

สถานการณ์ตลาดอาหารสัตว์ในสหราชอาณาจักรหลังจาก COVID-19



ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID -19 และการ Lockdown ทำให้ผู้คนในสหราชอาณาจักรต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในบ้านมากขึ้นในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้จำนวนสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยจากการสำรวจของ Pet Food Manufactures Associations พบว่ากว่า 3.2 ล้านครัวเรือนมีการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น ซึ่งสหราชอาณาจักรมีสถิติสัตว์เลี้ยงมากถึง 34 ล้านตัว โดยในจำนวนนี้มีแมว จำนวน 12 ล้านตัว และสุนัข 12 ล้านตัวนอกจากนี้ ยังมีการคาดการณ์ว่าในช่วงปลายปีถึงต้นปีหน้า จะมีจำนวนสุนัขและแมวมากขึ้นถึง 3 ล้านตัว

รูปแบบการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงยังมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งเจ้าของสัตว์เลี้ยงส่วนมากมีแนวโน้มในการให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องความเมตตา (Humanization) ต่อสัตว์เลี้ยงมากขึ้น อาทิ

(1) อาหารเพื่อสุขภาพของสัตว์ ซึ่งมีที่มาจากความต้องการดูแลสุขภาพของสัตว์เลี้ยงให้แข็งแรงเพื่อจะได้มีชีวิตยืนยาวขึ้น โดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงกลุ่มนี้จะมีการอ่านฉลากอย่างละเอียด และศึกษาส่วนประกอบอาหารสัตว์ที่ดีต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยง รวมถึงอาหารเสริมหรือวิตามินสำหรับสัตว์เลี้ยงสูงอายุ ทั้งนี้ ผู้เลี้ยงสัตว์กลุ่มนี้พร้อมจะจ่ายค่าอาหารสัตว์เลี้ยงราคาแพงหากพบว่าส่วนประกอบและประโยชน์เหมาะสมตามความต้องการ และอาหารที่เหมาะสมกับช่วงอายุและประเภทของสัตว์เลี้ยงจะเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้ออีกด้วย

(2) อาหารจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่เกิดจากแนวคิดการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของคนและต้องการให้สัตว์เลี้ยงได้ทานอาหารประเภทเดียวกัน เช่น อาหารที่ผ่านการปรุงน้อย อาหารที่ไม่ได้มีการปรุงแต่งรสเลียนแบบวัตถุดิบจริง และ Vegan Petfood เป็นต้น ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าตลาด Vegan Petfood อาจเติบโตได้ถึง 12% ในช่วงปี 2021 – 2028

(3) แหล่งสารอาหาร ในขณะที่อาหารสัตว์เลี้ยงอาจมีรูปแบบและพัฒนาการไปเรื่อยๆ แต่สารอาหารที่สำคัญต่อสัตว์แต่ละชนิดก็ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยงในระยะยาว เช่น กรณีอาหาร Vegan Petfood จำเป็นจะต้องผสมสารอาหารที่สำคัญที่ได้จากโปรตีนให้เพียงพอกับความต้องการของสัตว์เลี้ยงแต่ละชนิด เป็นต้น

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระจะ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749
e-Mail :
info@thaitradelondon.com

จากการสำรวจโดย Kantar ในช่วงที่ผ่านมาของปีพบว่ายอดขายของอาหารสัตว์ในสหราชอาณาจักรสูงถึง 2,570 ล้านปอนด์ แบ่งเป็น อาหารสุนัข 1,290 ล้านปอนด์ และอาหารแมว 1,280 ล้านปอนด์ โดยกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีมูลค่าสูงขึ้น 3 ลำดับแรก อาทิ อาหารสุนัขที่ไม่ใช่อาหารหลักมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 40.5 ล้านปอนด์ อาหารแมวที่ไม่ใช่อาหารหลักมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 20.3 ล้านปอนด์ และขนมสำหรับแมว มูลค่าเพิ่มขึ้น 20 ล้านปอนด์ ทั้งนี้ อาหารสุนัขและแมวแบบแห้งมีมูลค่าลดลงมากถึง 37.9 ล้านปอนด์ และ 16.4 ล้านปอนด์ตามลำดับ ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่าน่าจะเกิดการการกักตุนก่อนหน้าทำให้มูลค่าอาหารแห้งลดลง สำหรับช่องทางจำหน่ายสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในช่วงที่ผ่านมาเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และร้านขายอาหารสัตว์ขนาดเล็ก ซึ่งนักวิเคราะห์คาดว่าเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะยังคงเลือกซื้ออาหารสัตว์ในช่องทางออนไลน์เช่นเดิม แต่กลุ่มที่เลือกซื้อในร้านขายอาหารสัตว์อาจเปลี่ยนพฤติกรรมไปเลือกซื้อในห้างค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น

ที่มา: The Grocer

ข้อมูลเพิ่มเติม/ ความเห็น สคต.

ตลาดสหราชอาณาจักรเป็นตลาดใหญ่สำหรับอาหารสัตว์เลี้ยงโดยอัตราส่วนประชากรต่อสัตว์เลี้ยงมากถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนประชากรในสหราชอาณาจักร ในขณะที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงให้การดูแลเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี และมีความต้องการอาหารหลากหลายประเภท จึงเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการไทยมีโอกาเข้ามาทำตลาด ซึ่งการพัฒนาสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในอนาคตอาจต้องคำนึงถึงประเด็นเรื่องคุณค่าอาหาร การพัฒนาอาหารตามความต้องการของสัตว์ในช่วงอายุและประเภท โดยจะเห็นได้ว่าสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นประเภทอาหารว่างสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะแมว

นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของสัตว์เลี้ยงจำนวนมากยังอาจเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยที่ผลิตสินค้าอื่นๆ เช่น ของเล่น ของใช้ หรือ petcare สามารถเข้ามาทำตลาดได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง และอาหารสัตว์เลี้ยงควรต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรประกอบด้วย โดยในเบื้องต้นอาจพิจารณาประเด็น การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วัตถุดิบจากธรรมชาติ ประเด็นเรื่อง Ethical ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้ออาหารและของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงในอนาคต

สรุปโดย สคต. ลอนดอน