

# THINK TRADE

ปีที่ 13 ฉบับที่ 97 / เมษายน-มิถุนายน 2567

THINK DITP **ชี้ช่องการค้า**

I ❤️ Thai Food

## Trade Highlight

ถ้วยเตี้ยวเรือ รสชาติที่กลมกล่อม  
สะทอนวิถีไทย

## Inspiration and Success

ร้านข้าวแกงไทย สุด amazing  
ที่โตเกียว

## Do It Yourself

ข้าวคลุกธัญกาลที่ 6 สูตรปี  
พ.ศ. 2509 อาหารไทยที่สาบสูญ  
ไปในปัจจุบัน

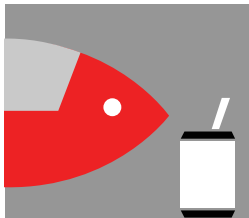
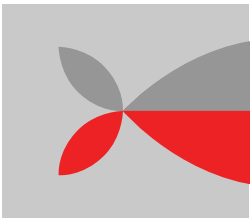
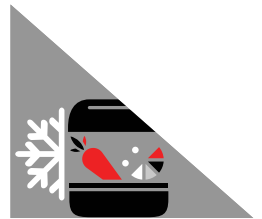
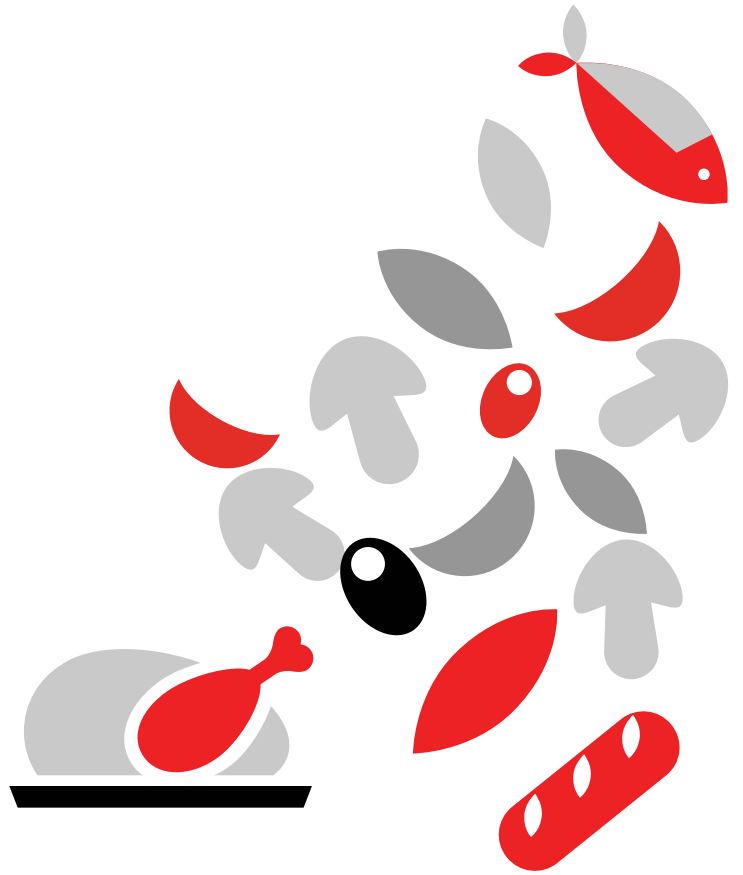
## DITP Intrends

ฟู้ดทรัค (Food truck) ไทย  
ไปไกลถึงฝรั่งเศส

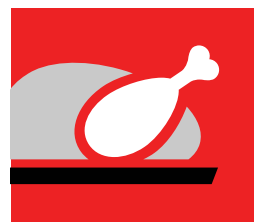
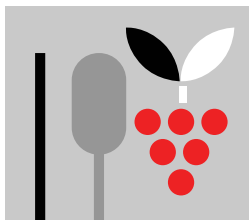


28-01  
MAY JUNE  
2024

IMPACT MUANG THONG THANI  
BANGKOK, THAILAND



Beyond  
Food  
Experience



[www.thaifex-anuga.com](http://www.thaifex-anuga.com)

JOINTLY ORGANISED BY



- 04 Trade Highlight
- 06 Trade Insights
- 08 Happening
- 10 Inspiration & Success
- 12 DITP Society
- 14 DITP Insider
- 16 Friend of DITP
- 18 Trade Talk
- 20 DITP Intrends
- 22 Do It Yourself
- 24 BCG Now
- 25 Special Column
- 26 DITP Calendar
- 27 Healthy Thought



บรรณาธิการบริหาร นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์  
 บรรณาธิการที่ปรึกษา นางสาวณิชา สุจินดา  
 บรรณาธิการอำนวยการ นายพรอนันต์ พุ่มแก้ว  
 บรรณาธิการบทความ นายพงษ์เชตต์ รัชตะทรัพย์  
 บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ นายอาจพงษ์ ฉันทปัญญา  
 กองบรรณาธิการ  
 สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร  
 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
 ปก นายอาจพงษ์ ฉันทปัญญา



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
 กระทรวงพาณิชย์  
 563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ  
 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000  
 www.ditp.go.th  
 DITP Service Center 1169

หมายเหตุ กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์



www.thinktradethinkditp.com



## สวัสดิ์ครับ

อาหารไทยในสายตาชาวต่างชาติเป็นอาหารที่มีเสน่ห์ เป็นที่ยอมรับจากคนทั่วโลก ด้วยรสชาติที่จัดจ้าน มีการผสมผสานรสเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ดได้อย่างลงตัว อีกทั้งยังใช้วัตถุดิบสดใหม่ จากธรรมชาติ และกรรมวิธีการปรุงด้วยการมีศิลปะเฉพาะตัวแบบดั้งเดิม รวมถึงความประณีต ในการจัดเสิร์ฟล้วนเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักชิมจากทั่วทุกมุมโลก

อย่างไรก็ตามอาหารไทยในต่างประเทศยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบไทยแท้ กรรมวิธีและขั้นตอนการปรุงอาหาร และรสชาติที่มีความจัดจ้าน และเผ็ดไปสำหรับผู้บริโภคบางกลุ่ม ในกรณีนี้ การพัฒนาและยกระดับ ภาพลักษณ์ของอาหารไทยเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ จึงต้องเน้นการสร้างองค์ความรู้ ความพึงพิถัน ในการคัดเลือกวัตถุดิบ ความละเอียดอ่อนในขั้นตอนของการปรุง พร้อมศิลปะ ที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวและวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนความเป็นไทยแท้ได้ ตลอดจนปรับปรุงพัฒนาเมนูอาหารไทย ให้มีความเหมาะสมกับเทรนด์การบริโภคอาหารในปัจจุบัน และถูกปากชาวต่างชาติมากขึ้น

โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยไว้ อาทิ ปรับลดระดับความเผ็ด และความมันของอาหารให้สามารถใช้วัตถุดิบที่หาซื้อได้ง่ายในต่างประเทศ รวมทั้งพิจารณาพัฒนาเมนูเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารมังสวิรัต และวีแกน เป็นต้น

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ขอพาผู้ประกอบการไปค้นหาโอกาส และไอเดียใหม่ๆ ของการส่งออกอาหารไทย ที่เป็นหนึ่งในพลังขับเคลื่อนการส่งออกที่สำคัญของประเทศ โดยชี้ให้เห็นถึงช่องทางที่มีศักยภาพด้านการส่งออกอาหาร และการค้าต่างประเทศ ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและเปิดกว้างให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ และช่องทางการค้าระหว่างประเทศ

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์



# + + + กวยเตี๋ยวเรือ

รสชาติที่กลมกล่อม  
สะท้อนวิถีไทย



ก๋วยเตี๋ยวเรือ หนึ่งในอาหารไทยยอดนิยม ที่โดดเด่นเรื่องน้ำซุปลื่นเข้มข้น หอมเครื่องเทศ ทานคู่กับเนื้อสด เนื้อเปื่อย หรือลูกชิ้น ล้วนอร่อยถูกปาก แต่รู้หรือไม่ว่า ต้นกำเนิดก๋วยเตี๋ยวเรือ นั้นมาจากไหน และร้านก๋วยเตี๋ยวเรือเจ้าแรกของไทยคือที่ไหนกันแน่

