

## กระแสนิยมใหม่ชาวจีนนิยมส่งสัตว์เลี้ยงเข้าฝึกอบรมในโรงเรียน



รายงานธุรกิจสัตว์เลี้ยงของจีนปี 2563 เปิดเผยว่า จำนวนสัตว์เลี้ยงของจีนในปี 2563 มีมากกว่า 100 ล้านตัว เติบโตร้อยละ 1.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม การขยายตัวของกลุ่มผู้สูงอายุและคนโสด ทำให้สัตว์เลี้ยงกลายเป็นส่วนเติมเต็ม ดังนั้น จึงให้ความสนใจและให้ความสำคัญเหมือนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจุบัน การส่งสัตว์เลี้ยงเข้าโรงเรียนกำลังเป็นกระแสนิยมในจีน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้เลี้ยงที่ไม่เคยเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมาก่อน โรงเรียนสัตว์เลี้ยงในเมืองหลิวโจว เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงให้ข้อมูล การฝึกอบรมสัตว์เลี้ยงได้รับความนิยมนอย่างสูง โรงเรียนมีหลักสูตรให้การฝึกอบรม



ด้านพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยงต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 2 รูปแบบ ได้แก่ การฝึกอบรมแบบพื้นฐานและการฝึกอบรมแบบพิเศษ โดยการฝึกอบรมแบบพื้นฐานมักจะแบ่งเป็น การฝึกเข้าห้องน้ำ การฝึกให้สัตว์เลี้ยงเชื่อฟังคำสั่ง การฝึกอบรมทางการเข้าสังคม หนึ่งในหลักสูตรใช้เวลาในการอบรมประมาณ 1 เดือนมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 3,000 หยวน(ประมาณ 15,000 บาท) ส่วนแบบอบรมพิเศษเพิ่มเติม เช่น การฝึกสัตว์เลี้ยงนั่งรถจักรยานไฟฟ้าและการฝึกการแสดง เป็นต้น ราคาการอบรมไม่ต่ำกว่า 1,000 หยวน(ประมาณ 5,000 บาท) ในมุมมองของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ให้สัตว์เลี้ยงเข้าโรงเรียน ส่วนใหญ่มีความวัตถุประสงค์เพื่อให้สัตว์เลี้ยงสามารถเข้าห้องน้ำเอง สามารถเข้าใจคำสั่งง่ายๆ และแก้ไขปรับปรุงลดพฤติกรรมก้าวร้าว ในการทำร้ายคนหรือสัตว์เลี้ยงอื่น เป็นต้น

Ms.Huang Danfeng เจ้าของร้านโรงเรียนสัตว์เลี้ยงดังกล่าวให้ข้อมูลว่า ส่วนใหญ่แล้วการส่งสัตว์เลี้ยงมาฝึกอบรมมักจะเป็นการเข้าฝึกอบรมแบบต่อเนื่อง นอกจากการฝึกอบรมพื้นฐานแล้ว โดยสัตว์เลี้ยง 1 ตัว เจ้าของจะใช้จ่ายประมาณ 20,000-30,000

หยวน (ประมาณ 100,000-150,000 บาท) โดยในแต่ละปีมีสัตว์เลี้ยงเข้าอบรมปีละหลายร้อยตัว

iiMedia Research ที่เป็นองค์กรวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภครายใหญ่ของจีนระบุว่าระหว่างปี 2558-2563 มูลค่าตลาดสัตว์เลี้ยงของจีนมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด คาดการณ์ว่า ปี 2566 มูลค่าของธุรกิจสัตว์เลี้ยงของจีนสูงถึง 592,800 ล้านหยวน (ประมาณ 2,964,000 ล้านบาท)

**ความเห็นสรุป.** ธุรกิจสัตว์เลี้ยงของจีนอยู่ในช่วงเติบโตอย่างก้าวกระโดด เจ้าของสัตว์เลี้ยงกว่า 50 เปอร์เซ็นต์มองสัตว์เลี้ยงเป็นเหมือนคนในครอบครัว มีความสำคัญเป็นที่พึ่งทางอารมณ์ โดยเฉพาะคนที่อยู่อาศัยคนเดียว เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่อยู่กับครอบครัว กลุ่มคนโสด วัยรุ่น หรือคู่ที่แต่งงานแต่ไม่มีลูก ยิ่งให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งกลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ การใช้ชีวิตของชาวจีนดีขึ้นจากการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้เกิดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้าบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง อาทิ โรงเรียนสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์เลี้ยง ขณะเดียวกัน สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เช่น เครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ/สินค้าแฟชั่นสัตว์เลี้ยง อาหารสัตว์เลี้ยง หรือในส่วนของบริการสำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยง อาทิ ร้านอาหารอิมสัตว์เลี้ยง ร้านกาแฟอิมสัตว์เลี้ยง และโรงแรมอิมสัตว์เลี้ยง เป็นต้น แนวโน้มการพัฒนาของธุรกิจสัตว์เลี้ยงของจีนมุ่งไปสู่ Niche market มากขึ้น

ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงของไทยที่มีจำหน่ายในตลาดจีนทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น อาหารแมว อาหารสุนัข ส่วนผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นพบเห็นน้อยมาก ทั้งนี้สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงสามารถพิจารณานำสินค้าหรือบริการมาบุกเบิกตลาดจีน อาจจะเป็นช่องทางขยายธุรกิจได้ สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อสศต.หนานหนิงได้ (E-Mail: thaitcnanning@hotmail.com)

แหล่งที่มา <http://www.chinanews.com/sh/2021/04-06/9448385.shtml>

<https://zhuanlan.zhihu.com/p/78842754>

สศต.หนานหนิง

## **บทสรุป กระแสนิยมใหม่ชาวจีนนิยมส่งสัตว์เลี้ยงเข้าฝักอบรมในโรงเรียน**

จำนวนสัตว์เลี้ยงของจีนในปี 2563 มากกว่า 100 ล้านตัว เติบโตร้อยละ 1.7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม การขยายตัวของกลุ่มผู้สูงอายุและคนโสด ทำให้สัตว์เลี้ยงกลายเป็นส่วนเติมเต็ม เจ้าของเลี้ยงสัตว์ที่เป็นกลุ่มคนโสด วัยรุ่น กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่อยู่กับลูกและคู่ที่แต่งงานแต่ไม่มีลูกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มผู้คนดังกล่าวยินดีใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น และผลักดันให้เกิด Niche market สินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงในตลาดมากขึ้น อันจะเป็นโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ทั้ง โรงเรียนฝักอบรม สินค้าของใช้อาหาร และร้านอาหารในอิมสัตว์เลี้ยง