



เทรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงที่กำลังเป็นที่นิยมและมาแรง

ประเด็นข่าว



หลังจากงานแสดงสินค้า Global Pet Expo 2022 (GPE) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 23-25 มีนาคม 2565 ที่ผ่านมาที่เมือง Orlando รัฐ Florida ประเทศสหรัฐอเมริกา และฝั่งยุโรปมีงานแสดงสินค้า Interzoo 2022 ที่เกี่ยวกับสินค้าสัตว์เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดของโลกงานหนึ่งซึ่งจะจัดขึ้นที่เมือง Nuremburg ประเทศเยอรมนีในระหว่าง 24-27 พฤษภาคม 2565 ทั้งนี้ สื่อ Pet Food Industry ของสหรัฐฯ ได้นำเสนอเทรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงทั้งสองงานว่าจะมีนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งจากผลการเสวนาการประชุมของผู้ประกอบการสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่งาน GPE ที่ผ่านมาสรุพบว่า อาหารสัตว์เลี้ยงที่กำลังเป็นที่นิยมและมาแรงจะมีเทรนด์ ดังนี้

1. **คอลลาเจน** เป็นส่วนผสมที่กำลังเป็นที่นิยมและมาแรงไม่เฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารและอาหารเสริมสำหรับคนแต่สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงรวมทั้งขนมขบเคี้ยว (Treats) เช่นเดียวกัน ด้วยเจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องการให้สัตว์เลี้ยงมีสุขภาพที่แข็งแรง คอลลาเจนช่วยเสริมสร้างบำรุงขน ผิวหนัง ข้อต่อและการเคลื่อนไหว
2. **อาหารฟังก์ชัน** มีส่วนผสมในอาหารเสริมและขนมขบเคี้ยว ทำหน้าที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพ ภูมิคุ้มกัน ช่วยบำรุงขน ผิวหนัง ลดความเครียด
3. **อาหารแห้งแบบฟรีซดรายและการอบแบบแห้งลดธรรมชาติ** เทรนด์นี้เริ่มมีมาก่อนการระบาดโควิด-19 เป็นอาหารประเภทเนื้อสัตว์และขนมขบเคี้ยวสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งงาน GPE ที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้นำไปจัดแสดงมากกว่า 15 แบรินด์ และในปีที่ผ่านมาพบว่า ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.1 (ไม่รวมประเภท Air-dried) แต่ในกลุ่มที่ใกล้เคียงกันประเภทอบแห้ง (dehydrated) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 25.9 และในกลุ่มอาหารประเภทไม่มีส่วนผสมธัญพืช (grain-free) มียอดขาย 4.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปีที่ผ่านมา ในขณะที่ในกลุ่ม freeze-dried มียอดขาย 324.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในกลุ่ม dehydrated มียอดขาย 387.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งนี้อัตราการเติบโตสูงกว่ากลุ่มไม่มีส่วนผสมธัญพืชร้อยละ 4.3
4. **อาหารแนวยั่งยืนและฉลากอาหารสะอาด (Clean Label)** เป็น Top 2 สำหรับนวัตกรรมอาหารสัตว์เลี้ยง แม้ว่าผู้ประกอบการอาหารสัตว์เลี้ยงในยุโรปจะเป็นผู้นำด้านอาหารสัตว์เลี้ยงแบบยั่งยืน แต่ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาผู้ประกอบการสหรัฐฯ ได้ให้ความสำคัญอาหารสัตว์เลี้ยงแบบยั่งยืนมากขึ้น

ที่มา: www.petfoodindustry.com, May 18, 2022

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ

อาหารสัตว์และอาหารสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าตลาดรวมกันในปี 2563 คิดเป็น 137 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 8 โดยแยกเป็นมูลค่าอาหารสัตว์ 95 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมูลค่าอาหารสัตว์เลี้ยง 42 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และขยายตัวเพิ่มร้อยละ 3. และร้อยละ 13 ตามลำดับ

สหรัฐฯ นำเข้าอาหารสัตว์และอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นมูลค่า 2,349 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2564 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 แยกเป็นการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยง 1,147 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 มีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ ไทย แคนาดา และจีน และนำเข้าอาหารสัตว์เป็นมูลค่า 902 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 36 มีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ แคนาดา ฝรั่งเศส และ มาเลเซีย

ข้อพิจารณาและเสนอแนะ

1. เทรนด์อาหารสัตว์เลี้ยง 3 ประการ คือ คอลลาเจน อาหารฟังก์ชัน และอาหารอบแห้งและพรีซเวอริว ตามที่สื่อได้นำเสนอจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการผลิตและการนำเสนอสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในอนาคต ซึ่งผู้ผลิต/ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยควรพิจารณานำไปประยุกต์การผลิตเพื่อการขยายตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงไปยังสหรัฐฯ

2. การเสริมสารอาหารเพื่อส่งเสริมสุขภาพสัตว์เลี้ยงเข้าไปในอาหารสัตว์เลี้ยงสามารถทำได้ แต่จะต้องเป็นสารอาหารที่ไม่เป็นอันตรายหรือต้องห้ามตามระเบียบ USFDA อย่างไรก็ตาม USFDA ยังไม่อนุญาตให้เติมวิตามินและเกลือเข้าไปเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์เพื่อวัตถุประสงค์ส่งเสริมสุขภาพสัตว์ให้แข็งแรง และยังคงต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่ง ซึ่งต้องนำผลการวิจัยและศึกษาไปสนับสนุนเพื่อให้ USFDA เปลี่ยนท่าทีต่อการห้ามใช้วิตามินในอาหารสัตว์และอาหารสัตว์เลี้ยง

3. ทางเลือกอีกทางหนึ่งในการผลิตอาหารส่งเสริมสุขภาพสัตว์ อาจพิจารณาเสริมโปรตีนเข้าไปกับอาหารสัตว์และอาหารสัตว์เลี้ยง ปัจจุบัน โปรตีนจากแมลงเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมบริโภคเพิ่มขึ้นในหมู่ผู้บริโภคสหรัฐฯ การเพิ่มโปรตีนจากแมลงในอาหารสัตว์จะช่วยดึงดูดความสนใจในการซื้อ รวมถึงไปถึงอาหารสัตว์ที่ทำจากพืช (Plant based food)

4. ไม่เพียงแต่กลุ่มสินค้าอาหารและขนมขบเคี้ยวสัตว์เลี้ยงเท่านั้นที่มีโอกาสการขยายตลาดในสหรัฐฯ สินค้ากลุ่มของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงที่เป็นที่ต้องการ ได้แก่ ของเล่น ปลอกคอ สายจูงสุนัข บ้านสุนัข/คอนโดแมว กรงนำพา ฟูกนอน ภาชนะใส่อาหาร/ใส่น้ำ เสื้อผ้า รองเท้าสุนัข (หน้าหนาว) เครื่องประดับ ซึ่งความต้องการสินค้าดังกล่าวจะเพิ่มเป็นเงาตามตัว จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายตลาดสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยงไทยในสหรัฐฯ

5. ปัจจุบัน อาหารสัตว์เลี้ยงของไทยได้ก้าวขึ้นมาเป็นสินค้ารายการสำคัญในตลาดสหรัฐฯ และมีโอกาสขยายตัวต่อเนื่องในสหรัฐฯ ภาคอุตสาหกรรมส่งออกอาหารสัตว์จึงควรได้รับการผลักดันและส่งเสริมการขยายตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ เป็นช่องทางสำคัญและยั่งยืนในการสร้างเครือข่ายการค้าขายและเพิ่มมูลค่าการค้า ปัจจุบัน สหรัฐฯ มีงานแสดงสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สำคัญจำนวน 2 งาน คือ งาน Super Zoo www.superzoo.com จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-25 สิงหาคม 2565 ณ เมืองลาสเวกัส รัฐเนวาด้า และงานแสดงสินค้า Global Pet Expo (<https://globalpetexpo.org>) จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-24 มีนาคม 2566 ณ เมืองออร์ลันโด รัฐฟลอริดา ซึ่งผู้ผลิต/ส่งออกไทยควรพิจารณาไปเข้าร่วมงานดังกล่าวเพื่อนำเสนอสินค้าต่อตลาดสหรัฐฯ