THINK TRADE THINK DITP พาทุกท่านมาย้อนรอยตำนานก๋วยเตี๋ยวเรือที่เชื่อว่า มีต้นกำเนิดมาจากจังหวัดอยุธยา เรือค้าขายในแม่น้ำเจ้าพระยาที่มักตม่น้ำซุปลื่นเนื้อสัตว์ไว้บนเรือเพื่อประทังชีวิต ต่อมาเริ่มแบ่งปันให้กับผู้คนบนฝั่ง เกิดเป็นการขายก๋วยเตี๋ยวบนเรือพาย เรียกว่า “ก๋วยเตี๋ยวเรือ” โดยในปัจจุบันหลายคนอาจสงสัยว่า ร้านก๋วยเตี๋ยวเรือเจ้าแรกของไทยคือที่ไหน จริงๆ ซึ่งยังไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าร้านใดเป็นเจ้าแรก แต่มีร้านก๋วยเตี๋ยวเรือเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงและเปิดมานานหลายรุ่น ไม่ว่าจะเป็น ก๋วยเตี๋ยวเรือวัดใหญ่ชัยมงคล อยุธยา ร้านเก่าแก่ ขายมานานกว่า 100 ปี โด่งดังเรื่องน้ำซุปลื่นเข้มข้น หอมเครื่องเทศ ก๋วยเตี๋ยวเรือท่าเตียน กรุงเทพฯ ร้านเก่าแก่ ขายมานานกว่า 80 ปี สูตรเด็ดน้ำซุปลื่น ใส่พริกสดเผา และก๋วยเตี๋ยวเรืออยุธยาสูตรโบราณ ป้าเล็ก ร้านเก่าแก่ขายมานานกว่า 50 ปี โด่งดังเรื่องเนื้อเปื่อยนุ่ม น้ำซุปลื่นเข้มข้น เป็นต้น โดยเสน่ห์ของก๋วยเตี๋ยวเรือไม่ได้เป็นแค่อาหารแต่ คือ เสน่ห์ของวัฒนธรรมไทย สะท้อนวิถีชีวิตริมน้ำในอดีต การทานก๋วยเตี๋ยวเรือร้อนๆ ซามหนึ่ง เปรียบเสมือนการได้สัมผัสเรื่องราวและความอร่อยที่สืบทอดมายาวนาน ซึ่งการทานก๋วยเตี๋ยวเรือในปัจจุบันมีขายทั่วไปทั้งในไทยและต่างประเทศ มีทั้งร้านเก่าแก่ดั้งเดิม และร้านรูปแบบใหม่ รสชาติและสูตรน้ำซุปลื่นก็หลากหลาย ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน

ดังนั้นก๋วยเตี๋ยวเรือ อาหารไทยยอดนิยม คงอยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน เป็นทั้งอาหารจานด่วน อาหารประจำบ้าน และอาหารสำหรับทุกโอกาส เรื่องราวและเสน่ห์ของก๋วยเตี๋ยวเรือ คงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้คนหลงใหลและทานต่อไปอีกนาน

# 1 สหรัฐอเมริกา

รสมะขามมาแรง

ความนิยมรสชาติมะขามของชาวอเมริกันขยายตัวเพิ่มขึ้น เช่น มันฝรั่งทอดกรอบรสมะขาม ไอศกรีมรสมะขาม รวมถึงกาแฟรสมะขาม จึงเป็นโอกาสในการผลักดันการขยายตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มรสชาติมะขามของไทยที่มีอยู่แล้ว และเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาและนำเสนอสินค้าอาหารและเครื่องดื่มนวัตกรรมที่มีรสชาติมะขามรายการใหม่ๆ ในตลาดสหรัฐฯ ด้วย

สนใจพัฒนาและนำเสนอสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม  
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

# 2 อาร์เจนตินา

อาหารเอเชียสุดฮอต

สคต. ณ กรุงบัวโนสไอเรส ได้ร่วมงานกับ Influencer ชาวอาร์เจนตินาชื่อดังจากรายการ Cocineros Argentinos ที่ทำการประชาสัมพันธ์สาริตการทำอาหารไทย เช่น ผัดไทย ข้าวผัด และข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างดี ผู้ส่งออกไทยจึงควรตระหนักถึงแนวโน้มความชื่นชอบของอาหารไทยและเอเชียนี้ด้วยการติดต่อผู้นำเข้าอาร์เจนตินาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มโอกาสการนำเสนอสินค้าอาหารศักยภาพไทยและเข้าถึงผู้บริโภคชาวอาร์เจนตินาได้มากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอาหารไทยและเอเซียที่เพิ่มสูงขึ้น

ต้องการติดต่อผู้นำเข้าอาร์เจนตินา  
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงบัวโนสไอเรส

# 3 เยอรมนี

นมพีชมาแรง

ตลาดผลิตภัณฑ์นมทางเลือก (นมพีช) ในเยอรมนีเติบโตในทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะกลุ่มครัวเรือนที่มีอายุน้อย ผู้ผลิตนมจึงหันมาขยายขอบเขตไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์นมทางเลือกที่มาจากพีชมากขึ้น ปัจจุบันตลาดเครื่องดื่มทดแทนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีขนาดใหญ่กว่าตลาดเนื้อสัตว์ทดแทน ผลิตภัณฑ์นมจากพีช เช่น ถั่วเหลือง ข้าวโอ๊ต หรืออัลมอนต์มีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 10 ในส่วนของผลิตภัณฑ์นมออร์แกนิกนั้น เกือบทุก 1 ใน 3 ที่จำหน่ายผลิตมาจากพีช

ต้องการขยายการผลิตผลิตภัณฑ์นมทางเลือก  
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต

# 4 รัสเซีย

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเจาะตลาดรัสเซีย

DOSIRAC บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยอดนิยมในตำนานที่เกาหลีเข้าไปตั้งโรงงานในรัสเซีย กำลังเผชิญวิกฤตขาดแคลน สาเหตุหลักมาจากการอพยพออกของแรงงานข้ามชาติที่ทำงานในโรงงานผลิตรัสเซีย จึงเป็นช่องทางสร้างโอกาสให้บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากไทย เข้ามาเจาะตลาดในประเทศรัสเซียเพิ่มมากขึ้น

เจาะตลาดผู้บริโภครัสเซีย  
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

## ลูกชิ้นจีนกิน

มีต้นกำเนิดมาจากบุรีรัมย์ จากเดิมผู้คนนิยมซื้อลูกชิ้นทอดจากรถเข็นและยืนทานริมถนน ต่อมาได้มีการตั้งโต๊ะให้ลูกค้าได้ยืนทาน กลายเป็นเอกลักษณ์ของ "ลูกชิ้นยืนกิน" เป็นอาหารยอดนิยมของบุรีรัมย์หาซื้อได้ทั่วไป และได้มาจัด "เทศกาลลูกชิ้นยืนกิน" เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย



## 5 จีน พฤติกรรมชาวจีนต่ออาหารไทย

อาหารไทยเป็นอาหารที่รู้จักกันดีในหมู่วชาวจีน ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจแข่งขันสูง และผู้บริโภคชาวจีนนิยมใช้ช่องทางออนไลน์เลือกทานร้านอาหารไทยที่ต้องการ ผ่านการรับชมวิดีโอรีวิว หรือแลกเปลี่ยนพูดคุยในโลกอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในจีน สามารถปรับใช้กลยุทธ์การตลาด KOL หรือ Influencer ในการโปรโมตและสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายได้

มีความสนใจโปรโมตเพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย  
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้

