

รายงานข้อมูลการตลาดเชิงลึก  
ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงในตลาดอินเดีย



โดย  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ  
ณ กรุงนิวเดลี

## สารบัญ

1. ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลก
2. ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย
  - 2.1 ภาพรวมและมูลค่าอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย
  - 2.2 แนวโน้มและโอกาสในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดีย
  - 2.3 ประเภทอาหารสุนัขและแมวในตลาดอินเดีย
  - 2.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย
  - 2.5 สถานะการแข่งขันในตลาดอินเดีย
  - 2.6 มูลค่าการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย
3. บริษัท/แบรนด์อาหารสัตว์เลี้ยงต่างๆ ในประเทศอินเดีย
  - 3.1 ข้อมูลทั่วไปที่ต้องแจ้งสำหรับการนำเข้า
  - 3.2 การชี้แจงจากผู้ส่งออก/ผู้ผลิต
  - 3.3 ข้อมูลด้านสุขอนามัย
  - 3.4 ขั้นตอนหลังการนำเข้า
4. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
5. แหล่งข้อมูลอ้างอิง

## 1. ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลก

ข้อมูลจากเว็บไซต์ MordorIntelligence ขนาดของตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลกปี 2024 อยู่ที่ประมาณ 192.51 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะมีการเติบโตของตลาดถึง 290.01 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2029 โดยมีอัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้น (CAGR) อยู่ที่ 8.54% ในช่วงปีที่มีการคาดการณ์ไว้ระหว่างปี 2024-2029 ตลาดของอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลก ถือว่ากำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยความนิยมเลี้ยงสัตว์ที่มากขึ้นทั่วโลก โดยมีค่าการเติบโตของตลาดถึง 59.4% ระหว่างปี 2017-2022 การเติบโตของตลาดมีผลมาจากการเพิ่มขึ้นของ “pet humanization trend” หรือ กระแสการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในบ้านเหมือนเป็นสมาชิกครอบครัวตนเอง และ “pet premiumization” หรือ การที่ผู้เลี้ยงนั้นมองหาอาหารสัตว์เลี้ยงแบบพรีเมียมเพื่อสัตว์เลี้ยงของตน โดยการเพิ่มขึ้นของการใช้อาหารสัตว์เลี้ยงเชิงพาณิชย์ และการเพิ่มขึ้นของประชากรสัตว์เลี้ยงทั่วโลก เป็นสาเหตุหลักในการขับเคลื่อนให้ตลาดสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ระดับ CAGR 7.4%

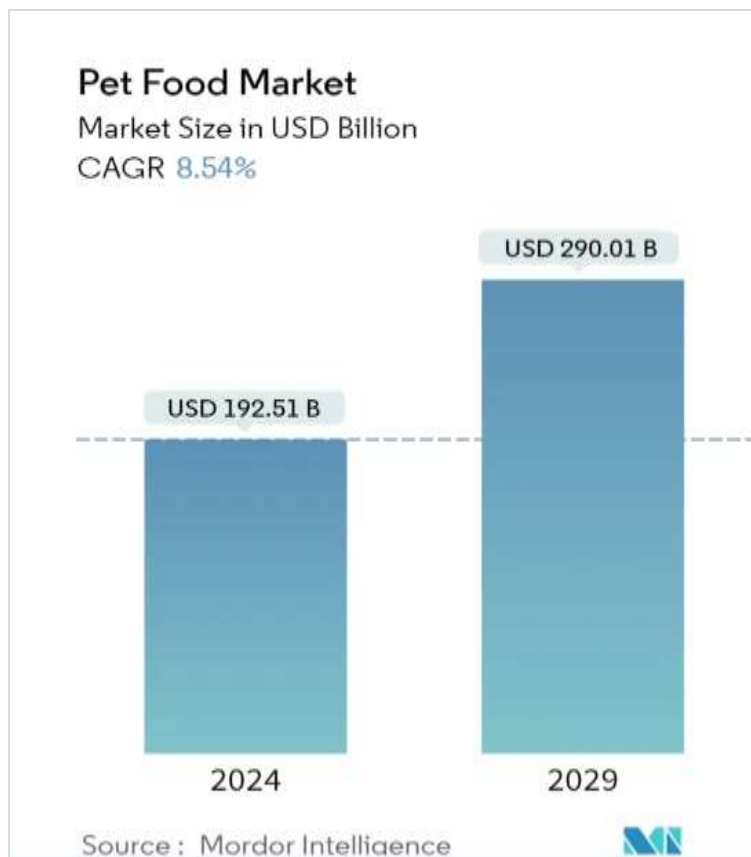
### ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยง สุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ

สุนัขถือเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงทั่วโลก ในปี 2022 อาหารสุนัขมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับอาหารสัตว์เลี้ยงที่มากที่สุดในโลกโดยมีมูลค่าตลาดถึง 80.03 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีการคาดการณ์ว่าจะโตขึ้นถึง 156.60 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2029 ซึ่งปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของตลาดนั้น ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เลี้ยงที่เปลี่ยนจากการใช้อาหารสัตว์เลี้ยงที่ทำเองที่บ้าน ไปเป็นอาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปที่วางจำหน่าย (commercial food) เนื่องจากมีสารอาหารที่ครบถ้วนกว่าและสุนัขเป็นสัตว์ที่ต้องการของสารอาหารมากกว่าสัตว์เลี้ยงประเภทอื่น จำนวนประชากรสุนัขทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 604.5 ล้านตัว ในปี 2022

