



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากเบอร์ลิน

(Weekly News from Berlin)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

23 เมษายน 2564

ข่าวภายในประเทศ และข่าวเศรษฐกิจ

อาหารสัตว์เลี้ยง สิ้นค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม นิคมาร์เก็ตดาวรุ่ง ขายดีตลาดเยอรมนี ช่วงโควิด-19

ผู้บริหารบริษัทผลิตอาหารสัตว์ Interquell เมือง Augsburg นาย Georg Müller ผู้บริหารบริษัทครอบครัว ผลิตอาหารสัตว์ Happy Dog และ Happy Cat รุ่นที่ 7 กล่าวว่า อีกหนึ่งแนวโน้มเทรนด์ที่เกิดขึ้นในช่วง Lockdown ช่วงโควิด-19 ได้แก่ การซื้อสุนัขมาเลี้ยง เนื่องจากประชากรจำนวนมาก Work from Home สามารถอยู่บ้าน



และมีเวลามากขึ้นในการดูแลสัตว์เลี้ยง สถิติจากสมาพันธ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่เชี่ยวชาญด้านสัตว์เลี้ยงในเยอรมนี (ZZF - Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands) และสมาคมอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง (IVH - Industrieverband Heimtierbedarf e.V) ระบุว่า จำนวนสัตว์เลี้ยงในปี 2020 เพิ่มขึ้นถึง 1 ล้านตัว โดยประมาณ 1 ใน 5 ของครอบครัว จะมีสุนัขอาศัยด้วย และ 1 ใน 4 จะมีแมว ซึ่ง นาย Müller ยังรับตำแหน่งคณะกรรมการของ IVH กล่าวเสริมว่า “สัตว์เลี้ยงจะส่งผลเชิงบวกกับสุขภาพจิต ช่วยให้คนจำนวนมาก ไม่ตกอยู่ในภาวะซึมเศร้า ในช่วงวิกฤติโคโรนา ส่งผลให้ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ได้รับผลกระทบเชิงบวกที่ดีมาก จากแนวโน้มเทรนด์ของการเลี้ยงสัตว์” โดยบริษัทซึ่งเป็น SME สามารถขยายยอดขายขึ้นได้ เป็น 110 ล้านยูโร เฉลี่ยขยายตัวร้อยละ 5 - 8 ต่อปี ล่าสุดบริษัทได้ลงทุนเพิ่มกว่า 18 ล้านยูโร เพื่อที่จะขยายกำลังการผลิตขึ้นกว่าร้อยละ 40 หรือ 100,000 ตันต่อปี ปัจจุบัน บริษัทเน้นการผลิตอาหารเม็ดสำหรับสุนัขและแมว มีพนักงานกว่า 300 คน สามารถแข่งขันกับบริษัทยักษ์ใหญ่ เช่น Mars (Frolic, Pedigree, Whiskas) และ Nestlé (Purina, Felix) ได้เป็นอย่างดี บริษัทวิจยตลาด IRI ระบุว่า Happy Dog เป็นยี่ห้ออาหารสัตว์ชั้นนำ ในร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะทางสำหรับสัตว์เลี้ยงในเยอรมนี ในขณะที่ บริษัทยักษ์ใหญ่ ให้ความสำคัญกับตลาด Mass แต่ Happy Dog มุ่งที่จะบุกตลาดสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม Niche จึงทำให้ยังสามารถรักษาตัวเอาไว้ได้อย่างดี” ทั้งนี้ ผู้

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

บริหารร้านจำหน่ายสินค้าสัตว์เลี้ยงรายใหญ่ นาย Frank Dinkelacker ได้ระบุว่า อาหารสัตว์ยี่ห้อ Happy Dog และ Happy Cat เป็นมากกว่าสินค้า Niche ไปแล้ว สินค้ายังเป็นสินค้าขายดีของร้านเฉพาะทาง ที่ Mars และ Nestlé แทบจะ



ไม่ได้รับความสนใจเลย อีกทั้ง การที่สินค้านำหน้าสินค้าอื่น เพราะเป็นสินค้าที่มีนวัตกรรมอีกด้วย โดยจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงทุกรุ่นอายุ และสินค้าที่เป็นแบบ Vegan, ออร์แกนิก, Gluten free และสำหรับสุนัขที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน ทั้งนี้

