้งกลุ่มประชากร Millennials มียอดใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงน้อยกว่าประชากรกลุ่มอื่นคิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยทั้งสิ้น 376.60 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 12,800 บาท) ต่อคนต่อปี ในขณะที่ประชากรกลุ่ม Baby Boomer มียอดใช้จ่ายคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 667.12 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 22,700 บาท) ต่อคนต่อปี และประชากรกลุ่ม Generation X มียอดใช้จ่ายคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 541.95 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 18,000 บาท) ต่อคนต่อปี

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ายอดใช้จ่ายสำหรับสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของกลุ่มประชากร Millennials จะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 32 แต่พบว่าประชากรกลุ่ม Baby Boomer และกลุ่ม Generation X มียอดใช้จ่ายสำหรับสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงลดลงร้อยละ 23.4 และ 5.5 ตามลำดับ ส่งผลทำให้โดยรวมแล้วอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ ปรับตัวลดลงร้อยละ 10 ในปี 2559 ทั้งนี้ Mr. John Gibbon ตัวแทน PetBusinessProfessor.com กล่าวว่า ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะตอบสนองและเลือกซื้อสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงแบบใหม่มากกว่าประชากรกลุ่มอื่นในตลาด

เจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญเลือกซื้อสินค้าคุณภาพมากขึ้น

ข้อมูลจาก Package Facts แสดงให้เห็นว่ากลุ่มประชากร Millennials สนใจเลือกซื้อสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงประเภทใหม่ ๆ เช่น อาหารไม่ปรุงสุก (Raw Pet Food) หรืออาหารสัตว์เลี้ยงที่ให้ประโยชน์ต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยงมากกว่าประชากรกลุ่มอื่น ทั้งนี้ยังพบว่า กลุ่มประชากรดังกล่าวให้ความสำคัญและพิถีพิถันกับการเลือกซื้อสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงมากเป็นพิเศษ อีกทั้ง ยังเน้นที่จะเลือกซื้อเฉพาะสินค้าคุณภาพสูงที่มีราคาสมเหตุสมผลเป็นหลัก

นอกจากนี้ ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวยังให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงด้วย โดยวัตถุดิบที่เลือกใช้จะต้องเป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทผู้ผลิตเองยังจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ด้วย

ประเด็นด้านความโปร่งใสของกิจการถือเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้น ๆ สำหรับผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่ม Millennials ที่ปัจจุบันมีอิทธิพลและอำนาจการซื้อมากในตลาด โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อและไม่ชอบการโฆษณาชวนเชื่อหรือการถูกหลอกลวงโดยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์สินค้าที่มีความจริงใจเท่านั้น

2

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ปัจจัยด้านความโปร่งใสสำคัญต่อประชากรกลุ่ม Millennials

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงจะต้องดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส จริงใจ และตรวจสอบทั้งระบบตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต และการขายในทุกสายผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ไม่เฉพาะเพียงรายสินค้าใดสินค้าหนึ่งเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านความจริงใจและรับผิดชอบต่อสังคมอาจจะไม่เพียงพอในการเอาชนะใจกลุ่มผู้บริโภค Millennials แล้วในอนาคต ผู้ประกอบการยังควรที่จะสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อสร้างความมั่นใจและนำไปสู่ความภักดีต่อแบรนด์สินค้าในอนาคต

ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่ม Millennials ขึ้นชื่อว่าเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจและมักจะศึกษาหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อมากกว่าประชากรกลุ่มอื่น ๆ ดังนั้น จึงทำให้ประชากรกลุ่มนี้สามารถแยกแยะได้ว่าแบรนด์ใดมีความโปร่งใสจริงใจในการดำเนินธุรกิจและมักจะเลือกซื้อสินค้าและบริการจากแบรนด์นั้น

บทวิเคราะห์: ผู้บริโภคในตลาดโดยเฉพาะกลุ่ม Millennials ให้ความสำคัญและนิยมใช้จ่ายเพื่อเลือกซื้อสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงทั้งอาหารและของใช้เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปัจจุบัน จนทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นในตลาดเล็งเห็นโอกาสและตัดสินใจเข้าสู่ตลาดโดยการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงขึ้น เช่น บริษัท IKEA ผู้จำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านรายใหญ่ และบริษัท Amazon ผู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์รายใหญ่ของสหรัฐฯ ที่เพิ่งเปิดตัวสายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเมื่อไม่นานมานี้