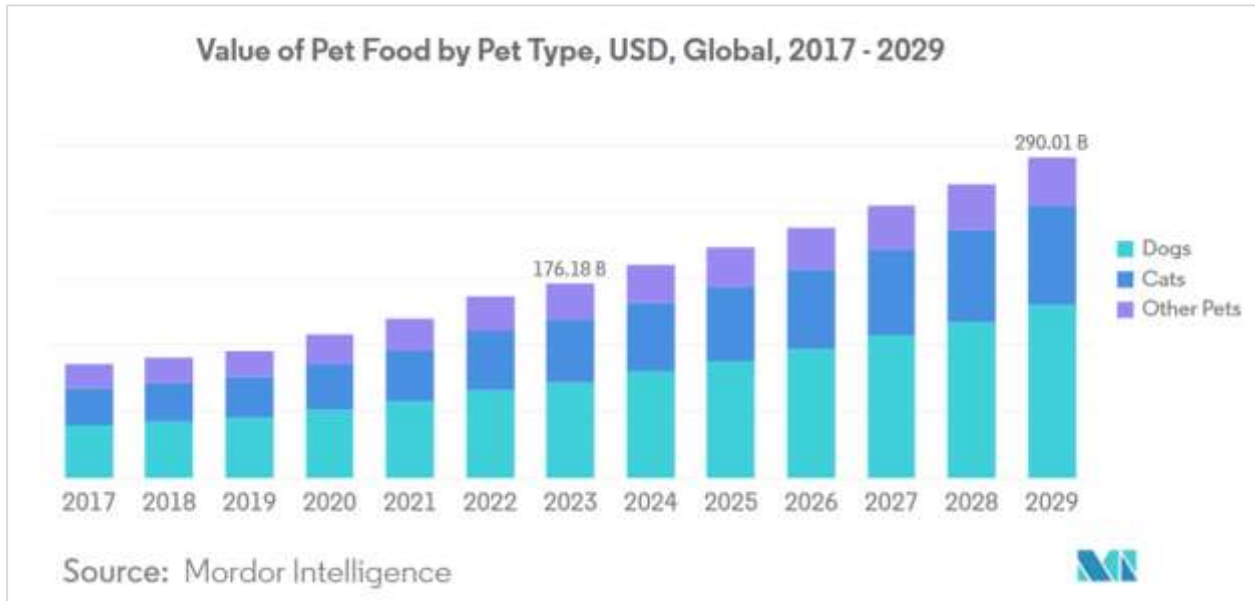
ในขณะที่ประชากรแมวทั่วโลกมีจำนวนประมาณ 408.2 ล้านตัว และอาหารแมวมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลกมาจากอาหารสุนัขที่ 32.3 % ในปี 2022 โดย

มีอัตราการเติบโต CAGR ที่ระดับ 6.8% ในช่วงที่ประมาณการ ประชากรแมวที่เพิ่มมากขึ้น  
อย่างเห็นได้ชัดจนถึง 18% ระหว่างปี 2017-2022 และความนิยมในการเลี้ยงแมวที่เพิ่มขึ้น  
เนื่องมาจากค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงที่น้อยกว่าสุนัข

สัตว์เลี้ยงประเภทอื่นๆ อาทิ นก สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดเล็ก หนู และปลาประดับ  
คิดเป็นจำนวน 19.0% ของตลาด ในปี 2022 สาเหตุที่ขนาดของตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงเหล่านี้  
มีขนาดเล็ก เนื่องจากสัตว์เลี้ยงเหล่านี้มีขนาดเล็ก ทำให้ปริมาณความต้องการของอาหาร  
น้อยลงตามมา



การคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงระหว่างปี 2024 - 2029



การคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงโดยแบ่งประเภท สุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ  
ระหว่างปี 2017 - 2029

แนวโน้มตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงแบ่งตามภูมิภาค

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในทวีปอเมริกาเหนือมีมูลค่าราว 77.43 พันล้านเหรียญสหรัฐ นำโดยสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก เนื่องจากมีอัตราการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้น ประชากรโดยเฉลี่ยมีรายได้เพิ่มขึ้น และเทรนด์การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเหมือนสมาชิกในครอบครัวที่มากขึ้น ทำให้ตลาดทวีปอเมริกาเหนือโตขึ้นมากถึง 74% ระหว่างปี 2017 - 2022

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในทวีปยุโรปมีมูลค่ารองลงมาที่มูลค่าราว 47.74 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2022 โดยตลาดทวีปยุโรปถูกขับเคลื่อนด้วยการเพิ่มขึ้นของความพิถีพิถันใน ส่วนผสมของอาหาร ความต้องการอาหารในลักษณะเฉพาะของผู้เลี้ยงสัตว์ (customized products) และอาหารที่เป็นออร์แกนิก เป็นต้น โดยมีการโตของตลาดอย่างเห็นได้ชัดเจนที่

23.6% ระหว่างปี 2017 - 2021 เนื่องจากจำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มมากขึ้นในทวีป จาก 290.05 ล้านในปี 2017 เป็น 324.4 ล้านในปี 2022

สำหรับทวีปเอเชียแปซิฟิกนั้น เทรนการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัวมี รวมถึงความต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงแบบพรีเมียมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปีที่ผ่านมา อีกทั้ง ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงนิยมเลือกอาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดในทวีป โดยตลาดในทวีปเอเชียแปซิฟิกมีมูลค่าอยู่ที่ 29.36 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2022

### กระแสความนิยมในการเลี้ยงแมวที่เพิ่มสูงขึ้น

ถึงแม้ความนิยมในการเลี้ยงแมวจะเป็นรองลงมาจากสุนัข แต่ก็เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมผู้เลี้ยงที่มองสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้น ความเชื่อแต่โบราณที่ว่าแมวเป็นสัตว์นำโชคในหลายวัฒนธรรม อีกทั้ง แมวเป็นสัตว์ที่ต้องการพื้นที่อยู่อาศัยน้อยกว่าสุนัข และแมวสามารถอยู่ในบ้านโดยลำพังเป็นเวลานานโดยไม่จำเป็นต้องมีคนคอยดูแล เหตุผลเหล่านี้เป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนตลาดแมว โดยสัดส่วนประชากรแมวทั่วโลกอยู่ที่ 24.8% และเพิ่มขึ้นถึง 19.2% ระหว่างปี 2017 - 2022

