

# รอบรู้เศรษฐกิจ ตามติดตลาดโลก

แหล่งที่มา : หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๕,๘๑๖ วันที่ ๙ มกราคม ๒๕๖๒ หน้า B๑๒

## รอบรู้อาเซียน

### ตลาดสัตว์เลี้ยงในจีน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ ชี้แนวโน้มโอกาสสินค้าสัตว์เลี้ยงในจีน โดยเฉพาะอาหารแมว หลังชาวจีนหันมาเลี้ยงแมวมากขึ้น เป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่ผลิตอาหารแมวที่ต้องผลิตให้เหมาะกับแมวแต่ละพันธุ์และช่วงอายุของแมว

วารณภรณ์ เกตุทัต รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้ข้อมูลว่า ในปี 2560 ประเทศจีนมีจำนวนสัตว์เลี้ยงถึง 168 ล้านตัว และตลาดสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าสูงถึง 1.47 แสนล้านหยวน โดยในปี 2561 คาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มถึง 167,800 ล้านหยวน และคาดการณ์ว่าตลาดสัตว์เลี้ยงจะขยายตัวกว่าร้อยละ 20 ในอีก 2-3 ปีข้างหน้า ซึ่งสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศจีนคือ แมว

ในปี 2561 ตลาดอาหารแมวขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับปีก่อน และจำนวนผู้ซื้ออาหารแมวที่มีราคาทั่วโลกมีมูลค่า 60 หยวนขึ้นไป เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 68 ซึ่งค่าอาหารแมวถือเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการเลี้ยงแมว คิดเป็นร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงแมวทั้งหมด รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ทำความสะอาดคิดเป็นร้อยละ 16 และของกินเล่นของแมว คิดเป็นร้อยละ 11 กลุ่มคนเลี้ยงแมวร้อยละ 7 เสียค่าอาหารแมวปีละ 1,500 หยวนขึ้นไป โดยผู้เลี้ยงแมวซื้ออาหารแมวมากกว่า 20 ครั้ง/ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12 แปรนดอาหารแมวที่ถือว่ามีคุณภาพดีในตลาดจีนเป็นอาหารแมวนำเข้าเกือบร้อยละ 90 โดยแบรนด์ที่ขายดีที่สุด ได้แก่ แปรนดจากประเทศฝรั่งเศส แคนาดา สหรัฐอเมริกา จีน และไทย



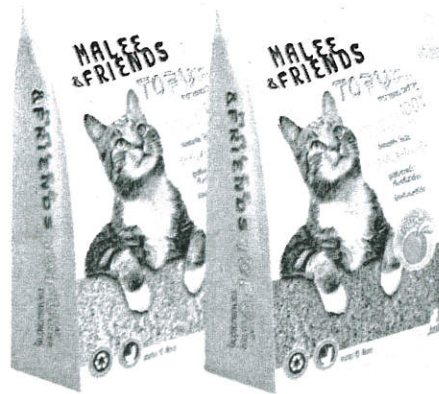
ขณะที่พฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารแมวของชาวจีน จะให้ความสำคัญกับเรื่องรสชาติที่แมวชื่นชอบมากกว่าเรื่องราคา ผู้เลี้ยงแมวมักปรับเปลี่ยนยี่ห้อและรสชาติอาหารอยู่เสมอ ทำให้อาหารแมวที่มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กขายได้ดีที่สุด อาหารแมวที่ผลิตมาเพื่อแมวแต่ละ

# รอบรู้เศรษฐกิจ ตามติดตลาดโลก

แหล่งที่มา : หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๕,๘๑๖ วันที่ ๙ มกราคม ๒๕๖๒ หน้า B๑๒

พันธุ์โดยเฉพาะจะได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากแมวแต่ละพันธุ์ต้องการคุณค่าทางอาหารไม่เหมือนกัน อาหารแมวที่มีประโยชน์ช่วยในการย่อยอาหารสำหรับลูกแมวและลดความอ้วนก็ขายดีไม่แพ้กัน

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมกินเล่นของแมวเองก็ได้รับความนิยม เนื่องจากแมวส่วนใหญ่ไม่ชอบกินน้ำ ทำให้อาหารเสริมแมวแบบเปียกที่



ช่วยไม่ให้แมวเป็นโรคในระบบทางเดินปัสสาวะได้รับความนิยมมากจนมียอดขายในปีนี้อยู่เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า เมื่อเทียบกับ 2 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันอาหารเสริมกินเล่นของแมวในตลาดจีนมีหลากหลายชนิด โดยอายุของผู้เลี้ยงแมวถือเป็นตัวแปรที่ทำให้การเลือกซื้อของกินเล่นของแมวแตกต่างกัน ผู้เลี้ยงแมวที่เกิดระหว่างปี 2523-2532 นิยมซื้อคุกกี้กินเล่นที่ช่วยขัดฟันแมวให้สะอาด ปลาแห้งที่ช่วยเพิ่มแคลเซียมและเนื้อแห้งชิ้นเล็ก แต่ผู้เลี้ยงแมวที่เกิดระหว่างปี 2533-2542 มักนิยมซื้อหญ้าที่ช่วยย่อยอาหารและพุดดิ้งที่ช่วยเพิ่มน้ำ

วรรณภรณ์ กล่าวว่าการที่ชาวจีนนิยมเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น นับเป็นโอกาสดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะศึกษาและพัฒนาสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ไม่ว่าจะเป็นอาหาร อาหารเสริมกินเล่น รวมไปถึงสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในรูปแบบไลฟ์สไตล์ที่ไม่ใช่อาหาร (Non-Food Products) ให้เหมาะกับความต้องการของตลาด คำนึงถึงสุขภาพของสัตว์เลี้ยงและสิ่งที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องการ ซึ่งไทยมีจุดแข็งที่ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบที่ผลิตจากธรรมชาติปลอดภัยและมี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผู้ประกอบการไทย ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยอย่างเอสเอ็มอีและสตาร์ทอัพ จนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ควรสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออก

สำหรับผู้สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th) หรือโทรสายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169 ■