

พฤติกรรมผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรปี 2569



แรงกดดันทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ตลอดจนความคาดหวังของผู้บริโภคต่อประเด็นสุขภาพและความยั่งยืน ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและอุตสาหกรรมอาหารของสหราชอาณาจักรในปี 2569 ดังนี้

1. ผู้ซื้อ (Shoppers) - ผู้บริโภคจะยังคงระมัดระวังการใช้จ่าย และให้ความสำคัญกับคุณภาพและความคุ้มค่าของสินค้า รวมทั้ง ให้ความสำคัญกับตัวเลือกที่ยั่งยืนและข้อมูลสุขภาพที่เข้าใจง่าย โดยธุรกิจต้องผสมผสานความคุ้มค่า ความสะดวก และความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ตอบโจทย์และเชื่อมโยงกับผู้บริโภค โดยความสำเร็จของธุรกิจอยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่างต้นทุน ความสะดวกสบาย และความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับลูกค้า (emotional connection)
2. การรับประทานนอกบ้าน (Away From Home) - ผู้บริโภคยังออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน แต่ตัดสินใจบนพื้นฐานของงบประมาณที่จำกัดและความคาดหวังที่สูงขึ้น ความคุ้มค่าไม่ได้หมายถึงราคาเพียงอย่างเดียว แต่ครอบคลุมถึงคุณภาพ ความสะดวกสบาย และประสบการณ์ที่ผู้บริโภครู้สึกว่า “คุ้มค่า”
3. อาหารพร้อมทาน (Food to Go) – ตลาดอาหารพร้อมรับประทานยังคงเติบโต ด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบของ คนทำงาน ทำให้ผู้บริโภคหันมาเลือกรับประทานอาหารพร้อมทานมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและความยั่งยืนมากขึ้นด้วยเช่นกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการข้อมูลโภชนาการที่ชัดเจน วัตถุดิบมาจากแหล่งที่มีการผลิตอย่างยั่งยืน และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ที่มา <https://www.igd.com/articles/the-uk-trends-driving-choice-growth-in-2026/71939>

☐ นโยบายภาครัฐ

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

☐ แนวโน้มการตลาด

☐ รายงานสินค้าและบริการ

☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนพบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

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

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

ข้อมูลเพิ่มเติม/ความเห็น สศต.

นักวิเคราะห์คาดการณ์ว่าในปี 2569 ตลาดแรงงานของสหราชอาณาจักรจะยังคงชะลอตัว แต่ในขณะเดียวกันก็คาดว่าเศรษฐกิจจะได้รับแรงหนุนจากการชะลอตัวของเงินเฟ้อ และการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพิ่มเติมจากธนาคารกลางของอังกฤษ (BoE) อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้จ่ายและมองหาตัวเลือกสินค้าที่คุ้มค่าทั้งด้านคุณภาพและราคา และหันมาทำอาหารรับประทานเองมากขึ้น สศต. เห็นว่า เป็นโอกาสสำหรับสินค้าอาหารของไทยในการเข้ามาขยายตลาดในสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะสินค้าอาหารพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ในการเข้ามาขยายตลาดในสหราชอาณาจักร ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการผลิตแบบยั่งยืน และการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สรุปโดย สศต. ลอนดอน