ทั้งนี้ แม้ว่าในปี 2559 อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ จะปรับตัวลดลงร้อยละ 10 แต่พบว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (Compound Average Growth Rate หรือ CAGR) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ในช่วงระหว่างปี 2560 – 2565 โดยคาดว่ามูลค่าตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ จะมีมูลค่าทั้งสิ้น 2.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 8.8 แสนล้านบาท) ในปี 2561 และขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 3.4 หมื่นล้านบาท (ประมาณ 1.16 ล้านล้านบาท) ในปี 2565 ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงที่สำคัญในสหรัฐฯ ได้แก่ บริษัท Mars Inc. บริษัท Nestle Purina Petcare Co. บริษัท The J.M. Smucker Co. และบริษัท Colgate-Palmolive เป็นต้น

ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม – ตุลาคม 2560 สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงทั้งสิ้นประมาณ 2.66 แสนตันคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 665 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 2.26 หมื่นล้านบาท) โดยไทยมีสัดส่วนตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงสูงที่สุดในสหรัฐฯ (ร้อยละ 29.0) คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 193 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

3

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

(ประมาณ 6.5 พันล้านบาท) รองลงมา ได้แก่ แคนาดา (ร้อยละ 28.0) จีน (ร้อยละ 19.7) บราซิล (ร้อยละ 2.6) และเนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 2.5) ตามลำดับ

โดยผู้นำเข้าสินค้าจากไทยที่สำคัญ ได้แก่ บริษัท Weruva International Inc. (รัฐแมสซาชูเซตต์) บริษัท US Pet Nutrition LLC. (รัฐแคลิฟอร์เนีย) บริษัท Whitebridge Pet Brands LLC. (รัฐมิสซูรี) บริษัท Wellpet LLC. (รัฐแมสซาชูเซตต์) บริษัท Pets Global Inc. (รัฐแคลิฟอร์เนีย) และ บริษัท Mars Petcare US (รัฐแคลิฟอร์เนีย) เป็นต้น

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ: ไทยมีความได้เปรียบในการทำตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ เนื่องจากมีวัตถุดิบในการผลิตสินค้าค่อนข้างมากโดยเฉพาะกลุ่มวัตถุดิบที่เหลือจากอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าอาหารทะเล เช่น ปลาทูน่า ปลาซาร์ดีน และปลาแมคเคอเรล เป็นต้น จึงทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง นอกจากนี้ กระแสความกังวลด้านความปลอดภัยและสารปนเปื้อนของสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงจากจีนซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้ไทยสามารถรองตลาดนำเข้าสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ ได้

ทั้งนี้ จากกระแสความนิยมเลี้ยงสัตว์ของกลุ่มประชากร Millennials ในสหรัฐฯ ที่มีจะดูแลสัตว์เลี้ยงคล้ายกับสมาชิกในครอบครัว ทำให้สินค้าของใช้สัตว์เลี้ยงคุณภาพสูงจากไทยน่าจะสามารถทำตลาดผู้บริโภคระดับบนในสหรัฐฯ ได้ โดยสินค้าของใช้สัตว์เลี้ยงศักยภาพของไทย ได้แก่ เสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง ปลอกคอ กรง เบาะนอน ขามสำหรับใส่อาหาร และของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น โดยเฉพาะกลุ่มเสื้อผ้าสัตว์เลี้ยงเนื่องจากปัจจุบันเจ้าของสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ มักจะแต่งตัวสัตว์เลี้ยงให้เข้ากับฤดูกาลและเทศกาลต่าง ๆ เช่น ฮัลโลวีน และคริสต์มาส เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงไทยที่มีศักยภาพและสนใจเจาะตลาดสหรัฐฯ อาจจะพิจารณาเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Global Pet Expo ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ มีกำหนดจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีที่เมือง Orlando รัฐฟลอริดา โดยกำหนดการจัดงานครั้งต่อไประหว่างวันที่ 21 – 23 มีนาคม 2561

ที่มา: สำนักข่าว Pet Food Industry
เรื่อง: “Millennials to the Rescue for Pet Food”
โดย: Debbie Phillips-Donaldson
จัดทำโดย: นายพงษ์ระพี ชื่อสัตย์บุญ
สศต. ไมอามี/วันที่ 15 ธันวาคม 2560

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)