รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

วันที่ 9 พฤศจิกายน 2569

Whole Foods Market เผย 8 เทรนด์อาหารที่น่าจับตามองในสหรัฐฯ ปี 2027





ที่มา: https://www.wholefoodsmarket.com

เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2026 Whole Foods Market เครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำของสหรัฐอเมริกา เปิดเผยรายงานคาดการณ์แนวโน้มอาหารและเครื่องดื่มประจำปี 2027 (Top Food Trend Predictions for 2027) ซึ่งจัดทำโดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและการจัดซื้อของบริษัท (Trends Council) โดยอาศัยประสบการณ์ในอุตสาหกรรมอาหาร การติดตามพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มการพัฒนาสินค้าใหม่ เพื่อประเมินทิศทางตลาดอาหารในสหรัฐฯ โดยระบุแนวโน้มสำคัญ 8 อย่าง ดังนี้



1. การให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (Terroir's New Territory) ผู้บริโภคให้ความสนใจกับแหล่งผลิตและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสินค้าอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีรสชาติและคุณลักษณะสัมพันธ์กับสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และวิธีการผลิตในแต่ละพื้นที่ เช่น น้ำผึ้ง ช็อกโกแลต กาแฟ และน้ำมันมะกอกจากแหล่งผลิตเฉพาะ

2. อาหารเพื่อสุขภาพผิวและความงาม (Beautrition) ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลผิวพรรณผ่านการรับประทานอาหาร โดยมองหาสินค้าที่มีส่วนประกอบของคอลลาเจน สารต้านอนุมูลอิสระ และไขมันที่มีประโยชน์ เช่น เครื่องดื่มผสมคอลลาเจน เยลลี่เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายทะเล

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

3. ความนิยมอาหารญี่ปุ่นสไตล์ตะวันตก (The Yōshoku Effect) อาหารญี่ปุ่นที่ได้รับอิทธิพลจากอาหารตะวันตกกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในสหรัฐฯ เช่น ข้าวแกงกะหรี่ญี่ปุ่น ข้าวห่อไข่ หมูทอดทงคัตสึ และขนมปังนมญี่ปุ่น โดยความนิยมดังกล่าวเริ่มขยายจากร้านอาหารไปสู่สินค้าอาหารสำเร็จรูป เครื่องปรุงรส และผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การพัฒนาอาหารรูปแบบใหม่จากเมนูดั้งเดิม (Dish Reinvention) ผู้ผลิตและร้านอาหารนำเมนูที่ผู้บริโภคคุ้นเคยมาปรับรูปแบบและผสมผสานกับอาหารต่างวัฒนธรรม เพื่อสร้างความแปลกใหม่ เช่น ราเมนผสมผสานอาหารเม็กซิกัน พิซซ่ารสชาติใหม่ และไอศกรีมข้าวเหนียวมะม่วง ซึ่งสะท้อนโอกาสในการนำอาหารดั้งเดิมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายขึ้น





ที่มา: ร้าน Kanomwaan Thai Gelato and Dessert Cafe

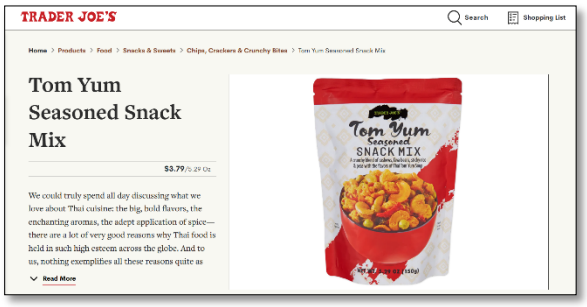
5. อาหารที่มีส่วนประกอบเรียบง่าย (Ingredient Minimalism) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการตรวจสอบฉลากและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรายการส่วนประกอบไม่ซับซ้อน ส่งผลให้ผู้ผลิตปรับสูตรเพื่อลดการใช้วัตถุเจือปนอาหารและส่วนประกอบที่ไม่จำเป็น ท่ามกลางความกังวลเกี่ยวกับอาหารแปรรูปขั้นสูง (Ultra-Processed Foods)

6. ความนิยมรสขมและรสชาติที่ซับซ้อน (Bitter Done Better) ผู้บริโภคเริ่มเปิดรับรสขมและรสชาติจากสมุนไพรเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ช็อกโกแลต และผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบรสขม เช่น ชะเอมเทศ เกรปฟรุต และผักใบเขียวรสขม สะท้อนความสนใจในรสชาติที่หลากหลายมากกว่าความหวานเพียงอย่างเดียว

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

7. การลดขยะอาหารและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (Zero Waste 2.0) ผู้ผลิตอาหารให้ความสำคัญกับการนำวัตถุดิบเหลือใช้จากกระบวนการผลิตกลับมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Upcycling) เช่น การนำขนมปังเหลือใช้มาผลิตเส้นพาสต้า และการใช้ผลพลอยได้จากการผลิตน้ำมันมะกอกและกาแฟ เพื่อลดปริมาณขยะและเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ

8. ความนิยมถั่วและพืชตระกูลถั่ว (The Bean Boom) ถั่วและพืชตระกูลถั่วได้รับความสนใจมากขึ้นในฐานะแหล่งโปรตีนและใยอาหารที่มีราคาเข้าถึงได้ โดยผู้ผลิตพัฒนาสินค้าหลากหลายประเภท เช่น อาหารพร้อมรับประทานจากถั่วเลนทิล ขนมขบเคี้ยวจากถั่วลูกไก่และถั่วแระญี่ปุ่น รวมถึงเส้นพาสต้าจากถั่ว





ที่มา: https://www.traderjoes.com

ความเห็นของ/ข้อเสนอแนะ

สคต. ลอสแอนเจลิส เห็นว่า แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคสหรัฐฯ ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ และความยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการอาหารไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยเฉพาะสินค้าที่มีเอกลักษณ์ด้านแหล่งผลิต เช่น ผลไม้เมืองร้อน สมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว รวมถึงอาหารที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติและมีส่วนประกอบเรียบง่าย เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยควรพัฒนาอาหารพร้อมรับประทาน ขนมขบเคี้ยว และผลิตภัณฑ์อาหารรูปแบบใหม่ โดยนำรสชาติและเมนูอาหารไทยมาประยุกต์ให้เข้ากับพฤติกรรมการบริโภคของชาวอเมริกัน เช่น ของหวานไทยในรูปแบบแช่แข็ง และอาหารจากพืชที่มีโปรตีนและใยอาหารสูง ตลอดจนให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐฯ

ที่มา: Wholefoods Market

เรื่อง: The Next Big Things: Our Top Food Trend Predictions for 2027 โดย: Wholefoods Market

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด