

# รายงานผลการเข้าเยี่ยมชมงานแสดงสินค้า Zoomark 2019

ระหว่างวันที่ ๖ - ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๒

ณ ศูนย์แสดงสินค้า Bologna เมืองโบโลญญา ประเทศอิตาลี

## ๑. ลักษณะและรูปแบบงาน

|                        |   |
|------------------------|---|
| ชื่องานแสดงสินค้า      | Zoomark International 2019                                  |
| ระยะเวลาการจัดงาน      | ๖ - ๙ พฤษภาคม ๒๕๖๒ จัดขึ้น ๒ ปีครั้ง                        |
| สถานที่จัดงาน          | ศูนย์แสดงสินค้า Bologna เมืองโบโลญญา                        |
| ผู้จัดงาน              | BolognaFiere  |
| ประเภทสินค้าที่จัดแสดง | สินค้าอาหาร และไม่ใช่อาหาร สำหรับสัตว์เลี้ยง                |
| พื้นที่จัดแสดง         | ๕๕,๐๐๐ ตารางเมตร ใน ๕ อาคาร ได้แก่ อาคาร ๒๕,๒๖,๒๘,๒๙ และ ๓๐ |

## ๒. ภาพรวมของงาน

งานแสดงสินค้า Zoomark International จัดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ๑๙๘๕ เป็นงานแสดงสินค้าอาหาร และไม่ใช่อาหาร สำหรับสัตว์เลี้ยงที่สำคัญในอิตาลี/ยุโรป ซึ่งมีสินค้าจัดแสดง อาทิ อาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงทุกประเภท เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์ดูแลความสะอาด โดยบริษัท BolognaFiere เป็นผู้จัดงาน จัดขึ้น ๒ ปีครั้ง ในช่วงเดือนพฤษภาคม โดยงานที่จัดขึ้นทุกครั้งจะมีผู้คนจากทั่วโลกเดินทางมาชมงานเป็นจำนวนมาก เพื่อมองหาสินค้า ศึกษาแนวโน้ม และความต้องการของตลาด

โดยงาน Zoomark International 2019 จัดขึ้นเป็นครั้งที่ ๑๘ ซึ่งครั้งนี้ได้มีการขยายพื้นที่จัดแสดงงานเป็น ๕ อาคาร รวมถึงมีการจัดพื้นที่แสดงสินค้าเป็นกลุ่มประเทศ อาทิ จีน (๗๑ คูหา) สหรัฐอเมริกา (๒๕ คูหา) อังกฤษ (๒๔ คูหา) บราซิล (๑ คูหา) แคนาดา (๑๒ คูหา) อินเดีย (๕ คูหา) และสาธารณรัฐเช็ก (๒ คูหา) นอกจากนี้ มีพื้นที่จัดแสดงแนวโน้มสินค้าที่จัดแสดงภายในงาน (New Product Showcase) และพื้นที่ Aqua Project ซึ่งเป็นการจัดแสดงตู้ปลาโดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ และเน้นดีไซน์ที่สวยงาม ซึ่งงานในครั้งนี้นี้ มีจำนวนผู้เข้าร่วมแสดงงานฯ และผู้เข้าชมงานฯ เพิ่มขึ้นจากงานครั้งที่ ๑๗ ดังนี้

๑. ผู้เข้าร่วมแสดงงานฯ มีจำนวน ๗๕๗ ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓ เทียบกับงานปี ๒๐๑๗ แบ่งเป็น จากต่างประเทศ ๕๓๐ ราย จาก ๔๕ ประเทศทั่วโลก อาทิ สหราชอาณาจักร จีน สหรัฐอเมริกา แคนาดา รัสเซีย อินเดีย สาธารณรัฐเช็ก เยอรมนี ตุรกี สาธารณรัฐเบลารุส กรีซ เซอร์เบีย สโลวาเกีย ไทย มาเลเซีย และฝรั่งเศส เป็นต้น

๒. ผู้เข้าชมงานฯ มีจำนวนผู้เข้าชมงานเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ ๒๓ เทียบกับงานครั้งที่ผ่านมา โดยเฉพาะจำนวนผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศ ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๐ จาก ๑๐๐ กว่าประเทศทั่วโลก

## ๓. ผลการเข้าเยี่ยมชมงาน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน ได้เข้าเยี่ยมชมงาน Zoomark International 2019 ซึ่งบรรยากาศภายในงานค่อนข้างคึกคักจากจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคาร ๒๙ และ ๓๐ ซึ่งเป็นอาคารแสดงสินค้าของบริษัทที่สำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงเป็นพื้นที่ที่มีการจัดแสดงแนวโน้มของ

สินค้า และพื้นที่จัดแสดงอ่างน้ำที่เน้นดีไซน์และเทคโนโลยี ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยลูกค้าส่วนใหญ่เปิดโล่ง มีพื้นที่สำหรับเจรจาการค้า (Business matching) จากการสังเกตพบว่าสินค้าอาหารส่วนใหญ่ที่นำมาจัดแสดงมีความหลากหลาย คำนึงถึงสุขภาพของสัตว์เลี้ยงเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังพบว่า Packaging ของสินค้ามีดีไซน์สวยงาม สีสดใส ในส่วนของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ เน้นการ Recycle อาทิ ภาชนะใส่อาหาร/เครื่องดื่ม กล่องบรรจุ ถุง สายคล้องคอ กรง ของเล่น กระเป๋าสะพาย และเบาะนอน เป็นต้น

นอกจากนี้ สศค. มิลาโน ได้เข้าเยี่ยมบริษัทที่ได้รับการสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active ๑ บริษัท ได้แก่ บริษัท Erawan Design Limited Partnership และบริษัทที่เข้าร่วมงานเอง ๑ บริษัท ได้แก่ บริษัท Q-Square Distribution สรุปรายละเอียดดังนี้

๑. บริษัท Erawan Design Limited Partnership ตั้งอยู่ในคูหา C118 อาคาร ๒๕ ซึ่งเป็นบริษัทผลิต/จำหน่าย และส่งออกสินค้าราวกไม้ ขอนไม้ สำหรับประดับตกแต่ง และสินค้าเฟอร์นิเจอร์ทำจากไม้ โดยสินค้าที่นำไปจัดแสดง ได้แก่ ราวกไม้ ขอนไม้ สำหรับประดับตกแต่งตู้ปลา ตู้ไม้ น้ำ และตู้สัตว์เลื้อยคลาน เป็นต้น บริษัทได้รับการสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active เป็นครั้งที่ ๒ โดย Mr.Napas Manosudprasit กล่าวว่า บริษัทเข้าร่วมงาน Zoomark เป็นครั้งแรกเพราะต้องการมองหาลูกค้าอิตาลี/ยุโรป เนื่องจากบริษัทมองว่าตลาดสำหรับสัตว์เลี้ยงในยุโรปมีกำลังซื้อสูง ประกอบกับงาน Zoomark เป็นงานระดับนานาชาติที่มีผู้ซื้อทั้งในอิตาลีและในยุโรปเดินทางเข้าเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก โดยภายในงานสินค้าของบริษัทได้รับความสนใจเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นบริษัทเดียวที่จัดแสดงสินค้าราวกไม้ ขอนไม้ โดยมีลูกค้าที่สนใจกว่า ๓๐ ราย ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าการสั่งซื้อภายใน ๑ ปี กว่า ๑๐๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐฯ ทั้งนี้ ในการจัดงานครั้งต่อไปบริษัทจะพิจารณาเข้าร่วมงานอีกครั้ง

๒. บริษัท O-Square Distribution ตั้งอยู่ในคูหา C14 อาคาร ๒๕ เป็นตัวแทนจำหน่าย และส่งออกสินค้าอาหารสำหรับสุนัขและแมว และผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยง อาทิ ชมพู ครีมนวด บริษัทแจ้งว่าเป็นครั้งแรกที่เข้าร่วมแสดงงานดังกล่าวซึ่งบริษัทต้องการมองหาตัวแทนจำหน่ายในยุโรป ซึ่งตลอดระยะเวลาการเข้าร่วมงานมีลูกค้าสนใจนำเข้า/ส่งผลิต (OEM) อาหารสำหรับสุนัขและแมวจากบริษัทเป็นจำนวนมาก เนื่องจากวัตถุดิบของไทยมีคุณภาพและราคาสามารถแข่งขันได้ในตลาดยุโรป นอกจากนี้ บริษัทแจ้งว่าการเข้าร่วมงาน Zoomark ถือเป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่งในการแนะนำสินค้าให้เป็นที่รู้จักในตลาดยุโรป

#### **๔. สถานการณ์ตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในอิตาลี**

จากรายงานของสมาคมผู้ประกอบการอาหารสินค้าอาหารและสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงแห่งชาติอิตาลี (ASSALCO) แสดงให้เห็นว่าอาหารและ accessories สำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในอิตาลี เนื่องจากจำนวนสัตว์เลี้ยงในประเทศอิตาลีมีทั้งหมดประมาณ ๖๐ ล้านตัว หรือคิดเป็นสัดส่วนของประชากรต่อสัตว์เลี้ยงในอิตาลี เท่ากับ ๑:๑

การจำหน่ายสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง จากการสำรวจในร้านจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงแบบดั้งเดิมและแบบที่มีสาขาในปี ๒๕๖๑ พบว่าแนวโน้มการจำหน่ายสินค้าอาหารสุนัขและแมวยังคงเติบโตในเชิงบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ ๒,๐๘๒ ล้านยูโร หรือเพิ่มขึ้น ๑.๕% หากเทียบกับปีก่อนหน้า โดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะให้ความสำคัญในการเลือกซื้ออาหารสำหรับบำรุงร่างกายสุนัขและแมว สินค้า premium grade และสินค้า portion ขนาดเล็ก ขณะที่การจำหน่าย

อาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงอื่นๆ ในไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ยังคงลดลง มีผลประกอบการ ๑๓ ล้านยูโร โดยสินค้าสำหรับนกมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณ ๓๗.๘% ของมูลค่าทั้งหมด สินค้าสำหรับหนู ๒๙.๘% เต่า ๑๕% และปลา ๑๖.๙% ทั้งนี้ อัตราการเติบโตรายปีของตลาดอาหารสัตว์เลี้ยง ระหว่างปี ๒๕๕๘ - ๒๕๖๑ เติบโตขึ้น ๒.๗% ในด้านมูลค่า และ ๐.๙% ด้านปริมาณ

ช่องทางการจำหน่าย โดยจำหน่ายผ่านไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ และมินิมาร์เก็ต มีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าอาหารสำหรับสุนัขและแมว เท่ากับ ๕๕.๓% ของมูลค่าทั้งหมด และ ๗๒.๗% ในด้านปริมาณ ขณะที่ร้านจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงแบบมีสาขา มีสัดส่วนเท่ากับ ๑๓.๘% ในด้านมูลค่า และ ๘.๙% ในด้านปริมาณ สำหรับการจำหน่ายสินค้าที่ไม่ใช่ของชำ (non-grocery products) ร้านจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงแบบดั้งเดิมเป็นช่องทางจำหน่ายหลัก โดยมีสัดส่วนเท่ากับ ๑๗.๔% ในด้านปริมาณ และ ๓๐.๙% ในด้านมูลค่า

การนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยง ในปี ๒๕๖๑ อิตาลีนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยง (HS code 2309) มีมูลค่ารวม ๙๙๒.๒๖ ล้านยูโร (เพิ่มขึ้น ๗.๑๖%) หรือคิดเป็นปริมาณ ๑๑๐,๑๗๒ ตัน (เพิ่มขึ้น ๓.๘๔%) โดยมีปริมาณการนำเข้ามากที่สุดจากประเทศฝรั่งเศส ๒๖,๓๖๗ ตัน (เพิ่มขึ้น ๐.๗๖%) รองลงมา ได้แก่ สเปน ๑๔,๓๘๐ ตัน (เพิ่มขึ้น ๑๓.๒๔%) เนเธอร์แลนด์ ๑๔,๒๔๖ ตัน (เพิ่มขึ้น ๑๖.๖๕%) เยอรมนี ๑๒,๙๐๔ ตัน (ลดลง ๕.๑๓%) และออสเตรีย ๘,๑๘๕ ตัน (เพิ่มขึ้น ๒.๑๓%) โดยประเทศที่เป็นที่นำจับตามอง ได้แก่ จีน ๑,๙๑๙ ตัน (เพิ่มขึ้น ๓๔๘.๓๖%) ขณะที่การนำเข้าจากประเทศไทยในปี ๒๕๖๑ มูลค่า ๑๐๖.๒๙ ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ลดลง ๖.๖๒%) หรือคิดเป็นปริมาณ ๓.๖๔๗ ตัน (เพิ่มขึ้น ๒.๒๗%)

#### **๕. ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็น**

จากข้อมูลตัวเลขการส่งออกสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยมายังอิตาลีในช่วง ๔ เดือนแรกของปี ๒๕๖๒ พบว่ามีมูลค่าการส่งออก ๔๑.๗ ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ ๒๖.๕๓ โดยสคต. มิลาน พิจารณาเห็นว่าตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงและสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในอิตาลียังสามารถขยายตัวได้อีก โดยผู้ประกอบการไทยควรพัฒนานวัตกรรมสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง ทั้งสินค้าอาหารและไม่ใช่อาหาร ให้มีความหลากหลาย เน้นคุณภาพ และราคาที่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาแนวโน้มสินค้าและความเคลื่อนไหวของตลาดโดยการเข้าร่วมแสดงงาน Zoomark ซึ่งถือเป็นช่องทางที่มีศักยภาพและสำคัญในการทำตลาดในอิตาลีและยุโรป

### รูปภาพบรรยากาศภายในงาน



รูปภาพคูหาของบริษัท

Erawan Design Limited Partnership



รูปภาพคูหาของบริษัท

Q-Square Distribution

