

เทรนด์ร้านอาหารในสหราชอาณาจักรในปี 2024



บริษัท Bidfood ได้ทำการสำรวจผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรจำนวน 1,033 คน ถึงเทรนด์ร้านอาหารในปี 2567 พบว่าปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกร้านอาหาร คือ ความคุ้มค่า (Value of money) ประโยชน์ต่อสุขภาพ (Health Benefits) และ ความยั่งยืน (Sustainability)

ความคุ้มค่า (Value of money)

ร้อยละ 77 ของผู้บริโภคเห็นว่าความคุ้มค่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเลือกร้านอาหารสำหรับการรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานอาหารนอกบ้านเฉพาะโอกาสพิเศษ ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นที่ได้ส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพของชาวสหราชอาณาจักร ทั้งนี้ผู้บริโภคเห็นว่าเมนูอาหารมีผลอย่างมากต่อการเลือกร้านอาหาร ทั้งนี้ร้อยละ 30 ของผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับส่วนประกอบในอาหารมากขึ้น

ประโยชน์ต่อสุขภาพ (Health Benefits)

ร้อยละ 60 ของผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเมื่อรับประทานอาหารนอกบ้าน ทั้งนี้ร้อยละ 57 ของผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารและแบรนด์เครื่องดื่มที่เน้นเรื่องประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยประโยชน์ต่อสุขภาพที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ คือ น้ำตาลและไขมันต่ำ โปรตีนสูง แคลเลอรีต่ำ การเพิ่มพลังงาน (Energy boosting) และอาหารที่ประกอบด้วยผัก

ความยั่งยืน (Sustainability)

ผู้บริโภคร้อยละ 45 เห็นว่าที่มาของส่วนประกอบเป็นหนึ่งในปัจจัยในการเลือกรับประทานอาหาร ทั้งนี้ ร้อยละ 24 ของผู้บริโภคยังมองหาข้อมูลด้านความยั่งยืนและจริยธรรม (Ethical) อีกด้วย

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

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

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

บริษัท Bidfood เห็นว่ากิจการร้านอาหารเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นการมีเมนูอาหารที่จูงใจสำหรับลูกค้าจึงมีความสำคัญมาก สำหรับปี 2567 นี้ ตลาดร้านอาหารจะมีการขยายตัวอย่างไรก็ดีอัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยที่ยังคงสูงยังคงเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

สำหรับเทรนด์รสชาติของอาหารนั้น คาดการณ์ว่าอาหารรสชาติแม็กซิกกัน แคริบเบียน และยุโรปตะวันออก ที่ถูกปรับให้มีความน่าสนใจจะได้รับความนิยม นอกจากนี้อาหารอังกฤษที่ได้รับการดัดแปลง (British Fusion) กับอาหารสัญชาติอื่น ได้แก่ จีน อินเดีย อิตาลี สเปน เกาหลี ไทย เลบานีส ก็ได้รับความนิยมเช่นกัน

ที่มา: The Morning Advertiser

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สคต.

ภาพรวมของสหราชอาณาจักรในขณะนี้ อัตราเงินเฟ้อได้เริ่มลดลงแต่อัตราดอกเบี้ยยังคงสูง ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้าและการรับประทานอาหารนอกบ้านของชาวสหราชอาณาจักร โดยประเด็นความคุ้มค่าประโยชน์ต่อสุขภาพ และความยั่งยืน ได้กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านของชาวสหราชอาณาจักร ในส่วนของผู้ประกอบการไทยนั้น สคต. เห็นว่าผู้บริโภคยังคงมีการทำอาหารรับประทานที่บ้านมากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย ซึ่งยังคงเป็นโอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าอาหารไทยมายังตลาดสหราชอาณาจักร อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกควรให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืน และประโยชน์ต่อสุขภาพ ควบคู่ไปด้วย

สรุปโดย สคต. ลอนดอน