นาย Müller รู้สึกได้ว่า “ผู้บริโภคจำนวนมาก ถ่ายทอดแนวความคิดในการบริโภคที่ดีของคน สู้สัตว์เลี้ยงตลาดสัตว์เลี้ยงเรียกว่า เป็นตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับภาวะทางอารมณ์ของผู้บริโภคสูงมาก”

ประธาน ZZF นาย Norbert Holthenrich กล่าวว่า “สำหรับคนจำนวนมาก สัตว์เลี้ยงก็เปรียบเสมือนคนในครอบครัว” ยอดจำหน่ายของอาหารแมว ในปี 2020 ขยายตัวขึ้นร้อยละ 5 อยู่ที่ 1.7 พันล้านยูโร ยอดจำหน่ายอาหารสุนัข ขยายตัวขึ้นร้อยละ 4 อยู่ที่ 1.6 พันล้านยูโร โดยสินค้าที่เป็นตัวผลักดันให้ยอดจำหน่ายขยายตัวขึ้น ได้แก่ สแนก หรือของกินเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งบริษัท Interquell ก็ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากแนวโน้มเทรนด์สินค้าของกินเล่นด้วย เช่นกัน

เนื่องจากในช่วงวิกฤติโคโรนา คนมีเวลามากขึ้น และเวลาที่จะให้รางวัลกับสัตว์เลี้ยงก็มีมากขึ้น เช่นกัน” โดยสินค้าตลาดเฉพาะกลุ่ม นิชมาร์เก็ตดาวรุ่ง ที่ขายดีมาก ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของบริษัท ได้แก่ อาหารแบบแห้ง รุ่นหรรษา Afrika ที่ทำจากเนื้อนกกระจอกเทศ และเศษมันฝรั่ง ขณะที่เวลานี้ ก็ยังได้เกิดแนวโน้ม เทรนด์ที่สามารถเห็นได้ในอาหารสัตว์ ได้แก่ ด้านความยั่งยืน และการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดให้กับสัตว์เลี้ยง โดยสินค้าหรรษาใหม่ ยี่ห้อ Good



ที่เสนอสินค้าที่มีส่วนผสมจากเนื้อสัตว์เลี้ยงแบบปล่อยธรรมชาติ รวมไปถึง บรรจุภัณฑ์ของสินค้า ที่ยังสามารถนำกลับมาใช้รีไซเคิลได้ ร้อยเปอร์เซ็นต์ และการผลิตแบบปล่อย Co2 ที่เป็นกลาง อีกด้วย โดยบริษัทวางแผนไว้ว่า ภายในปี 2024 การผลิตจะต้องมีค่าการปล่อย Co2 เป็นกลาง และจะทยอยปรับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้มีค่าการปล่อย Co2 ให้เป็นกลาง ตามกันอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม สินค้ายี่ห้อ Good ที่ได้เน้นการประชาสัมพันธ์ ด้านการรักษาความยั่งยืน ในเพียงประเด็นเดียว ก็ทำให้การจำหน่ายสินค้า ยังดำเนินไปได้ไม่ติดมากนัก แต่หลังจากที่ได้เพิ่มความสำคัญด้านสิทธิของสัตว์ ก็ทำให้ก้าวเข้ามาเป็นสินค้าระดับพรีเมียม ในทันที ซึ่งแน่นอนที่ Interquell ได้ใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

จากเศษเนื้อสัตว์ที่ถูกฆ่าและทิ้ง และไม่สามารถนำมาจำหน่ายต่อให้กับคนได้ ซึ่งก็เรียกได้ว่า มีการสร้างความยั่งยืนขึ้นแล้ว ในสมัยอดีต สัตว์เลี้ยง จะได้รับอาหารที่ผู้เลี้ยงทำขึ้นเอง โดย Interquell เป็นรายต้น ที่ได้ผลิตสินค้าอาหารสำเร็จรูปให้กับสัตว์เลี้ยง แม้ว่าจุดเริ่มต้น จะไม่ได้อยู่ที่การแปรรูปเนื้อสัตว์ ก็ตาม โดยในปี 1765 ผู้ก่อตั้งรุ่นแรก นาย



Nikolaus Müller ได้ซื้อโรงงานในเมือง Augsburg รุ่นที่ 2 ก็เริ่มผลิตอาหารสัตว์ ในช่วงปี 1960 โดยเริ่มที่เศษมันฝรั่งสำหรับสุกร หลังจากนั้น จึงเริ่มเข้ามาผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ต่อไป โดยรุ่นที่ 2 นาย Edmund Müller เรียกได้ว่าเป็นนักกีฬาขี่ม้า และเป็นเพื่อนสนิทกับนาย Josef Neckermann ซึ่งก็เป็นนักกีฬาขี่ม้า และกับนาย Friedrich Schwab เจ้าของบริษัทส่งสินค้าตามสั่ง Neckermann ที่ได้เริ่มทดลองจำหน่ายอาหารสัตว์ผ่านการสั่งซื้อให้มาส่งที่บ้าน แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จดีนัก ในวันนี้ ความสำเร็จของบริษัท เกิดขึ้นหลังจากเปลี่ยนยี่ห้อสินค้า เป็น Happy Dog และได้จำหน่ายผ่านช่องทางผู้เลี้ยงพันธุ์สุนัข และก็เริ่มจำหน่ายผ่านร้านสินค้าเฉพาะทางสำหรับสัตว์เลี้ยง รวมถึงผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต โดยที่ได้นำธัญพืชเข้ามาผสมในอาหารสัตว์แบบแห้ง ซึ่งเป็นอะไรที่แปลกใหม่มาก ในวงการ นาย Müller รุ่นที่ 7 กล่าวอย่างภาคภูมิใจ หลังจากนั้น Chappi และ Frolic อาหารเปียก ก็ถูกส่งออกสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว

ในปี 1988 รุ่นที่ 7 นาย Georg Müller วัย 27 ปี ก็เข้ามารับตำแหน่งผู้บริหารทันที หลังจากทีสิ้นสุดการศึกษาเศรษฐศาสตร์ และก็เป็นผู้ที่ทำให้ Interquell มีขนาดใหญ่ขึ้น และทำให้อุตสาหกรรมของบริษัท เพิ่มขึ้นเป็น 10 เท่า สำหรับ นาย Dinkelacker จาก Superpet แล้ว นาย Müller เรียกได้ว่าเป็น “ผู้บริหารเต็มสายเลือด และรักรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ” โดยในโรงงานของบริษัท นอกจากจะผลิตอาหารสุนัข แมว และปลา แล้ว ก็ยังทำอาหารสำหรับเด็กเล็ก อีกด้วย “การผลิตอาหารเด็ก ต้องการความแม่นยำ และมาตรฐานที่สูงมาก ซึ่งส่งผลไปถึงการผลิตอาหารสัตว์ของบริษัท อีกด้วย” ในเวลานี้ บริษัท Interquell กำลังจะขยายการผลิตอาหารสัตว์เปียกออกไป ปัจจุบัน บริษัทส่งออกอาหารสัตว์ มากกว่าครึ่งหนึ่งที่ผลิต ไปยัง 80 ประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะในยุโรป และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยในพื้นที่ ที่ชนชั้นกลางที่กำลังขยายตัวอย่างมาก สินค้าอาหารสัตว์ “Made in Germany” เหมือนกับเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ด้านมาตรฐาน ที่ได้รับการเชื่อถือทั่วโลก ในเวลาเดียวกัน Protectionism (นโยบายการคุ้มครองทางการค้า ที่มุ่งปกป้องสินค้าและบริการที่ผลิตภายในประเทศ เพื่อมิให้ถูกแข่งขันจากสินค้าหรือบริการจากต่างประเทศ โดยรัฐบาลจะใช้มาตรการต่างๆ เพื่อกีดกันสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ตั้งกำแพงภาษี การกำหนดโควตาการนำเข้า รวมทั้งการให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ผู้ผลิตภายในประเทศ) ที่หลายประเทศกำลังจัดการกับการส่งออกสินค้าต่างๆ ทำให้บริษัทรู้สึกกังวลใจมากเป็นพิเศษ รวมไปถึง

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



การได้มายังวัตถุดิบในระยะกลาง “แหล่งวัตถุดิบโปรตีน ที่มีจำนวนน้อยลง และมีราคาสูงขึ้น อันเนื่องมาจาก ประชากรในโลกขยายตัวขึ้น และต้องบริโภคมากขึ้นตาม แนนอน” ทำให้ปัจจุบัน บริษัทมีสูตรอาหารทางเลือก 4 รายการ ที่ใช้วัตถุดิบที่เป็นโปรตีนจากพืช ในขณะที่ กำลังร่วมงานกับพันธมิตร เพื่อที่จะพัฒนาอาหารสัตว์จากโปรตีนทางเลือก ที่ทำจากหนอนนก ด้วยเช่นกัน

จาก Handelsblatt 23 เมษายน 2564

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด