

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 21-25 กันยายน 2569

รสชาติไทยต่อยอดสู่เมนู Fusion สะท้อนโอกาสเครื่องปรุงไทยในตลาดสหรัฐฯ



Thai Aguachile

ที่มาภาพ: Eater LA / Shelby Moore

อาหารไทยเป็นที่รู้จักในตลาดสหรัฐฯ มาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมนูยอดนิยมอย่างผัดไทย ต้มยำ และแกงไทยต่างๆ แต่ปัจจุบันรสชาติอาหารไทยเริ่มถูกนำไปต่อยอดในรูปแบบใหม่มากขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเมนูอาหารไทยแบบดั้งเดิม เชฟและร้านอาหารเริ่มนำรสชาติและส่วนประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย เช่น ต้มยำ น้ำพริก คั่วกลิ้ง พริก และสมุนไพรไทย ไปผสมผสานกับอาหารจากวัฒนธรรมอื่น ซึ่งช่วยให้รสชาติไทยเข้าถึงผู้บริโภคในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น ตัวอย่างที่น่าสนใจเกิดขึ้นในนครลอสแอนเจลิส เมื่อ Eater จัดงาน Bang Bang Dinner เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2026 โดยนำ Holy Basil ร้านอาหารไทยที่นำเสนออาหารสตรีทฟู้ดสไตล์กรุงเทพฯ มาร่วมกับ Broken Spanish Comedor ของเชฟ Ray Garcia ซึ่งนำเสนออาหารเม็กซิกันร่วมสมัย ทั้งสองร้านนำเอกลักษณ์ของอาหารไทยและเม็กซิกันมาผสมผสานผ่านเมนูที่พัฒนาขึ้นเป็นพิเศษสำหรับงานดังกล่าว เมนูที่น่าสนใจ ได้แก่ Thai Aguachile ที่นำ Aguachile ซึ่งเป็นอาหารทะเลแบบเม็กซิกันมาผสมกับรสชาติไทย และ Nam Prik Tostada ที่นำ “น้ำพริก” ของไทยมาเสิร์ฟในรูปแบบ Tostada นอกจากนี้ ยังมี Kua Kling Biryani ซึ่งนำรสชาติของคั่วกลิ้งมาต่อยอดกับข้าว Biryani และ Tom Yum Chochoyote ที่นำรสเปรี้ยว เผ็ด และกลิ่นสมุนไพรของต้มยำมาผสมกับ Chochoyote หรือแป้ง Masa ปั้นเป็นก้อนที่ใช้ในอาหารเม็กซิกัน

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 21-25 กันยายน 2569

สิ่งที่น่าสนใจจากเมนูเหล่านี้ คือ เชฟไม่ได้เพียงนำอาหารไทยไปเสิร์ฟให้ผู้บริโภคสหรัฐฯ ในรูปแบบเดิม แต่เลือกหยิบ “รสชาติไทย” บางอย่างออกมาใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารประเภทอื่น ทำให้ต้มยำ น้ำพริก หรือ คั่วกลิ้ง สามารถเข้าไปอยู่ในเมนูที่ผู้บริโภคคุ้นเคยอยู่แล้วได้ ขณะเดียวกันก็ยังรักษาจุดเด่นของรสชาติไทยเอาไว้ แนวทางนี้สอดคล้องกับกระแส Fusion Food ในตลาดร้านอาหารสหรัฐฯ ข้อมูลจาก Datassential ในเดือนกรกฎาคม 2026 ระบุว่า การใช้คำว่า “Fusion” บนเมนูร้านอาหารในสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 49 ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าการนำอาหารและรสชาติจากหลายวัฒนธรรมมาผสมผสานกันมีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาเมนูของร้านอาหารสหรัฐฯ การนำรสชาติจากต่างประเทศเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากเมนูที่ผู้บริโภคไม่คุ้นเคยทั้งหมด แต่สามารถนำรสชาติใหม่ไปผสมกับอาหารหรือรูปแบบการรับประทานที่เข้าใจง่ายอยู่แล้วได้ วิธีนี้ช่วยให้ผู้บริโภคทดลองรสชาติใหม่ได้ง่ายขึ้น และเป็นแนวทางที่เราเห็นได้จากเมนู Thai-Mexican