## 6 ออสเตรเลีย แก้วกาแฟทานได้

ปัจจุบันขยะแก้วกาแฟชนิดใช้แล้วทิ้งกลายเป็นขยะฝังกลบสูงถึง 1 พันล้านแก้วต่อปีในออสเตรเลีย บริษัท Good-Edi เล็งเห็นปัญหาขยะที่เกิดขึ้นเนื่องจากความนิยมดื่มกาแฟของชาวออสเตรเลีย จึงหาแนวทางแก้ไขเพื่อลดปริมาณขยะฝังกลบแต่ยังคงตอบสนองรูปแบบ Lifestyle ด้วยแนวคิดการพัฒนาแก้วกาแฟรีไซเคิลทานได้ สามารถย่อยสลายได้และ Plastic-free เพื่อเป็นทางเลือกทดแทนแก้วกระดาษที่เคลือบด้านในด้วยพลาสติก มีเป้าหมายเพื่อลดปริมาณขยะแก้วกาแฟที่มีมากในแต่ละวัน และตอบสนองเทรนด์รักษ์โลกและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันด้วย

พัฒนาสินค้าตามรูปแบบ Lifestyle  
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครซิดนีย์



ช่องทางการติดต่อ : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ  
หรือค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)

## ฝรั่งทิ้ง รถเกี่ยวข้าวไทย

ได้มีชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และได้พบเห็นรถเกี่ยวข้าวของไทยที่คนไทยผลิตเอง แต่มีความพิเศษไม่เหมือนใครทั้งรูปทรงและหน้าตา อีกทั้งยังสามารถนำไปโมดิฟาย ตกแต่งและดัดแปลงตามใจชอบได้ง่าย และหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การเพิ่มจำนวนเทอร์โบ การติดตั้งเครื่องเสียง รวมไปถึงการตกแต่งต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสุนทรียภาพในการทำงาน ซึ่งไม่เคยปรากฏที่ไหนมาก่อนบนโลก เรื่องนี้ได้มีการนำไปเผยแพร่ในโลกโซเชียลจนกลายเป็นไวรัลไปทั่วโลก

รถเกี่ยววนวดข้าวที่ว่านี้คือ จ้าวช้างไวไฟ ที่นอกจากจะผลิตขายในเมืองไทยแล้วยังส่งออกไปอีกหลายประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว เมียนมา กัมพูชา ศรีลังกา เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย บังกลาเทศ ไนจีเรีย และกำลังเปิดตลาดใหม่ที่ประเทศไอวอรีโคสต์ ทวีปแอฟริกา โดยบริษัทมีเป้าหมายส่งออกรถเกี่ยวที่ใช้ในวัฒนธรรมนี้ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ที่มา : [kpn.co.th](http://kpn.co.th)  
[youtube.com/@CBMedia404](https://www.youtube.com/@CBMedia404)



# Chef Robot สุดล้ำ รู้รส-รับกลิ่น

สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (สวก.) ผนึกกำลังมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (มก.) ยกกระดับอุตสาหกรรมอาหารไทยให้พร้อมสู่อุตสาหกรรม 5.0 สร้าง “หุ่นยนต์พ่อครัว” ผสานกับเทคโนโลยี AI ลดปัญหาที่มาจากแรงงานคน พร้อมการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพด้วยระบบ Sensors QC รสชาติและกลิ่นอาหาร สามารถปรุงได้เร็วตรงเวลา รสชาติแม่นยำ นี่อาจเป็นโอกาสในการให้บริการข้ามประเทศในอนาคต โดยใช้สูตรจากเชฟเพื่อปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยให้กับกลุ่มลูกค้า ทั้งในและต่างประเทศ

ที่มา : [prachachat.net](http://prachachat.net)



## ก๋วยเตี๋ยวไก่

อาหารจานเดียวที่โด่งดังของภาคเหนือ เดิมเรียกว่า “ก๋วยเตี้ยฮ้อ” เป็นอาหารที่รับอิทธิพลจากจีนยูนนานหรือฮ้อ มีลักษณะคล้ายเส้นพะหมี่ ในน้ำซุบที่ได้เครื่องแกง รสจัดจ้าน มีเครื่องเคียง ในตำรับดั้งเดิมเนื้อที่ใช้เป็นเนื้อไก่หรือวัว แต่ปัจจุบันมีการใช้เนื้อหมูหรืออาจเพิ่มอาหารทะเลหรือเต้าหู้เป็นส่วนประกอบ



# ร้านข้าวแกงไทย สุด amazing ที่ โตเกียว



คุณโจจิ (Joji Enami)  
เจ้าของร้านอาหาร ไทโกฮัง เซนชู ยะไต

ภาพแรกที่ทุกคนเห็นร้านข้าวแกงร้านนี้คือร้านข้าวแกงอร่อยแบบบ้านๆ ในแบบฉบับของเมืองไทย แต่ความ amazing ของมันคือ มันอยู่ที่โตเกียว แต่เท่านั้นยังไม่พอเพราะเจ้าของร้านยังเป็นชาวญี่ปุ่นแท้ๆ ที่พูดไทยและอ่านไทยแทบไม่ได้อีกด้วย เรื่องราวจะเป็นอย่างไรตามมาชมกันครับ

THINK TRADE THINK DITP ได้ทำการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ คุณ Joji Enami จาก Osaka เจ้าของร้านชาวญี่ปุ่น ซึ่งคุณโจจิ ได้เล่าให้ฟังว่า...

จุดเริ่มต้นของการนำข้าวแกงไทยไปขายที่ประเทศญี่ปุ่นของคุณโจจิมาจากเมื่อประมาณ 15 ปีที่แล้ว “เริ่มรู้จักอาหารไทยจากการมาเที่ยวประเทศไทย เมื่อได้ลองชิมข้าวแกงไทยครั้งแรก ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจในรสชาติที่หลากหลายและเข้มข้น วัตถุดิบสดใหม่ และความมากมายหลากหลายของเมนู ต่อมาจึงมีความคิดอยากให้ความประทับใจในอาหารไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในญี่ปุ่น จึงเริ่มเปิดร้านข้าวแกงไทยแท้ๆ แบบพื้นบ้าน 100%”

คุณโจจิ กล่าวอีกว่า “พอเปิดร้านไม่คิดว่าจะขายได้มากเหมือนตอนนี้ มีคนญี่ปุ่นที่สนใจในอาหารไทยเยอะ มีการสร้างร้านอาหารที่ให้ความรู้สึกเหมือนได้นั่งทานที่ไทยจริงๆ มีการนำวัตถุดิบจากประเทศไทยทั้งหมด แม้กระทั่งแก้วน้ำยังต้องใช้แก้วชนิดเดียวกับที่อยู่เมืองไทย และลงมือทำอาหารเองทุกเมนูจากการบินไปเรียนรู้การทำอาหารที่ประเทศไทย นอกเหนือจากนั้นยังมาประเทศไทยเพื่อทานอาหารและเรียนรู้วิธีทำด้วยตนเอง และฟังคำแนะนำจากคนไทยไปด้วย ซึ่งเมนูขายดีในร้านคือ ข้าวมันไก่”

คุณโจจิ ได้ให้คำแนะนำเอาไว้ว่า “ร้านข้าวแกงไทยถือว่า มีโอกาสประสบความสำเร็จสูงในประเทศญี่ปุ่น ด้วยรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ สดวก รวดเร็ว ราคาคุ้มค่า และสามารถเลือกเมนูที่หลากหลายได้ด้วยตนเอง ซึ่งร้านที่มีคุณสมบัติแบบนี้ มีไม่เยอะในประเทศญี่ปุ่น จึงสร้างความประทับใจจากชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก”

นอกจากอาหารแล้ว คุณโจจิ ยังเป็นผู้นำวัฒนธรรมไทยความเป็นไทยในแบบ Local แทบจะทุกด้านไปเผยแพร่สู่ชาวญี่ปุ่นด้วยเงินทุนของตัวเอง เช่น การนำรถตุ๊กๆ ไปใช้ในชีวิตประจำวันที่โตเกียว และมีชมรมรถตุ๊กๆ ไทยที่นั่นรวมถึงสรรพสิ่ง ของทุกชิ้นในร้านเรียกว่า นำจากไทยไป 100% โดยคุณโจจิ จะเดินทางมาเมืองไทยปีละ 3-4 ครั้งเพื่อซื้อทุกสิ่งกลับไปประเทศญี่ปุ่น

ร้าน ไทโกฮัง เซนชู ยะไต (Thai gohan senshu yatai) ของคุณโจจิ ยังได้รับเครื่องหมาย Thai SELECT เครื่องหมายร้านอาหารไทยที่มีคุณภาพจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ใครที่มีโอกาสไปโตเกียวลองแวะไปชิมดูครับว่า ร้านที่ได้รับเครื่องหมาย Thai SELECT นั้นมีคุณภาพอย่างไร





## พาณิชย์ฯ รุกตลาด ส่งออกผลไม้

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์  
เดินทางนำหนุ่นเกษตรกร ผู้ประกอบการไทย ขยายตลาด  
ต่างประเทศ จัด “โครงการจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สด  
แปรรูป และผลิตภัณฑ์เกษตรอื่นๆ เพื่อรองรับมาตรการ  
กีดกันทางการค้า” ในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2567 ณ  
โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว



## THAIFEX – HOREC ASIA 2024 เจาะตลาดสินค้ากลุ่มธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และการจัดเลี้ยง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP),  
หอการค้าไทย (TCC) และโคโลญเมสเซ่ เยอรมนี (KM)  
ประกาศจับมือจัดงาน THAIFEX – HOREC ASIA 2024  
เป็นครั้งแรก เพื่อจัดแสดงสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรม  
HoReCa (ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และการจัดเลี้ยง)  
ระหว่างวันที่ 6 – 8 มีนาคม 2567 ณ อิมแพ็คเมืองทองธานี  
อาคาร 9 – 12 ดึงดูดผู้ซื้อจากทั่วโลก 15,851 ราย  
มีการทำนัดหมายเจรจาธุรกิจ 1,636 นัดหมาย  
พร้อมผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลาง HoReCa แห่งเอเชีย





## 7 เทรนด์ธุรกิจอาหาร เกาหลีใต้ ปี 67

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) เปิด 7 เทรนด์แนวโน้มธุรกิจอาหารของเกาหลีใต้ปี 67 ที่น่าจับตา ทั้งการบริโภคแบบระมัดระวังค่าใช้จ่าย การทดลองสินค้าใหม่และแชร์ออนไลน์ อาหารในอดีตกลับมานิยม การสนับสนุนการบริโภคสินค้าท้องถิ่น อาหารและเครื่องดื่มเฉพาะคน การบริโภคอาหารแคลอรีต่ำ และการให้บริการไร้พนักงานและผู้ประกอบการไทยศึกษาและนำมาปรับใช้ในการทำตลาด



## DITP สร้างแต้มต่อไทย ผงาดเวทีโลก

สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ จัด "Export 5F : Thai Soft Powers to the World" (Fighting, Festival, Film, Food & Fashion) ตีตบึกขอพต์พาวเวอร์ไทยก้าวไกลในตลาดโลก ชูพลังขอพต์พาวเวอร์ไทยสร้างแต้มต่อทางการค้าผ่านเวทีเสวนา

### ผัดไทย

เส้นก๋วยเตี๋ยวผัดกับซอสผัดไทย ใส่กุ้ง เต้าหู้ ถั่วงอก เดิมเรียกว่า "ก๋วยเตี๋ยวผัด" ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น "ผัดไทย" เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่มีจุดเด่นที่เส้นก๋วยเตี๋ยวผัดกับซอสผัดไทย ใส่กุ้ง เต้าหู้ ถั่วงอก โรยมะนาว ถั่วลิสง



# ยกระดับร้านอาหารไทยและ ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป ด้วยตราสัญลักษณ์ Thai SELECT



## Thai SELECT คืออะไร?

Thai SELECT เป็นตราสัญลักษณ์ที่กระทรวงพาณิชย์ มอบให้กับร้านอาหารไทย และผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป ที่ให้บริการและจำหน่ายอาหารไทยรสชาติไทยแท้ ผ่านกระบวนการและขั้นตอนของการปรุงอาหารด้วยส่วนผสมตามตำรับอาหารไทย

โดยการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เริ่มต้นให้กับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 ปัจจุบันมีร้านอาหาร Thai SELECT ทั่วโลกกว่า 1,500 ร้านอาหาร ในกว่า 80 ประเทศทั่วโลก สำหรับในประเทศไทย ได้มีการมอบตราสัญลักษณ์ให้กับร้านอาหารไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 จำนวน 370 ร้านทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่เป็นสินค้าส่งออก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 แล้วจำนวนกว่า 700 ผลิตภัณฑ์

## ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT มีอะไรบ้าง?



### Signature

มอบให้ร้านอาหารไทยทั้งในและต่างประเทศ ที่ให้บริการอาหารไทยแท้คุณภาพยอดเยี่ยม ตกแต่งร้านสวยงามโดดเด่นและบริการเป็นเลิศ



### Classic

มอบให้ร้านอาหารไทยทั้งในและต่างประเทศ ที่ให้บริการอาหารรสชาติตามมาตรฐานอาหารไทย คุณภาพอาหาร การให้บริการและการตกแต่งร้าน อยู่ในระดับดี



### Casual

มอบให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ที่มีข้อจำกัดในด้านบริการหรือเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก เช่น ร้าน Fast Food ร้านแนว Street Food และ Food Truck



## โรตีสายไหม

มีต้นกำเนิดมาจากอินเดียต่อมาได้เผยแพร่เข้ามายังประเทศไทย สันนิษฐานว่า โรตีสายไหมเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งมีบันทึกว่า "สายไหม" ทำจากน้ำตาลเคี้ยวตึงเป็นเส้นคล้ายกับสายไหม ปัจจุบันโรตีสายไหมเป็นที่นิยมมีการขายตามงานวัด งานประจำปี และตลาด โดยมีชื่อเสียงอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา





## Unique

มอบให้ร้านอาหารไทยที่อยู่ในประเทศไทยที่มีเมนูอันเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น ร้านอาหารไทยภาคใต้ ร้านอาหารภาคเหนือ ร้านอาหารอีสาน เป็นต้น



## Thai SELECT Products

มอบให้กับผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่เป็นสินค้าส่งออก ซึ่งมีความคุณภาพมาตรฐานสากลและยังคงอัตลักษณ์ของอาหารไทย

## คุณสมบัติของร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ที่สามารถสมัครขอรับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT

- เป็นร้านอาหารไทยที่ปรุงและให้บริการอาหารไทยเป็นหลักแก่ลูกค้า มีรายการอาหารไทย ไม่น้อยกว่า 60% ของรายการอาหารทั้งหมด
- เปิดให้บริการแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือน
- มีเชฟไทย หรือหากไม่ใช่คนไทย เชฟจะต้องมีประสบการณ์การทำอาหารไทยหรือมีใบรับรองงานการฝึกอบรมการทำอาหารไทย

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ สายด่วน 1169

## คุณสมบัติและหลักเกณฑ์ร้านอาหารไทยในประเทศ ที่มีสิทธิ์เข้ารับการพิจารณา ให้ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT

- ร้านอาหารไทยเปิดให้บริการมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือน
- เป็นร้านอาหารไทยที่ปรุงสดใหม่ทุกวัน ยกเว้น ร้านอาหารจานเดียว ร้านข้าวแกง ร้านอาหารตามสั่ง ร้านข้าวต้ม หรือร้านโจ๊ก ร้านอาหารในรูปแบบคาเฟ่ ที่เน้นขนมหวานและเครื่องดื่ม
- เป็นร้านอาหารที่มีที่นั่งรับประทานภายในบริเวณร้าน และสามารถรองรับลูกค้าพร้อมกันได้ ไม่ต่ำกว่า 30 ที่นั่ง
- มีรายการอาหารไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของรายการอาหารทั้งหมด (ไม่รวมของหวานและเครื่องดื่ม)

- บรรยากาศของร้านภายนอก ภายใน และสภาพแวดล้อมต้องสะอาด ถูกสุขอนามัย และสวยงาม
- ร้านอาหารไทยที่มีมากกว่า 1 สาขา แต่ละสาขาต้องยื่นใบสมัครขอรับตราหรือขอต่ออายุการใช้ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แยกจากสาขาอื่น
- ร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT เมื่อครบกำหนด 3 ปี นับจากวันที่ได้รับตรา

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ 02-547-5954

## คุณสมบัติและเงื่อนไขของผู้ประกอบการเจ้าของผลิตภัณฑ์

- ต้องเป็นนิติบุคคลที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกผู้ส่งออกกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- ต้องจดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- ต้องเป็นเจ้าของแบรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
- ต้องเป็นเจ้าของสูตรผลิตภัณฑ์

## หลักเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์

- เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมทำจากเครื่องปรุงอาหารไทย
- ผลิตในประเทศไทย
- ผ่านกรรมวิธีการประกอบอาหารตามแบบอาหารไทย
- บ่งบอกเอกลักษณ์ไทย
- ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ
- บรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐานสากล
- สามารถเก็บได้นานและคงคุณภาพสมบูรณ์เมื่อเปิดรับประทาน

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ สายด่วน 1169

## จับตา 5 เทรนด์ ธุรกิจร้านอาหาร ในยุคหลังโควิด

สถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง บรรยากาศในการดำเนินชีวิต และการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวกลับมาคึกคักอีกครั้ง ทำให้ธุรกิจร้านอาหารได้รับอานิสงส์โดยตรง ส่งผลให้มูลค่าธุรกิจร้านอาหารในปี 2565 เติบโตขึ้นราว 17.2% โดยมีมูลค่าประมาณ 5.7 แสนล้านบาท และคาดว่าในปี 2566-2567 จะเติบโตต่อเนื่องราว 7.8% และ 5.8% โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 6.2 และ 6.5 แสนล้านบาท กลับมาอยู่ในระดับ 92 - 97% ของช่วงก่อนเกิดโควิด-19 (ปี 2562) อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเริ่มเกิดเทรนด์ใหม่ๆ ขึ้น

- Krungthai COMPASS ประเมินว่า 5 เทรนด์ของธุรกิจร้านอาหารที่จะได้รับความนิยมในอนาคตได้แก่
1. **Dining Experience** หรือร้านอาหารที่สามารถมอบประสบการณ์แปลกใหม่ น่าจดจำ แต่เข้าถึงง่าย มีแนวโน้มฟื้นตัวจากช่วงโควิด-19 ได้เร็วกว่า โดยเฉพาะกลุ่มร้านอาหารที่ได้รับ Michelin Guide ที่ถูกค้นหามากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
  2. **Health & Wellness Cuisine** เมื่อผู้บริโภคต่างดูแลสุขภาพกันมากขึ้น และอาหารที่ต้องส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิต
  3. **Elderly Food** ร้านอาหารเพื่อดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุมีโอกาสกลายเป็น Segment ดาวรุ่งในระยะถัดไป จากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของไทย
  4. **Robotics in Restaurant** ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และต้นทุนแรงงานที่สูงขึ้นต่อเนื่อง จะผลักดันให้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นในธุรกิจร้านอาหาร
  5. **Sustainable Food** ผู้บริโภค Gen ใหม่ตระหนักถึงความสำคัญของความยั่งยืนทางอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหาจากขยะอาหารเหลือทิ้ง (Food Waste) ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารแบบรักษ์โลกมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง

เพื่อรับมือกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และต้นทุนที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในระยะถัดไป ผู้ประกอบการควร

- 1) เร่งพัฒนาคุณภาพด้านอาหาร และมาตรฐานการบริการที่ดี เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยให้ความสำคัญในทุกมิติ เช่น คุณภาพของวัตถุดิบ ทักษะในการปรุงอาหาร การให้บริการของพนักงาน รูปแบบในการนำเสนอการควบคุมคุณภาพให้มีความสอดคล้องและเหมาะสม รวมถึงบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ
- 2) ติดตามและเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของผู้บริโภค เพื่ออัปเดตเทรนด์ต่างๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันเสมอและสามารถออกแบบเมนูอาหารและการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และ
- 3) ใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น การนำหุ่นยนต์เข้ามาช่วยในการเสิร์ฟอาหาร หรือการนำระบบ POS (Point-of-Sale) เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ เป็นต้น

ไม่พลาดทุกความเคลื่อนไหว ข้อมูลธุรกิจและข่าวสารเศรษฐกิจจากศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS เพียงเข้าไปที่ <https://sme.krungthai.com/sme/> เพื่อ Subscribe รับข้อมูลข่าวสารจากกรุงไทย SME หรือ Scan QR Code Add Line OA "@Krungthaisme"

# เลิกกลุ่ม

Economic Insight ข้อมูลเจาะลึกเศรษฐกิจ  
โดย ศูนย์วิจัย "Krungthai COMPASS"  
สำหรับธุรกิจ SME อัปเดตทุกสัปดาห์ใน



Line Official Account

"Krungthai SME"

เพิ่มเพื่อนง่ายๆ เพียงสแกน QR Code  
ด้านล่างหรือค้นหาผ่านไลน์ไอดีชื่อ

@KrungthaiSME



ช่วยให้ผู้ประกอบการ SME เตรียมตัวพร้อมรับ  
กับโอกาส และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ทัน

# SHOW NEUA

## Thai Street Food, Australia

กฤษณ์ วิทยาสรรณยุต : **DIRECTOR**

นลินี วิทยาสรรณยุต : **OWNER / OPERATION MANAGER**

ร้าน Show Neua Thai street food ประเทศออสเตรเลีย

อาหารริมทาง หรือ Street Food ของไทยได้รับความนิยมไปทั่วโลก ในหลายประเทศร้านอาหารไทยมีเปิดให้บริการมากมาย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือร้านของคุณกฤษณ์ วิทยาสรรณยุต ตำแหน่ง Director และคุณนลินี วิทยาสรรณยุต Owner / Operation Manager ร้าน Show Neua Thai street food ที่ประเทศออสเตรเลีย ถือว่าเป็นร้านอาหารไทยในต่างประเทศที่ให้บริการและจำหน่ายอาหารรสชาติไทยแท้ ผ่านการปรุงรสตามตำรับอาหารไทย และได้รับการคัดเลือกจากโครงการ Thai SELECT ของกระทรวงพาณิชย์อีกด้วย นี่เป็นหนึ่งใน Street Food ของไทยที่เป็นมากกว่าแค่อาหารแต่เป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมที่ส่งออกความเป็นไทยไปทั่วโลก

THINK TRADE THINK DITP ได้พูดคุยกับคุณนันทว่า "ร้าน Show Neua (โชว์เนือ) อยู่ใกล้ไทยทาวน์ ติดกับ Tram station China town ซึ่งจุดเริ่มต้น คือการไปเรียนปริญญาโทแล้วมีเพื่อนชาวออสเตรเลียมาร่วมหุ้นในการทำร้าน ซึ่งกฎของออสเตรเลียในการทำร้านอาหารจะต้องมีคนพื้นเมืองหรือคนในพื้นที่ในการเปิดร้าน ถ้าเป็นคนทั่วไปที่เข้ามาเรียนหรือมาทำงานที่ออสเตรเลียจะไม่สามารถเปิดได้ เพราะฉะนั้นจะต้องมีหุ้นส่วนที่เป็นชาวพื้นเมืองของที่นี่ร่วมหุ้นด้วย"

คุณนันท เล่าต่อว่า "อาหารที่ขายส่วนใหญ่เป็นเมนูอาหารริมทาง (Street Food) ของไทย 200 กว่าเมนู ด้วยวัฒนธรรมที่นี้ถือว่ามี ความหลากหลายจึงเกิดการผสมผสานอาหารที่มากขึ้นแต่ยังคงความเป็นอาหารไทย โดยมีการนำวัตถุดิบของ

อาหารอื่นๆ มาปรับใช้ในเมนูอาหารไทย เช่น การทำผัดซีวี่ที่นำส่วนผสมของพริกหม่าล่ามาใช้"

คุณนันท ได้พูดคุยถึงจุดเด่นของร้านต่อว่า "ร้านเราเป็นร้านที่มีอาหารให้เลือกเยอะมากกว่าร้านอื่นนี่จึงถือว่าเป็นจุดแข็งที่ทำให้มีกระแสตอบรับที่ดีมาตลอด 6 ปี และมีราคาที่คนทั่วไปสามารถจับต้องได้ ในส่วนอุปสรรคของที่นี่ คือ เรื่องภาษาในการสื่อสารและการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีเยอะอยู่แล้วในตลาด แต่ข้อดีที่ทำให้ร้านโชว์เนือเป็นที่รู้จักมากขึ้นคือ โครงการ Thai SELECT ที่เข้ามาช่วยผลักดันร้านอาหารไทยในเมืองซิดนีย์ ให้เป็นที่รู้จักของต่างชาติในวงกว้าง เช่น จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย"

สุดท้ายคุณนันท ฝากคำแนะนำให้กับผู้ประกอบการที่อยากเปิดร้านอาหารในออสเตรเลียทุกคนว่า "การที่เราเป็นต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจในต่างแดนอาจต้องใช้ทีมงานในการติดต่ออำนวยความสะดวกเรื่องวีซ่า แต่ไม่ใช่เรื่องยากเกินกว่าที่คนไทยจะทำได้ ผมเชื่อว่าการที่คนไทยเข้ามาในสังคมเหล่านี้จะสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว แต่ต้องหาความรู้และข้อมูลเบื้องต้นในการทำธุรกิจด้วย หรืออาจจะเข้าเรียนคอร์สของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในระยะสั้นเพื่อเตรียมตัวทำธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งมีให้เรียนฟรีมากมายครับ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้ามาสู่ตลาดจริงในอนาคต"



# 푸드ทรัค (Food truck) ไทย ไปไกลถึง ฝรั่งเศส

อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่ชื่นชอบของผู้คนทั่วโลก ไม่เว้นแม้แต่ในฝรั่งเศสที่มีร้านอาหารไทยเปิดให้บริการอยู่จำนวนมาก และหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมในฝรั่งเศส คือ ธุรกิจ푸드ทรัค (Food truck) THINK TRADE THINK DITP จึงจะพาไปพูดคุยกับร้านอาหารที่ให้บริการอาหารไทยแบบริมทาง โดยมีคนไทยชื่อว่า **แอม กรชฎา โตบุญมี เครเทียน** ที่ได้ไปเปิดธุรกิจ푸드ทรัค (Food truck) ชื่อว่า **Bon AppeThai บงอะเปอไทย** ซึ่งเป็นร้านอาหารไทยที่ได้รับความสนใจจากชาวฝรั่งเศสอย่างมาก

## จุดเริ่มต้นของร้าน BON APPETHAI บงอะเปอไทย ฟู้ดทรัคไทยในฝรั่งเศส

ปรากฏการณ์สภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกถดถอยทำให้ต้องปรับตัว กับความต้องการที่อยากเปิดร้านอาหารอยู่แล้ว คุณแอมเล่าว่า “ได้ปรึกษากับสามีว่า ต้องทำอะไรสักอย่างเกี่ยวกับอาหาร เพราะเราจบมหาวิทยาลัยทางด้านอาหารมา คิดว่าเป็นโอกาสที่ดีที่จะเริ่มต้นทำในสิ่งที่เรียนมา โดยแนวความคิดคือทำจากเล็กๆ ก่อน แล้วค่อยพัฒนาไปใหญ่ๆ ตนและสามีจึงได้เริ่มทำธุรกิจฟู้ดทรัค (Food truck) ขึ้น เข้าร่วมขายตามตลาดนัด ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่มีขนาดกะทัดรัด ยังไม่ต้องมีพนักงานช่วย เพื่อลดค่าใช้จ่ายในตอนเริ่มต้น ทำกันเองสองคนกับสามี และด้วยความโชคดีที่เพื่อนสามีเป็นเจ้าของบริษัทผู้ผลิตรถฟู้ดทรัค (Food truck) ในฝรั่งเศสทางตอนเหนือด้วย ทำให้เกิดไอเดียทำรถฟู้ดทรัค (Food truck) ที่สามารถดีไซน์ห้องครัวในแบบที่อยากได้ รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้ในแบบครัวไทยได้ง่ายขึ้น”





**กรรณ ใตญณ์ เกียรติ (คุณแอม)**  
เจ้าของธุรกิจฟู้ดทรัค (Foodtruck)  
BON APPETHAI ในฝรั่งเศส

## ความนิยมอาหารไทยในฝรั่งเศส

คุณแอมพูดถึงโดยพื้นฐานนิสัยของคนฝรั่งเศสว่า “คนฝรั่งเศสถ้าไม่ชอบทานข้าว ก็เลือกทานเส้น เพราะอาหารไทยไม่ได้มีขนมปังเป็นส่วนประกอบ ทำให้เมนูหลักสำหรับอาหารที่ขาย ได้แก่ ผัดไทย ข้าวผัด โดยมีวัตถุดิบของผักและโปรตีน ได้แก่ กุ้ง และไก่ แต่จะไม่หมู เพราะคนฝรั่งเศสอาจมีชาวมุสลิมด้วย ส่วนเนื้อสัตว์ประเภทเนื้อวัวจะนำมาทำเป็นเมนูอาหารประจำสัปดาห์ เช่น เมนูประเภทแกง และผัดต่างๆ ที่มีเนื้อวัวเป็นส่วนประกอบ และยังมีของทานเล่น อาทิ สะเต๊ะไก่ เปาะเปี๊ยะทอด ซึ่งเปาะเปี๊ยะทอด กับผัดไทยทำในสไตล์ของเรา คือทำซอสเอง ห่อแป้งและทำไส้โปะเปี๊ยะเอง ที่มีความสดใหม่ รสชาติแบบไทย ทำให้กลายเป็น เมนูยอดฮิต ขายดีมาก ๆ โดยวัตถุดิบอาหารไทยต่างๆ หาซื้อได้ที่ ซูเปอร์มาร์เก็ตร้าน PARIS STORE (ปารีส สโตร์) เป็นร้านของคนจีนที่นำเข้าสินค้าและวัตถุดิบต่างๆ จากประเทศไทย”

## ฟู้ดทรัค (Food truck) อาหารไทย อีกช่องทางในการเผยแพร่ความเป็นไทย

“จุดแข็งของร้านคือการทำอาหารไทยด้วยตัวเอง จากคนไทยจริงๆ จึงมีการบอกปากต่อปากว่า รสชาติอาหารคนไทยโดยแท้ รวมถึงการพูดคุยเรื่องราวต่างๆ ของอาหารไทย เป็นเหมือนคลังความรู้ให้กับชาวฝรั่งเศสได้รู้อะไรใหม่ๆ ดังนั้นในการเปิดร้านฟู้ดทรัค (Food truck) ในฝรั่งเศส ต้องมีใจรักในการทำอาหาร ชยัน อดทน รักในการบริการ ข้อดีของการเปิดร้านฟู้ดทรัค (Food truck) คือไม่ต้องเสียเงินค่าเช่าจ่ายกับพนักงานเยอะ และค่าเช่าที่ไม่แพงมาก แต่ต้องคำนึงถึงห้องครัวกลาง ห้องเก็บวัตถุดิบ ในการทำอาหารโดยเฉพาะที่ไม่ใช่ครัวในบ้าน เพราะกฎหมายฝรั่งเศสมีข้อบังคับกับการใช้พื้นที่ในครัวบ้านทำธุรกิจ ในเชิงพาณิชย์ หากมองระหว่างร้านอาหารที่อยู่เป็นที่ กับร้านฟู้ดทรัค (Food truck) ที่ขับรถไปหาลูกค้า การบริการไม่ต่างกันมาก” เพราะคุณแอมมีความคิดว่า “อยากเสิร์ฟอาหารอร่อยๆ และเป็นอาหารไทยไปให้ลูกค้าได้ทานถึงที่” นั่นเอง



## ข้าวคดุก, รัชกาลที่ ๖

### ส่วนผสมของวัตถุดิบประกอบไปด้วย

1. หมูสามชั้น 1 ชิ้น
2. ออไก่ 2-3 ออ
3. ปลาคุดย่าง 2 ตัว
4. กระเพาะปลา 2 เส้น
5. ไช้เค็ม 3 ฟอง
6. น้ำพริกเผา 3 ช้อน
7. พริกไทยอ่อน 2-3 พวง
8. มะม่วงมัน 1 ลูก  
(ถ้าหามะปรองไม่ได้ ใช้  
มะม่วงเขียวเสวยหรือ  
มะม่วงมัน) 1 ลูก
9. มะปรองดิบ (ถ้าหามะปรอง  
ไม่ได้ ใช้มะม่วงเปรี้ยวแทน  
เพื่อตัดกับมะม่วงมัน)
10. แดงกวา 1 ลูกใหญ่
11. กระเทียม 2 หัว
12. มะนาว 1 ลูก
13. น้ำปลา 2 ช้อน
14. เกลือ 2 ช้อนชา
15. ซีอิ้วขาว 2 ช้อน
16. ซีอิ้วดำ 2-3 หยด
17. ข่า 2 แว่น
18. หุงข้าว 2 ถ้วยตวง



# ข้าวคลุกสุทรกาลที่ ๖

➤ สูตรปี พ.ศ. ๒๕๐๕ ◀

## อาหารไทยที่สาบสูญไปในปัจจุบัน

ข้าวคลุกสูตรนี้เป็นอาหารไทยในวังสมัยรัชกาลที่ 6 อาหารจานนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่หาได้ยากในปัจจุบัน THINK TRADE THINK DITP จะพาทุกท่านไปพบกับสูตรโบราณจากปี พ.ศ. 2509 ทีมงานได้สูตรมาจากคุณ aapon ซึ่งเป็นผู้ถอดสูตรมาจากหนังสืออีกที เพราะตำราทำกับข้าวในสมัยก่อนนั้นอธิบายเพียงคร่าวๆ จะต้องอาศัยผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้และความเข้าใจในการทำอาหารพอสมควร จึงสามารถถอดเป็นสูตรโดยละเอียดได้ สูตรนี้เผยแพร่ในเว็บบอร์ดเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2563 ต่อมาภายหลังได้เริ่มมีคนรู้จักเพิ่มขึ้นบ้าง ความพิเศษของเมนูข้าวคลุกนี้คือการที่มีรสชาติและกลิ่นที่ซับซ้อน ทั้งการผสมผสานและการตัดกันจากวัตถุดิบหลายอย่าง ซึ่งหาได้ไม่ง่ายในเมนูปัจจุบัน เช่น การใช้เปรี้ยวตัดเปรี้ยว เปรี้ยวแหลมจากมะปร่าง ตัดกับเปรี้ยวมันจากมะม่วง ซึ่งจะต้องมีทั้ง 2 รสนี้ถึงจะครบสูตร คุณ aapon แนะนำว่าถ้าหามะปร่างไม่ได้ ให้ใช้มะม่วงมันตัดกับมะม่วงเปรี้ยวแทน

### วิธีการทำ

หมูสามชั้น นำมาหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วนำไปเคี่ยวในน้ำซีอิ้วขาวผสมซีอิ้วดำ เติมน้ำตาล พริกไทย และข่า เคี่ยวต่อไปจนเริ่มแห้งจนได้เป็นหมูเค็มหวาน

ใก้นำไปต้มใส่เกลือ สุกแล้วจึงมาฉีกฝอย แล้วนำไปผัดต่ออีกเล็กน้อยเพื่อให้หอม

ปลาอุกย่างนำมาแกะเอาแต่เนื้อและยี่ออก นำไปทอดพอเหลืองแล้วตักพักให้สะเด็ดน้ำมัน

กระเพาะปลา หั่นเป็นชิ้นพอคำ และนำไปทอด

กระเทียม ล้าง ตำ สับ และเจียว

การทำมะม่วงทั้ง 2 ชนิด นำไปสับฝอย แล้วนำไปแช่น้ำผสมเกลือเล็กน้อยเพื่อกันเนื้อมะม่วงดำ จากนั้นเทน้ำออก และลองชิมจะได้รสชาติเค็มปะแล่ม บวกเปรี้ยว-มัน ผสมกันทั้ง 3 รสชาติ

แตงกวา นำไปซอยเป็นแผ่นบางๆ แล้วหั่นฝอย

หุงข้าวสวย นำข้าวมาคลุกไข่เค็ม และน้ำพริกเผาให้ทั่ว

เตรียมของตกแต่ง ล้างพริกไทยอ่อน และหั่นพริกชี้หนู

ขั้นตอนสุดท้ายจัดแต่งจานให้สวยงาม ใส่ของที่เตรียมไว้ทั้งหมด บีบมะนาวคลุกให้เข้ากัน แล้วรับประทานได้เลย

เมนูหายากนี้เหมาะสำหรับทุกคนที่ชอบทำอาหาร แม้กระทั่งคนที่เพิ่งเริ่มต้นแต่ชอบความท้าทายและถือเป็นเมนูระดับครู ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจในหลักการและเหตุผล ของการใช้วัตถุดิบต่างๆ ว่าอะไรมีการผสมผสาน หรือตัดกันอย่างไร เช่นเปรี้ยวตัดเปรี้ยว ตักรสหวานจากหมูนุ่มไปตัดกระเพาะปลารอบ และเค็มมันจากไข่เค็มในข้าวอีกทีหนึ่ง รวมถึงกลิ่นจากวัตถุดิบที่หลากหลาย แต่พอรวมกันหมดแล้วกลมกลืน จนหาเมนูข้าวคลุกในปัจจุบันเทียบได้ยาก ใครทำสำเร็จและเข้าใจก็เลื่อนขั้นทักษะการทำอาหารให้ตัวเองไปได้อีกระดับ

เครดิตจากคุณ aapon สามารถเข้าไปดูเมนูหายากและสูตรลับอื่นๆอีกร้อยกว่าเมนูได้ที่



# LUKYANG

บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก



ในยุคที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมทวีความรุนแรง การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกเป็นอีกหนึ่งวิธีง่ายๆ ที่ทุกคนสามารถช่วยลดปริมาณขยะและรักษาโลกได้ บรรจุภัณฑ์รักษ์โลกย่อยสลายง่าย รีไซเคิลได้ หรือเหลือใช้จากธรรมชาติ จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีแบรนด์มากมายที่หันมาผลิตบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ดีไซน์สวยงาม ใช้งานสะดวก ไม่ต่างจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไป

THINK TRADE THINK DTP ขอแนะนำไปพบกับแบรนด์ LUKYANG (ลูกยาง) ที่มีเจ้าของเป็นคนไทยชื่อว่า คุณลูกยาง วิรพล วงศ์เทวินต์ Designer ที่ชื่นชอบการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคุณลูกยางเห็นความสำคัญของการแยกขยะแบบ "HOME ECONOMY" เป็นการแยกขยะเพื่อนำส่วนที่มีประโยชน์มาใช้ต่อบวกกับนำภูมิปัญญาชาวบ้านที่มักจะประดิษฐ์ของใช้จากขยะภายในครัวเรือน ผสมผสานเทคโนโลยี

ให้ผลิตภัณฑ์รักษ์โลกให้มีความแข็งแรงต่อการใช้มากขึ้น เช่น ภาชนะใส่ของ ที่ทำจากกระดาษรีไซเคิล ดอกทองอุไร ดอกเบญจมาศ และดอกไม้หลากหลายชนิด และอีกสินค้าที่น่าสนใจคือ MANGOSTEEN PEEL PAPER นาฬิกากระดาษเปลือกมังคุด ซึ่งทางแบรนด์นำเปลือกมังคุดที่ทิ้งแล้วนำมารีไซเคิล โดยใช้เทคนิคพิเศษ ช่วยลดขยะจากเปลือกมังคุดได้จริง แถมดีไซเนอร์ออกมาได้น่ารัก

การผลิตและการออกแบบของ แบรนด์ LUKYANG (ลูกยาง) ได้ใส่ดีไซน์การออกแบบที่ทันสมัยจิตใจลงไป จนเข้าตากรรมการได้รับรางวัล Good Design Awards จากประเทศญี่ปุ่น และ รางวัล Design Awards ของไทยอีกด้วย

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ LUKYANG (ลูกยาง) ทำให้เห็นว่าเทรนด์รักษ์โลก ไม่สามารถมองข้ามได้อีกต่อไป เพราะนอกจากจะสร้างคุณค่าให้แบรนด์แล้ว ยังกลายเป็นไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในอนาคต และเป็นเทรนด์ที่ยั่งยืน

# แกงบวน ควรรำลึก

แกงบวน มีบันทึกมายาวนาน ในตำราอาหารเล่มที่เก่าแก่ที่สุดของไทยคือ แม่ครัวหัวป่าก์ สมัย ร.5 ผู้แต่งตำราเล่มนี้คือ ท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ซึ่งเป็นภริยาของเจ้าพระยาภาสกรวงศ์ (พร บุนนาค) คำว่า หัวป่าก์ ในชื่อตำราแม่ครัวหัวป่าก์ เขียนมี กั ตำรานี้เป็นตำราที่มีชื่อเสียงมากในสมัยนั้น

เมื่อพูดถึงแม่ครัวผู้มีฝีมือ จึงมักจะเรียกว่า แม่ครัวหัวป่าก์ ไปด้วย คำว่า ป่าก์ ในชื่อหนังสือ แม่ครัวหัวป่าก์ มาจากคำว่า ปาก (อ่านว่า ปา-กะ) ในภาษาบาลีและสันสกฤตที่แปลว่า การหุงต้ม

“แม่ครัวหัวป่า” มีต้นกำเนิดมาจากฝีมือการปรุงอาหารของ ชาวบ้านตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อคราว รับเสด็จ รัชกาลที่ 5 ณ เมืองพรหมบุรีในสมัยนั้น

พระองค์ทรงโปรดเครื่องเสวย ทั้งสำหรับคาวหวาน ที่ชาวหัวป่า ได้ทำถวายเป็นอย่างมาก จึงพระราชทานชื่อคณะแม่ครัวว่า “แม่ครัวหัวป่า”

ตามบางความเชื่อที่ว่าคำว่า บบวนมาจากเขมรแปลว่าสี นั้น ไม่มีน้ำหนักและไม่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งถ้านับแค่ส่วนประกอบ ตับ หัวใจ ปอด ม้าม ไส้ กระเพาะ หมูสามชั้น ก็เกินสี่อย่างแล้ว ตำราแม่ครัวหัวป่าก์ ก็ไม่ได้ระบุว่าต้องใช้แค่ 4 อย่าง

ฉะนั้นหลักฐานที่ยืนยันได้ชัดที่สุด ก็คือตำราแม่ครัวหัวป่าก์ ตำราทำอาหารสมัย ร.5 ซึ่งอยู่ในบริจเฉท ๓ เมนูต้มแกง บบวนจะอยู่ต่อจากแกงมัสมั่น

ชัดเจนว่า แกงบวนคือแกงของไทยแท้ๆ และในคำศัพท์ภาษาไทย ก็มีคำว่ากระบวน ซึ่งแยกรากศัพท์ออกมาได้ เป็น กระ+บวน และจากตำราแม่ครัวหัวป่าก์ ยังพบว่ามีความศัพท์หลายๆ คำ ที่สะกดไม่เหมือนปัจจุบัน และหลายคำที่ปัจจุบันเลิกใช้ไป

## แกงบวน (คำและอักษรรจากตำราแม่ครัวหัวป่าก์)

### เครื่องปรุง

เกลือหนัก ๑ สลึง ข่า หนัก สลึงเพ็ชร์ ตะครีโลกน้ำแกงหนัก ๑ เพ็ชร์ พริกไทยหนัก ๑ สลึง รากผักชี หนัก ๑ สลึง กระเทียมเผาหนักสลึงเพ็ชร์ หอมเผาหนัก ๓ บาท กะปิเผาหนัก ๒ บาท ปลาร้าล้างสะอาดเนื้อหนัก ๔ บาท ใบโหระพาหนัก ๒ ใบมะขวิดหนัก ๒ ใบมะตูม ใบเลียงหนัก ๒ หรือใบตะครีก็ได้ตามแต่จะชอบ ใช้อย่างไรอย่างหนึ่ง ไก่คั้นเอาแต่น้ำหนัก ๕๐ บาท เนื้อหมูสามชั้น หนัก ๔๘ บาท ตับหมูหนัก ๑๗ บาท หัวใจหมูหนัก ๑๑ บาท กระเพาะหมูหนัก ๑๔ บาท น้ำตาลหม้อหนัก ๑๐ บาท น้ำเค็มหนัก ๑๒ บาท น้ำปลาร้าต้มเอาแต่น้ำหนัก ๒๐ บาท ตะครีผสมในแกง หันให้ละเอียดหนัก ๓ บาท ใบมะกรูดหนักสลึงเพ็ชร์

### วิธีทำ

เอาเครื่องแกงเหล่านี้ ตำเข้าด้วยกันให้ละเอียด เอาของที่ตำแล้วละลายลงในน้ำไปไม่ ต้ปไฟให้เดือด จึงเอาเนื้อหมูสามชั้นล้างแล้วหั่นลงในหม้อเคี่ยวไป ตับหมู หัวใจหมู กระเพาะหมู ปอดหมู ของเหล่านี้ ต้มเสียก่อน แล้วจึงผสมลงไป เนื้อน้ำตาลหม้อ น้ำปลาร้า เทลงเคี่ยวไปให้คนเข้าเนื้อดี จึงเอา ตะครีหันให้ละเอียดหนัก ๓ บาท ผสมลงกับใบมะกรูด เมื่อคนเปื่อยแล้วมีตุ่มจืดเค็มตามชอบ น้ำจะเต็มน้ำตาลหม้อ น้ำเค็ม อีกก็ได้ ตักแล้วตั้งลงต้มให้รับประทาน

### หมายเหตุ

กระเพาะหมูนั้น ถ้าทำไม่ติดก็ไม่หมดกลิ่น เพราะฉะนั้นมือเวลาจะต้ม ต้องเอามา ขยี้กับเกลือเสียก่อน จึงเอาระวะตั้งไฟให้ร้อน เอากระเพาะหมูนั้นลงเกลืออก ให้หัว แล้วล้างกับน้ำอีกทีหนึ่ง ทำเช่นนี้จนหมดกลิ่น จึงต้มรวมไปด้วยกับ เครื่องในเหล่านี้ แลปลอดนั้นมิใช่อยู ให้หันข้าวออกจากปากกระวะหรือหม้อให้ ฟ่องออกให้หมด จึงหันดี แกงบวนนี้ต้องใช้เวลานานหลายชั่วโมง จึงจะเปื่อยเข้ากันดี ลางคนก็มักแกงไว้ค้างคืนเพื่อให้เปื่อยเข้าเนื้อดี แลลางที่นับรับประทานปลาร้า จะใช้วิธีปะปลากเอาแทนปลาร้าก็ได้



## ปฏิทินกิจกรรมและ งานสัมมนา

### เมษายน 2567

- 15-21** งานแสดงสินค้า Salone del Mobile 2024 ภายใต้โครงการพัฒนาสินค้าและเจาะตลาด Hospitality (Host & Home) ในอิตาลี ปี 2024
- 26** โครงการ “Export 5 F : Thai Soft Powers to the World” (Fighting, Festival, Film, Food & Fashion) ครั้งที่ 4 เสวนา Export Festival : ส่งออกเทศกาลไทย มนต์เสน่ห์ Thai Soft Power

### พฤษภาคม 2567

- 14-22** Cannes Film Festival 2024

### มิถุนายน 2567

- 3-4** โครงการบุกตลาดสินค้า BCG ในงานแสดงสินค้า Naturally Good Expo 2024
- 11-14** งานแสดงสินค้า Marché International du Film d’Animation (MIFA)
- Seoul Food & Hotel 2024
- 26-30** Seoul International Book Fair 2024



อัปเดตข่าวสารและงาน  
กิจกรรมเพิ่มเติมได้ที่

กับข้าวไทยใส่ต้มส้มแกงต้มขิง  
นกกัวปิ้งย่างมะม่วงตัวงใส่  
แกงปลาไหลไก่พะแนงแกงเทโพ  
ผัดปลาแห้งแตงโมคู่หมี

1 ใน บทกลอนจากวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี  
แต่งโดย สุนทรภู่





**THINK TRADE THINK DITP**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์