การเลี้ยงแมวเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในช่วงการแพร่ระบาดของโรค โควิด-19 เพราะผู้คนต้องอาศัยอยู่ในบ้านและแมวเป็นสัตว์ที่สามารถอยู่ในบ้านเป็นเวลานานโดยที่ไม่รู้สึกอึดอัด อีกทั้งแมวไม่ส่งเสียงก่อให้เกิดความรำคาญเท่าสุนัข ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการเลี้ยงแมวเพิ่มมากขึ้นในช่วงโควิด-19 เพราะวัฒนธรรม work-from-home ทำให้ผู้คนมีความอยากมีเพื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งถึงแม้สถานการณ์โควิด-19 จะคลี่คลายลงแล้วแต่พฤติกรรมการเลี้ยงแมวในฐานะหนึ่งในสมาชิกครอบครัวก็ยังดำเนินต่อไป และช่วยขับเคลื่อนให้ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

## ปัจจัยที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงทั่วโลก

การใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงทั่วโลกมีการเพิ่มขึ้นถึง 24.8% ระหว่างปี 2017-2022 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าพรีเมียม และความเป็นห่วงสุขภาพของสัตว์เลี้ยง โดยสุนัขมีส่วนแบ่งในตลาดที่สูงที่สุดในค่าใช้จ่ายประเภทสัตว์เลี้ยง ด้วยส่วนแบ่งในตลาด 39.4% ในปี 2022 เนื่องจากสุนัขมีการบริโภคอาหารมากกว่าแมว และอาหารสุนัขเกรดพรีเมียมกำลังเป็นเป็นที่นิยมในตลาดทั่วโลก

หากมองค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกับเลี้ยงสัตว์ ค่าใช้จ่ายอาหารสัตว์เลี้ยงคิดเป็นสัดส่วนมากที่สุด ผลสำรวจในปี 2022 ในสหรัฐอเมริกาพบว่าค่าใช้จ่ายด้านอาหารสัตว์เลี้ยงคิดเป็นสัดส่วนถึง 42.4% ของค่าใช้จ่ายรวมในการเลี้ยงสัตว์ และมีผู้เลี้ยงสัตว์มากถึง 40% เลือกซื้ออาหารสัตว์เฉพาะแบบพรีเมียม เนื่องจากต้องการให้สัตว์เลี้ยงของตนได้รับอาหารที่ดีที่สุด นอกจากนี้ ยังมี การเพิ่มขึ้นของบริการอื่นๆ อาทิ การดูแลสัตว์เลี้ยง และ การพาสัตว์เลี้ยงเดินเล่น เป็นธุรกิจใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาและช่วยขับเคลื่อนมูลค่าอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง

หลังจากช่วงโควิด-19 ได้มีการเปลี่ยนแปลงช่องทางการซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงจากออฟไลน์สู่ออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากความสะดวกและการเข้าถึงการใช้งานแพลตฟอร์ม/แอปพลิเคชันออนไลน์ของคน que เพิ่มขึ้น ในประเทศสหรัฐอเมริกา ร้านค้าออนไลน์ที่ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสัตว์เลี้ยงรวมถึงอาหารสัตว์ มียอดขายเพิ่มขึ้นจาก 32% ในปี 2020 เป็น 40% ในปี 2022 อย่างไรก็ตาม ในบางประเทศ เช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ คนเลี้ยงสัตว์ยังคงเลือกที่จะซื้ออาหารสัตว์จากร้านค้า เนื่องจากสามารถพิจารณาเลือกคุณภาพของสินค้าที่จะให้แก่สัตว์เลี้ยงของตนได้



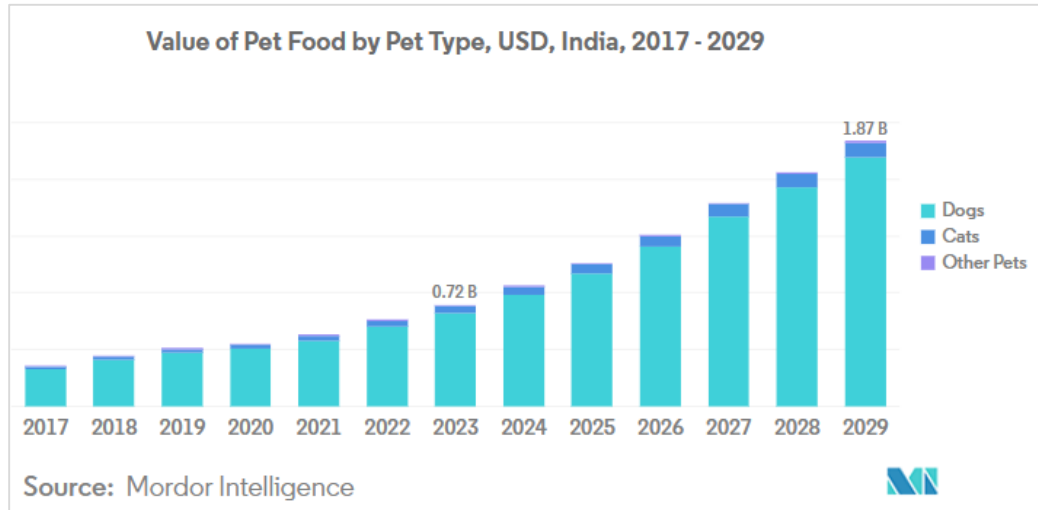
## 2. อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย

### 2.1 ภาพรวมและมูลค่าอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในประเทศอินเดียจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 0.85 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2024 และคาดว่าจะโตขึ้นไปแตะที่ระดับ 1.87 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2029 โดยมีอัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้น CAGR ที่ 17.08% ระหว่างปี 2024-2029 ปัจจุบันเป็นตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 39 ของโลก มีมูลค่าการนำเข้าในปี 2564 ที่ 118.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ในทวีปเอเชียแปซิฟิก ตลาดอินเดียถือเป็นหนึ่งในตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงที่เติบโตเร็วที่สุด โดยคิดเป็นสัดส่วน 2.1% ของทั้งทวีป และมีการเติบโตถึง 113% ระหว่างปี 2017-2022 ปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรสัตว์เลี้ยง กระแสการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนสมาชิกครอบครัว และการหันมาใช้อาหารสัตว์สำเร็จรูปแทนอาหารสัตว์ที่ปรุงเอง

สุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงยอดนิยมในประเทศอินเดีย ทำให้อาหารสุนัขมีสัดส่วนในตลาดมากที่สุดด้วยมูลค่า 562.7 ล้านเหรียญสหรัฐ ใน ปี 2022 และคาดว่าจะสูงขึ้นไปที่ระดับ 1,760.1 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2029 แมวเป็นสัตว์เลี้ยงที่นิยมรองลงมาจากสุนัข โดยอาหารแมวคิดเป็นสัดส่วน 7% ของทั้งตลาดในปี 2022 โดยความนิยมในการเลี้ยงแมวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการดูแลที่น้อยกว่าสุนัข โดยประชากรแมวในอินเดียเพิ่มขึ้นถึง 88.6% ระหว่างปี 2017-2022 สำหรับสัตว์เลี้ยงประเภทอื่นถือว่าสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับสุนัขและแมว อาทิ นก สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดเล็ก หนู และปลาประดับ โดยอาหารสัตว์เลี้ยงประเภทอื่นคิดเป็นมูลค่า 7.1 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2022





การคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย ระหว่างปี 2017 – 2029

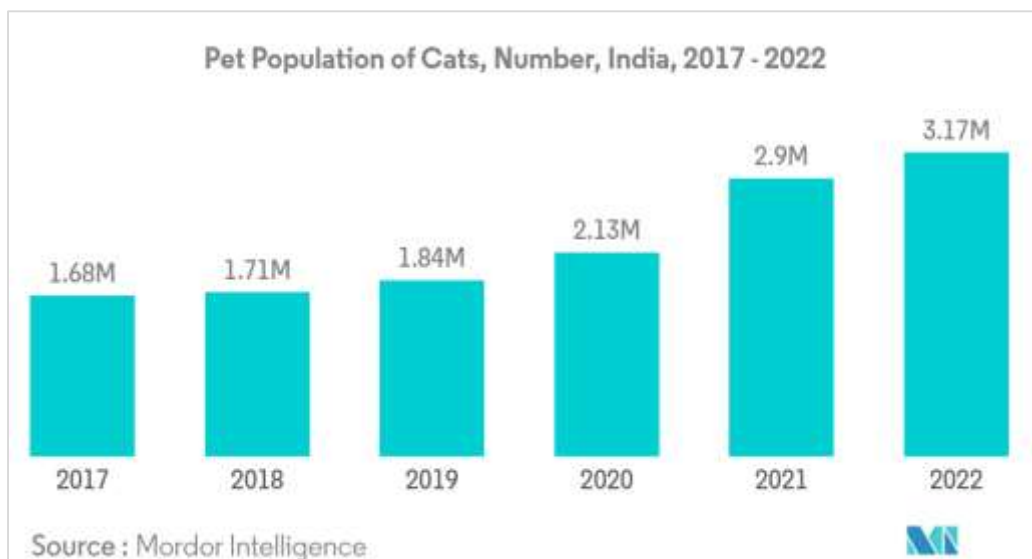
หากแบ่งตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดียตามภูมิภาค พบว่าภาคเหนือครองตลาดเป็นส่วนใหญ่ตามด้วยภาคใต้ โดยจำนวนสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มมากขึ้น แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของครอบครัวที่มีขนาดเล็กลงจึงอยากหาสมาชิกครอบครัวเพิ่ม และวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป อีกทั้ง ธรรมเนียมเก่าของคนอินเดียนิยมเลี้ยงสุนัขไว้เฝ้าบ้านเพื่อความปลอดภัย ต่างเป็นปัจจัยขับเคลื่อนตลาดทางภาคเหนือและใต้ หากเจาะลึกลงเป็นรายเมือง พบว่าเมืองชั้นนำจะมีส่วนแบ่งตลาดที่มากที่สุด ได้แก่ มุมไบ เดลี เจนไน ไฮเดอราบาด เบงกาลูรู โกลกัตตา ปูเณ โดยมุมไบเป็นเมืองที่มีส่วนแบ่งของตลาดมากที่สุด สาเหตุที่เมืองใหญ่เหล่านี้มีส่วนแบ่งตลาดสูงเนื่องจากผู้คนไม่ค่อยมีเวลาที่จะทำอาหารให้สัตว์เลี้ยงของตนเอง จึงนิยมซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปเพื่อความสะดวก

กระแสความนิยมในการเลี้ยงแมวที่เพิ่มขึ้นในอินเดีย

ในอินเดียมีจำนวนแมวน้อยกว่าสุนัข แต่กระแสนิยมในการเลี้ยงแมวในอินเดียมีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากค่าให้อาหารในการเลี้ยงดูแมวนั้นน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสุนัข และแมวยังเหมาะกับการเลี้ยงดูในห้องเล็กๆ ซึ่งเข้ากับลักษณะอาคารที่พักอาศัยของคนอินเดียส่วนใหญ่ กระแส

การเลี้ยงแมวที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ประชากรแมวนั้นเพิ่มขึ้นถึง 88.2% ระหว่างปี 2017 - 2022 สายพันธุ์แมวที่เป็นที่ถูกนำมาเลี้ยงอย่างแพร่หลาย ได้แก่ เปอร์เซีย วิเชียรมาศ และเมนคูน เหตุผลที่คนอินเดียนิยมเลี้ยงแมวสายพันธุ์เหล่านี้ เพราะว่าพวกมันสามารถอยู่ในคอนโดเล็กๆ โดยไม่รู้สึกรออด และเป็นมิตรต่อคนเลี้ยง และกระแสลี้ยงแมวมีแนวโน้มที่จะอยู่ได้นาน เพราะแมวมียุขเฉลี่ยมากกว่า 20 ปี

ปัจจุบันอินเดียมีบริษัท start-up เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น บริษัท Head-up-For-Tails, Petsworld, Petsy Online และ Purprise หลายรายมีการให้บริการครบวงจร เช่น การรับเลี้ยงสัตว์เลี้ยง การให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกสัตว์เลี้ยง และบริการอื่นๆ เช่น การดูแลและพาไปหาสัตวแพทย์ ซึ่งบริการเหล่านี้ได้ช่วยเหลือให้คนเลี้ยงสัตว์เลี้ยงอุ่นใจโดยมีที่ปรึกษาที่ชำนาญในการดูแลสัตว์เลี้ยงของตน นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอื่นๆ เช่น ค่าเฟ่แมวที่มีเปิดตัวในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อที่จะช่วยให้ดูแลแมวแทนเจ้าของ รวมถึงบริการจัดหาแมวกำพร้าให้แก่ผู้ต้องการ เช่น Cat Cafe Studio ในเมืองมุมไบ ที่มีการช่วยเหลือแมวให้อาหาร และหาคนเลี้ยงให้ โดยมีแมวจรจัด มาถึง 300 ตัวที่ถูกนำไปเลี้ยงไปในปี 2017



จำนวนประชากรแมวในประเทศอินเดีย ปี 2017-2022

## 2.2 แนวโน้มและโอกาสในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดีย

มูลค่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดียคาดว่าจะมีอัตราการเติบโต CAGR 9.5% ในช่วงปี 2023 – 2028 ปัจจัยสนับสนุนได้แก่ สภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป (ครอบครัวมีขนาดเล็กลงและอยากมีสมาชิกในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น) รายได้ประชากรที่มีมากขึ้น ความใส่ใจในเรื่องคุณภาพอาหารสัตว์เลี้ยงและสิ่งแวดล้อมที่มากขึ้น และอีคอมเมิร์ซที่กำลังเติบโต เป็นต้น ในปี 2026 มีการคาดการณ์ว่าสัตว์เลี้ยงทุกประเภทในอินเดียจะมีจำนวนสูงขึ้น สุนัขในอินเดียจะมีจำนวนถึงกว่า 43,895 ตัว โดยจำนวนสุนัขขนาดเล็กจะมีจำนวนมากที่สุด ตามมาด้วยสุนัขขนาดใหญ่และกลางตามลำดับ จะมีจำนวนแมว 4,890 ตัว และสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ รวมกันกว่า 1,300 ตัว ทำให้เห็นว่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดียมีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

Pet population in India: number of animals in '000s, historic and forecast

Category	2016	2021	CAGR* % 2016-2021	2022	2026	CAGR* % 2021-2026
<b>Pet Population</b>	<b>18,073.2</b>	<b>31,675.0</b>	<b>11.9</b>	<b>34,963.6</b>	<b>50,122.6</b>	<b>9.6</b>
<b>Cat</b>	<b>1,451.8</b>	<b>2,895.6</b>	<b>14.8</b>	<b>3,272.6</b>	<b>4,890.5</b>	<b>11.1</b>
<b>Dogs (total)</b>	<b>15,783.3</b>	<b>27,686.3</b>	<b>11.9</b>	<b>30,549.2</b>	<b>43,895.6</b>	<b>9.7</b>
Small Dogs (up to 20 pounds or 9 kilograms)	6,915.4	13,572.6	14.4	15,190.0	22,611.0	10.7
Medium Dogs(20 to 50 pounds or 9 to 23 kilograms)	2,478.2	3,940.1	9.7	4,292.1	5,951.9	8.6
Large Dogs (over 50 pounds or over 23 kilograms)	6,389.7	10,173.5	9.7	11,067.1	15,332.7	8.5
<b>Birds</b>	<b>147.5</b>	<b>171.9</b>	<b>3.1</b>	<b>180.0</b>	<b>212.6</b>	<b>4.3</b>
<b>Fish</b>	<b>616.2</b>	<b>844.1</b>	<b>6.5</b>	<b>883.7</b>	<b>1,043.8</b>	<b>4.3</b>
<b>Small mammal/reptiles (total)</b>	<b>74.4</b>	<b>77.5</b>	<b>0.8</b>	<b>78.1</b>	<b>80.1</b>	<b>0.7</b>
Small Mammal Population	62.1	64.7	0.8	65.2	66.9	0.7
Reptile Population	12.3	12.8	0.8	12.9	13.2	0.6

Source: Euromonitor International, 2022  
 \*CAGR: Compound Annual Growth Rate  
 Historical data: 2016-2021  
 Forecast data: 2022-2026

แนวโน้มจำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงในอินเดีย ระหว่างปี 2016-2026 (หน่วย : ตัว)

## 2.3 ประเภทอาหารสุนัขและแมวในตลาดอินเดีย

สำหรับอาหารสุนัข จากข้อมูลปี 2021 อาหารแบบแห้งเป็นสินค้าที่มีมูลค่ามากที่สุดที่ 347 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามมาด้วยขนมที่มีมูลค่า 41.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอาหารสุนัขแบบเปียกที่มีมูลค่า 4.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยอาหารแห้งที่ได้รับความนิยมแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1. อาหารแห้งแบบประหยัด 238.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามมาด้วยอาหารแห้งแบบพรีเมียมที่ 101.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอาหารแห้งราคาปานกลางที่ 7.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในขณะที่อาหารแมวนั้นเป็นตลาดใหญ่รองลงมาจากอาหารสุนัข จากข้อมูลปี 2021 อาหารแบบแห้งได้รับความนิยมมากที่สุดโดยมีมูลค่า 7.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็นอาหารแมวแห้งพรีเมียม 6.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอาหารแมวแห้งราคาปานกลาง 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยอาหารแมวแห้งราคาประหยัดไม่ได้รับความนิยมมากนัก สำหรับอาหารแมวเปียกได้รับความนิยมรองลงมาที่มีมูลค่า 1.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นเกรดพรีเมียมอย่างเดียว

Dog food in India: retail value sales by product category - Historic retail sales in US\$ millions (fixed 2022 exchange rate)

Category	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Dog Food Total</b>	<b>167.6</b>	<b>193.7</b>	<b>227.8</b>	<b>270.5</b>	<b>329.4</b>	<b>393.6</b>
<b>Dog Treats and Mixers</b>	<b>18.2</b>	<b>21.1</b>	<b>24.8</b>	<b>29.4</b>	<b>35.1</b>	<b>41.8</b>
<b>Dry Dog Food</b>	<b>147.0</b>	<b>170.0</b>	<b>200.0</b>	<b>237.8</b>	<b>290.5</b>	<b>347.7</b>
Economy Dry Dog Food	96.6	113.4	133.6	158.0	195.1	238.8
Mid-Priced Dry Dog Food	4.7	5.2	5.7	6.2	7.0	7.8
Premium Dry Dog Food	45.7	51.5	60.7	73.6	88.5	101.1
<b>Wet Dog Food</b>	<b>2.3</b>	<b>2.6</b>	<b>3.0</b>	<b>3.3</b>	<b>3.7</b>	<b>4.1</b>
Economy Wet Dog Food						
Mid-Priced Wet Dog Food	2.3	2.6	3.0	3.3	3.7	4.1
Premium Wet Dog Food						

Source: Euromonitor International, 2022

ยอดขายปลีกอาหารสุนัขอินเดีย ตามหมวดหมู่สินค้า ปี 2016-2021 (หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

Cat food in India: retail value sales by product category - Historic retail sales in US\$ millions (fixed 2022 exchange rate)

Category	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Cat Food Total</b>	<b>4.5</b>	<b>5.1</b>	<b>5.6</b>	<b>6.3</b>	<b>8.0</b>	<b>9.1</b>
<b>Cat Treats and Mixers</b>						
<b>Dry Cat Food</b>	<b>3.8</b>	<b>4.3</b>	<b>4.7</b>	<b>5.3</b>	<b>6.8</b>	<b>7.8</b>
Economy Dry Cat Food						
Mid-Priced Dry Cat Food	0.5	0.6	0.6	0.7	0.9	1.0
Premium Dry Cat Food	3.3	3.7	4.1	4.6	5.9	6.7
<b>Wet Cat Food</b>	<b>0.8</b>	<b>0.8</b>	<b>0.9</b>	<b>0.9</b>	<b>1.2</b>	<b>1.4</b>
Economy Wet Cat Food						
Mid-Priced Wet Cat Food						
Premium Wet Cat Food	0.8	0.8	0.9	0.9	1.2	1.4

Source: Euromonitor International, 2022

ยอดขายปลีกอาหารแมวอินเดีย ตามหมวดหมู่สินค้า ปี 2016-2021 (หน่วย : ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)

จากข้อมูลสถิติ พบว่าการใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในอินเดียได้เพิ่มขึ้นถึง 24.9% ระหว่างปี 2017 - 2022 เนื่องด้วยความหลากหลายของอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีให้เลือกมากขึ้น และการเพิ่มขึ้นของสินค้าราคาพรีเมียม ผู้เลี้ยงสัตว์มีแนวโน้มสนใจเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงที่ประกอบไปด้วยส่วนผสมธรรมชาติ (organic) และอาหารออร์แกนิก (organic pet food) มากขึ้น รวมถึงอาหารที่อุดมด้วยคุณประโยชน์ อาทิ กรดอะมิโน โอเมก้า 3 และโอเมก้า 6 โดยพร้อมยอมจ่ายในราคาที่สูง เพื่อสินค้าที่จะทำให้สัตว์เลี้ยงมีสุขภาพดี และป้องกันการขาดสารอาหารโดยคนเลี้ยงสัตว์ยอมลงทุนกับอาหารสัตว์ และขนม มากกว่าการใช้จ่ายอื่นๆ คิดเป็นสัดส่วน 75-80% ของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

## 2.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย

ยอดขายปลีกอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดียเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญถึง 18.5% ในอัตรา CAGR จาก 172.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2016 เป็น 403.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2021

และคาดว่าจะเพิ่มขึ้น CAGR อีก 17.1% สู่ระดับ 887.6 ล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2026 จากช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายปลีกตามร้านค้าที่มีอยู่ ร้านขายสัตว์เลี้ยง (ที่ไม่ใช่ร้านขายของชำ) เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงที่ใหญ่ที่สุดโดยมีส่วนแบ่งการตลาด 43.2% ในขณะที่ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่ใช่ร้านค้าปลีก คลินิกสัตวแพทย์ มีส่วนแบ่งการตลาดที่ 45.2% ในปี 2021 สำหรับการจำหน่ายที่ไม่ผาสนร้านค้า อีคอมเมิร์ซมีส่วนแบ่งการตลาด 6.9% ในปี 2021 และพบว่าการเติบโต CAGR เพิ่มขึ้นมากที่สุดที่ 13.3% ของช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมด

สำหรับช่องทางอีคอมเมิร์ซ พบว่ามีบริษัท start-up รายใหม่ที่จำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นมาก เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ อีคอมเมิร์ซคาดว่าจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เนื่องจากผู้เลี้ยงสัตว์นิยมแชร์รูป/วิดีโอเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงของตน รวมถึงแบ่งปันความรู้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ บนโลกออนไลน์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้เลี้ยงสัตว์ในการค้นหา เปรียบเทียบ และเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับสัตว์เลี้ยงของตน นอกจากนี้ การระบาดใหญ่โควิด-19 ที่เกิดขึ้นช่วยเร่งให้เกิดความนิยมการช้อปปิ้งออนไลน์และทำให้ผู้ขายพยายามเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่บนช่องทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อเข้าถึงผู้ซื้อให้มากที่สุด และถึงแม้สถานการณ์โควิด-19 จะผ่อนคลายลงแล้ว ความนิยมสั่งซื้อทางออนไลน์ก็ยังคงอยู่เพราะความสะดวกรวดเร็ว โดยเติบโตมากกว่าช่วงก่อนเกิดการระบาดถึง 3 เท่าตัว

## 2.5 สถานะการแข่งขันในตลาดอินเดีย

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดียเป็นตลาดที่มีการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง ข้อมูลในปี 2022 พบว่ามีผู้ค้ารายใหญ่ 5 อันดับแรกครองตลาดรวมกันในอินเดียในสัดส่วน 56.0% ได้แก่ Charoen Pokphand Group, Colgate-Palmolive, IB Group, Mars Incorporated และ Nestle



## India Pet Food Market Leaders

- 1 Charoen Pokphand Group
- 2 Colgate-Palmolive Company (Hill's Pet Nutrition Inc.)
- 3 IB Group (Drools Pet Food Pvt. Ltd.)
- 4 Mars Incorporated
- 5 Nestle (Purina)

## Market Concentration



Source: Mordor Intelligence

ตัวอย่างแบรนด์อาหารสัตว์ที่ได้รับความนิยมในอินเดีย

Me-o และ SmartHeart (ผลิตภัณฑ์ของ Charoen Pokphand Group จากประเทศไทย)





Whiskas Pedigree Royal canin (ผลิตภัณฑ์ของ Mars Incorporated)



Hills (ผลิตภัณฑ์ของ Colgate-Palmolive)



Drools (ผลิตภัณฑ์ของ IB Group)



Purina (ผลิตภัณฑ์ของ Nestle)



ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดียในปี 2021 มีมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 118.2 ล้านเหรียญสหรัฐและมีอัตราการเติบโต CAGR อยู่ที่ 12.8 % อินเดียมีการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงจากหลายประเทศ โดยมีการนำเข้าจากประเทศไทยเป็นผู้นำเข้าอันดับ 1 ด้วยมูลค่าการนำเข้า 62.3 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีส่วนแบ่งของตลาดอยู่ที่ 52.7% ตามมาด้วยประเทศแอฟริกาใต้ (16.3%) และสเปน (5.3%) ที่เป็นผู้นำเข้าหลักในตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงอินเดีย

Indiapet food imports from top countries in US\$ millions (HS: 230910, 100830), historic								
Country	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR* % 2016-2021	Market share % 2021
World (total)	23.8	32.7	45.3	58.1	68.0	118.2	37.8	100.0
Thailand	8.1	12.4	19.2	27.2	34.3	62.3	50.4	52.7
South Africa		0.8	6.2	9.4	12.0	19.2	121.2 (2017-2021)	16.3
Spain	1.2	1.6	1.8	3.2	5.2	6.3	40.4	5.3
Italy	1.0	1.7	2.2	2.5	4.3	6.1	44.6	5.2
Croatia				0.1	0.1	3.0	373.1 (2019-2021)	2.5
Indonesia	0.0					2.9	136.8	2.4
Canada (7)	0.2	0.4	0.8	1.1	1.0	2.4	66.2	2.0
United States	0.1	0.2	1.2	1.7	1.2	2.4	99.5	2.0
China	0.5	0.7	1.0	1.2	1.4	2.4	34.0	2.0
Hungary	0.5	0.4	0.6	0.7	0.9	1.8	30.4	1.5

Source: Global Trade Tracker, 2022  
\*CAGR: Compound Annual Growth Rate

ข้อมูลการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงจากประเทศหลักๆ ในประเทศอินเดีย ปี 2016-2021

### 3. มาตรการ/ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดีย

#### 3.1 ข้อมูลทั่วไปที่ต้องแจ้งสำหรับการนำเข้า

1. ผู้จัดส่ง (ชื่อและที่อยู่):	2. ใบรับรองสุขภาพ:
3. ผู้รับตราส่ง(ชื่อ และ ที่อยู่):	4. ประเทศต้นทาง:
5. หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ 5.1 กระทรวง:	6. สถานที่ต้นทางที่ส่งออก:

5.2 แผนก:	
7. จำนวนสินค้า 7.1 จำนวนแพค: 7.2 น้ำหนักสุทธิ:	8. รายละเอียดการยืนยันการซื้อขาย (batch number สินค้า):
9. ที่อยู่โรงงานผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง:	10.1 ประเทศปลายทาง: 10.2 ที่อยู่ปลายทาง (ชื่อ และ ที่อยู่):
11. การลงทะเบียน / การรับรองระบบ / หมายเลข การอนุมัติของโรงงานการผลิต (หมายเลข/วันที่/หลักฐาน)	12. รูปแบบการขนส่ง:
13. ชื่อและที่อยู่ของการจดทะเบียน/ การรับรอง/อำนาจอนุมัติ	14. ใบอนุญาตนำเข้าสุขาภิบาลเลขที่: วันที่และหลักฐาน

#### การแยกใบรับรอง

- สินค้าอาหารสุนัขและแมว ต้องใช้ใบรับรองแยกกันในการขนส่งสินค้าในทุกช่องทาง
  - ผู้ส่งออกควรมีใบรับรองจากแหล่งที่มาในการส่งออกสินค้าจนถึงสถานที่ตรวจสอบสินค้า ข้อมูลใบรับรองที่ครบถ้วน
  - ผู้ส่งออกควรมีใบรับรองก่อนจะนำสินค้าอาหารสุนัขหรือแมวลงบนพาหนะขนส่ง และควรตรวจสอบวันที่ในใบรับรองว่าเป็นไปตามที่ระเบียบกำหนด
- ข้อบังคับของบรรจุภัณฑ์
- สินค้าต่างๆที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือมีบรรจุภัณฑ์ที่มีความเสียหาย จะไม่ได้รับอนุญาตให้ นำเข้าสินค้าเข้าสู่ประเทศอินเดียได้
  - ถ้าหากพบว่าสินค้ามีหลักฐานการติดเชื้อ หรือมีใบอนุญาตที่ไม่ผ่านการรับรอง สินค้าจะไม่สามารถนำเข้าสู่ประเทศอินเดียได้

#### สถานที่การนำเข้า

- การนำเข้าสินค้าอาหารสุนัขและแมว ได้รับอนุญาตแค่เพียงการขนส่งทางทะเล และ สนามบินในเมืองเดลี มุมไบ กัลกัตตา บังกาลอร์ และไฮเดอราบาด

### 3.2 การชี้แจงจากผู้ส่งออก/ผู้ผลิต

- ผู้ส่งออกสินค้าต้องมีหลักฐานการบันทึกของแหล่งที่มาของส่วนประกอบอาหารตั้งแต่โรงเชือดสัตว์จนถึงสถานที่ผลิต
- ผู้ส่งออกสินค้าจะต้องมีใบรับรอง batch number ของสินค้า ซึ่งควรมีใบรับรองมากับทุกตู้คอนเทนเนอร์สินค้า
- การนำเข้าเนื้อวัวเป็นสิ่งต้องห้าม ดังนั้น ผู้ส่งออก/ผู้ผลิตสินค้า ต้องแสดงใบรับรองว่าอาหารของสัตว์เลี้ยง ไม่มีส่วนประกอบจากเนื้อวัว เนื้อเยื่อวัว หรือรสชาติที่มีแหล่งมาจากเนื้อวัว
- โรงงานผลิตสินค้าต้องพร้อมที่จะให้เจ้าหน้าที่จากรัฐบาลอินเดียเข้ามาตรวจสอบโรงงานการผลิตหากเกิดข้อสงสัยจากทางรัฐบาลอินเดีย

### 3.3 ข้อมูลด้านสุขอนามัย

- แหล่งที่มา : ต้องเป็นเนื้อที่มาจากสัตว์ปีก แกะ แพะ หมู หรือปลาที่มีสุขภาพดี สัตว์จากแหล่งที่มาต้องผ่านการตรวจสอบทั้งหลังและก่อนตาย
- ห้ามมีส่วนผสมที่มีแหล่งมาจากสัตว์เคี้ยวเอื้อง ตามที่ OIE ได้กำหนดไว้ ยกเว้นสินค้าบางประเภท
- อาหารสัตว์เลี้ยงต้องผ่านขบวนการแปรรูปด้วยความร้อน หรือขั้นตอนที่ทำให้มั่นใจได้ว่าสินค้า มีจุลชีววิทยาที่ปลอดภัย
- สินค้าไม่ควรถูกผลิตโดยแหล่งต่างๆ อาทิ สัตว์ที่ไม่ได้เหมาะกับการรับประทาน สัตว์ที่ถูกฆ่าเนื่องจากการป้องกันโรคระบาด เนื้อสัตว์ที่เน่าเสีย (รวมถึงปลา) หรือโปรตีนจากสัตว์ที่มีความเสี่ยงสูง
- ต้องมีความระมัดระวังการติดเชื้อใหม่หลังจากการรักษาแล้ว
- สินค้าจะต้องถูกห่อด้วยวัสดุบรรจุภัณฑ์ใหม่

- ภาชนะบรรจุสินค้าต้องถูกปิดมิดชิดเรียบร้อย

### 3.4. ขั้นตอนหลังการนำเข้า

(1) เอกสารการนำเข้าสินค้าต้องถูกนำมายื่นให้ที่เจ้าหน้าที่ ณ ที่กักกันสินค้า ได้แก่

- สำเนาเอกสาร Sanitary import permit ที่รัฐบาลอินเดียออกให้
- ใบรับรองสุขภาพสัตว์จากสัตวแพทย์จากประเทศส่งออก

(2) เมื่อสินค้าถึงประเทศ จะมีการตั้งตัวอย่างสินค้าเพื่อตรวจสอบโรคต่างๆ ที่ National Institute of High Security Animal Disease (NIHSAD หน่วยงานตรวจสอบโรคแปลกใหม่)

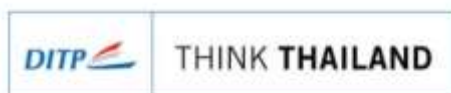
## 4. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในอินเดียมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยสนับสนุนหลายด้านตามข้อมูลข้างต้น แต่อินเดียเองยังต้องการพึ่งพาการนำเข้าอาหารสัตว์จากต่างประเทศจำนวนมาก ปัจจุบันอินเดียเป็นประเทศที่นำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงมากเป็นลำดับที่ 2 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา โดยอินเดียมีการนำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงจากประเทศไทยมากที่สุดตามมาด้วยอิตาลีและสหรัฐอเมริกา (ข้อมูลปี 2023) เนื่องจากผู้ผลิตในประเทศเองยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะผลิตสินค้าเพื่อเติมเต็มความต้องการจำนวนมากจากตลาด นอกจากนี้สินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงก็มีศักยภาพที่จะเติบโตตามไปด้วย อินเดียจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่มีความพร้อม ทั้งในแง่ของการส่งออกสินค้ามายังอินเดีย หรือพิจารณาเข้ามาลงทุนดำเนินการผลิตในอินเดียเอง เนื่องจากรัฐบาลอินเดียเองเปิดกว้างและให้การสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศผ่านนโยบายต่างๆอยู่ในขณะนี้

-----  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี

มีนาคม 2567

## 5. แหล่งข้อมูลอ้างอิง :



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี | Thai Trade Center - New Delhi

78 (Ground Floor), Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi, India 110057

☎ : +91 1143268888

✉ : thaitcnewdelhi@gmail.com

📱 : @thaitcnewdelhi

- <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-pet-food-market-industry>
- <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/india-pet-food-market>
- <https://agriculture.canada.ca/fr/commerce-international/renseignements-marches/rapports/analyse-tendances-du-secteur-tendances-aliments-animaux-compagnie-inde#c>
- <https://www.pedigree.com/about-us>
- <https://www.statista.com/statistics/1061130/india-population-of-pet-dogs/#:~:text=The%20overall%20population%20of%20pet%20dogs%20in%20India,to%20reach%20more%20than%2043%20million%20by%202026.>
- <https://www.dof.gov.in/sites/default/files/2020-08/DraftVeterinaryCertificate.pdf>
- <https://www.volza.com/p/pet-food/import/import-in-india/>