

## ๕ ทิศทางร้านอาหารทะเลในสหรัฐอเมริกาปี พ.ศ. ๒๕๖๑

บริษัทวิจัยตลาดอุตสาหกรรมอาหาร Datassential ประกาศรายงาน “Seafood Keynote” ของ ซึ่งเผยให้เห็นว่า แม้จำนวนเมนูอาหารทะเล (Seafood Dish) โดยรวมในสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้นไม่มากเท่าไรนัก แต่ยังคงมีพื้นที่ให้สินค้าประมงขยายตัวได้อีกมากในภาคธุรกิจบริการด้านอาหาร (Foodservice) โดยได้สรุป ๕ แนวโน้มที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมสำหรับสินค้าประมงและอาหารทะเลที่จำหน่ายในร้านอาหารของสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ไว้ดังนี้

**๑. ผู้บริโภคสนใจลองสินค้าประมงที่หลากหลายมากขึ้นนอกเหนือจากชนิดหรือสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมตามร้านอาหารทั่วไป** โดยอาหารทะเลที่ได้รับความนิยมสูงสุดในร้านอาหารของสหรัฐฯ คือ ปลาแซลมอน และปลาทูน่า ตามลำดับ ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะให้ร้านอาหารลองนำเสนอสินค้าประมงอื่นๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ผู้บริโภคมาเป็นวัตถุดิบในการปรุงเมนูต่างๆ เช่น Fish Tacos และ Ceviche เป็นต้น

**๒. การรับประทานอาหารทะเลในมื้อเช้าและมื้อสาย (Brunch) ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง** โดยพบว่าร้อยละ ๑๗ ของร้านอาหารมีบริการอาหารทะเลสำหรับอาหารเช้าและมื้อสาย และร้อยละ ๓ ของผู้บริโภคที่ทำการสำรวจระบุว่ามื้อล่าสุดที่รับประทานอาหารทะเลคือมื้อเช้า ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าประมงเป็นอาหารเช้าและมื้อสายเพิ่มขึ้น ได้แก่

๒.๑ อาหารพื้นเมืองภาคใต้ (Southern Cuisine) กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นเมนูอาหาร เช่น Shrimp and Grits และ Crab Benedict จึงได้รับความนิยมอย่างท่วมท้นและมีบริการในร้านอาหารมากขึ้นทั่วสหรัฐฯ

๒.๒ สินค้าประมงมีความหลากหลาย จึงสามารถนำมาปรุงได้หลากหลายรูปแบบ (Versatility) และยังพบว่ามี การนำเสนอสินค้าประมง (เช่น แซลมอน) ไปจัดเตรียมอาหารในรูปแบบใหม่ทดแทนโปรตีนที่ใช้ในการประกอบอาหารเข้าแบบดั้งเดิม (เช่น เบคอน ไส้กรอก)

**๓. ปริมาณเมนูอาหารทะเลในร้านอาหารประเภท Midscale และ Casual มีมากขึ้น ซึ่งสวนทางกับปริมาณที่ลดลงในร้านประเภท Fast-casual และ Quick-service** โดยสถิติในช่วงระยะเวลา ๑๐ ปีที่ผ่านมา ได้แก่

- ๓.๑) เมนูอาหารทะเลในร้านอาหารประเภท Fast-Casual ลดลงร้อยละ ๑๘
- ๓.๒) เมนูอาหารทะเลในร้านอาหารประเภท Quick-service ลดลง ร้อยละ ๙
- ๓.๓) เมนูอาหารทะเลในร้านอาหารประเภท Full-service ลดลงร้อยละ ๑
- ๓.๔) เมนูอาหารทะเลในร้านอาหารประเภท Casual เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒
- ๓.๕) เมนูอาหารทะเลในร้านอาหารประเภท Midscale เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑

ทั้งนี้ หากพิจารณาในภาพรวมแล้วพบว่าความนิยมในอาหารทะเลยังคงไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก และมีโอกาสที่จะเติบโตขึ้นอย่างแน่นอน

๔. ผู้จัดซื้อให้แก่ร้านอาหารและผู้บริโภคเพียงกลุ่มน้อยที่ตรวจสอบว่าสินค้าประมงมาจากการทำประมงที่ยั่งยืน โดยมีเพียงร้อยละ ๒๑ ของร้านอาหารและร้อยละ ๑๖ ของผู้บริโภคตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า แม้ว่าประเด็นการทำประมงอย่างยั่งยืนจะอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณะก็ตาม ซึ่งสถิติดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ภาคธุรกิจร้านอาหารปลีกฟู้ดพาร์ทเนอร์และมอบความรับผิดชอบให้กับผู้จัดหาสินค้าประมงแทน

๕. ร้านอาหารมากกว่าครึ่งที่ซื้อสินค้าประมงสดมักนำไปแช่แข็ง ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากระยะการเก็บรักษาที่สั้น หรือ ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าลูกค้าจะมีความต้องการสินค้าประมงชนิดใดบ้าง โดยแม้ว่าสินค้าประมงแช่แข็งจะมีราคาดี สะดวกกว่า และมีอายุการเก็บรักษายาวกว่าสินค้าประมงสด แต่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการร้านอาหารยังพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าประมงสดและนำไปแช่แข็งต่อมากกว่า ดังนั้น ผู้จัดหาสินค้าประมงแช่แข็ง อาจเพิ่มโอกาสส่วนแบ่งการตลาดได้ โดยสร้างความเข้าใจและเพิ่มจุดขายเกี่ยวกับสินค้าประมงแช่แข็งแก่ผู้ซื้อสินค้าให้ร้านอาหาร เช่น ระยะเวลาที่สินค้าประมงถูกนำไปแช่แข็งอย่างรวดเร็วภายหลังการจับ และการนำเสนอเรื่องราวหรือแหล่งที่มาของสินค้าประมงแช่แข็ง เป็นต้น

ที่มา:

Seafoodsource: Top 5 seafood restaurant trends for 2018 (January 2, 2018)

ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส  
มกราคม ๒๕๖๑

ฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส  
มกราคม ๒๕๖๑