แนวโน้มนี้สะท้อนให้เห็นว่า รสชาติไทยสามารถนำไปใช้ได้กว้างกว่าการทำอาหารไทยแบบดั้งเดิมเมนูอย่างต้มยำ น้ำพริก หรือ คั่วกลิ้ง สามารถนำไปผสมผสานกับอาหารประเภทอื่นได้ จึงช่วยเพิ่มโอกาสให้วัตถุดิบ และเครื่องปรุงไทย เช่น น้ำปลา ซอสพริก เครื่องแกง กะทิ พริกแห้ง ตะไคร้ ใบมะกรูด และสมุนไพรไทย เข้าถึงตลาด Foodservice ในสหรัฐฯ ได้มากขึ้น ผู้ผลิตไทยสามารถต่อยอดจากจุดนี้ด้วยการพัฒนาสินค้าที่ใช้งานสะดวก เช่น ซอสต้มยำ เครื่องปรุงคั่วกลิ้ง เครื่องแกง หรือซอสไทยสำเร็จรูป เพื่อให้ร้านอาหารนำไปใช้พัฒนาเมนูได้ง่ายและรักษารสชาติให้สม่ำเสมอ นอกจากนี้ การมีคำแนะนำวิธีใช้ สูตรอาหาร หรือไอเดียเมนูที่เข้ากับอาหารที่ผู้บริโภคอเมริกันคุ้นเคย จะช่วยให้ผู้ซื้อเห็นภาพการนำสินค้าไปใช้ได้ชัดเจนขึ้น งาน Bang Bang Dinner ในลอสแอนเจลิส เป็นตัวอย่างที่น่าสนใจของการนำรสชาติไทยมาผสมกับอาหารจากวัฒนธรรมอื่น โดยต้มยำ น้ำพริก และคั่วกลิ้งถูกนำไปสร้างเมนูในรูปแบบใหม่ ขณะเดียวกัน กระแส Fusion Food ในตลาดร้านอาหารสหรัฐฯ ก็เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจสำหรับเครื่องปรุงและวัตถุดิบไทยในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และเพิ่มการรับรู้รสชาติไทยในตลาดสหรัฐฯ



Kua Kling Biryani Kua Kling Biryani
ที่มาภาพ: Eater LA / Shelby Moore

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด

รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐฯ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส



วันที่ 21-25 กันยายน 2569

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณาขยายกลุ่มเป้าหมายของเครื่องปรุงและวัตถุดิบไทยไปยังร้านอาหารและผู้ประกอบการ Foodservice ในสหรัฐฯ มากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์และสามารถนำไปใช้กับอาหารประเภทอื่นได้ เช่น เครื่องแกง ซอสปรุงรส น้ำพริก และส่วนผสมสำหรับต้มยำ นอกจากนี้ การพัฒนาสินค้าให้อยู่ในรูปแบบที่ใช้งานสะดวกและมีคำแนะนำวิธีใช้ที่ชัดเจน รวมถึงการนำเสนอสูตรอาหารหรือตัวอย่างเมนูสำหรับการประยุกต์ใช้เครื่องปรุงไทยกับอาหารประเภทต่าง ๆ จะช่วยให้ผู้ซื้อและร้านอาหารเห็นแนวทางการนำสินค้าไปใช้ได้ง่ายขึ้น และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ในตลาดสหรัฐฯ



Nam Prik Tostada
ที่มาภาพ: Eater LA / Shelby Moore



ที่มาภาพ: Eater LA / Shelby Moore

ที่มาสำนักข่าว: Eater LA เรื่อง: Eater's Bang Bang Dinners Kicked Off in Los Angeles โดย: Eater Staff

ที่มาสำนักข่าว: Bar & Restaurant เรื่อง: What restaurant and bar operators should be watching in 2026 โดย: Andrew Chen, Datassential

Disclaimer: ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเท่านั้น โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลสาธารณะที่เปิดเผย ผู้ประกอบการควรตรวจสอบกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกาที่รับผิดชอบโดยตรงก่อนตัดสินใจดำเนินธุรกิจหรือการส่งออก โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิสจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด