

ตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงในสเปนขยายตัวช่วง COVID-19

ความต้องการสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในสเปน ขยายตัวร้อยละ 25 โดยเฉพาะผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

ตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในสเปนมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 5 ของยุโรป รองจากสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี และอิตาลี โดยมีจำนวนสัตว์เลี้ยงที่ขึ้นทะเบียนกว่า 28 ล้านตัว ในจำนวนนี้เป็นสุนัข 6.7 ล้านตัว และแมว 3.8 ล้านตัว

มาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงการกักตัว และการจำกัดการทำกิจกรรมทางสังคม ส่งผลให้มีการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น โดยทำการเลี้ยงอย่างน้อย 1 ตัว โดยเฉพาะสุนัข และแมว ซึ่งเจ้าของจะให้ความสำคัญกับสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์เลี้ยงของตนเป็นอย่างมาก ส่งผลให้สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ขยายตัวสูงสุดอย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์ COVID-19

สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงประเภทหลักๆ ประกอบด้วย อาหาร ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ/สุขอนามัย และ ผลิตภัณฑ์ของใช้/ของประดับ ตามรายงานของ Spanish Association of Food Manufacturers for Companion Animals (ANFAAC) ธุรกิจที่สร้างรายได้สูงสุด คือ ยา มูลค่ารวม 1.6 ล้านยูโร รองลงมา คือ อาหาร มูลค่า 1.2 ล้านยูโร โดยเมื่อแบ่งตามประเภทสัตว์เลี้ยง ตลาดอาหารแมว ขยายตัวร้อยละ 6.7 ขณะที่อาหารสุนัข แม้อัตราการขยายตัวจะต่ำกว่า อยู่ที่ร้อยละ 2.1 หากแต่มูลค่าการตลาดสูงกว่า และเมื่อแบ่งตามชนิดของอาหาร ชนิดเปียก มีอัตราการขยายตัวสูง โดยอาหารแมว เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 และอาหารสุนัข เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 (มูลค่ากว่า 100 ล้านยูโร) ขณะที่ชนิดแห้ง ของแมว เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 และสุนัขเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 ทั้งนี้ ของขบเคี้ยว โดยรวม ขยายตัวร้อยละ 3.6

ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 การจำหน่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ขยายตัวถึงร้อยละ 25 ในปี 2020 จากปัจจัยด้านราคา และการบริการจัดส่งถึงบ้านเป็นสำคัญ ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคนิยมซื้อจากร้าน Pet shop ที่ตั้งอยู่ในไฮเปอร์มาร์เกต มากกว่าร้านค้าขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ทั่วไป ทั้งนี้ ในสเปน มีร้านจำหน่ายสินค้า/ให้บริการสัตว์เลี้ยงกว่า 5,400 แห่ง ร้าน Pet shop 3,000 แห่ง และคลินิกสัตวแพทย์ที่อยู่ภายในร้าน 2,400 แห่ง

ที่มา : Spanish Association of Food Manufacturers for Companion Animals และ www.trade.gov

ความเห็น สดต.

- สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มขยายตัวดีในสเปน จากจำนวนผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 และแนวโน้มที่ชาวสเปนรุ่นใหม่นิยมเลี้ยงสัตว์เป็นเพื่อน/สมาชิกในครอบครัว ทดแทนการมีบุตร รวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของสวัสดิภาพสัตว์ ส่งผลให้มีการอุปถัมภ์สัตว์จรจัด หรือสัตว์ที่ถูกทอดทิ้งมากขึ้น
- สินค้าของไทยมีศักยภาพสูง ได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพ โดยเฉพาะ Dog chew ซึ่งผู้นำเข้ารายสำคัญ นำเข้าเฉพาะจากไทยเท่านั้น เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลาง-บน โดยกระจายสินค้าไปยังร้าน Pet shop และห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้ แม้อินค้าของไทยจะมีราคาสูงกว่าของคู่แข่ง เช่น จีน (วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกตที่มีสินค้าราคาถูก ร้าน Discount store หรือร้านขายของชำของชาวจีน) หากแต่ผู้บริโภคยินดีจ่าย เนื่องจากไม่คุ้มกับค่ารักษาพยาบาลที่มีอัตราสูงมาก หากสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยจากอาหาร หรือสินค้าที่คุณภาพไม่ดี

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