

# DLA MAGAZINE

*Think to Achieve*

เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทย  
บุกตลาดใหม่  
ในลาตินอเมริกา  
กับเทรนด์สินค้าแห่งอนาคต

**SEMANA DE PAÍSES AMIGOS**

ย่อประเทศ **ไทย**

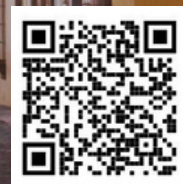
ไว้ใจกลาง **โคลอมเบีย**

**ช้อป ชิม โชว์**

กับงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม  
**THAIFEX - ANUGA ASIA 2022**

อาหารไทยกับไวน์ชิลี  
มิติใหม่แห่งการผสมผสาน  
ข้ามวัฒนธรรม

ทาโก้ **101** ทำความรู้จัก  
อาหารประจำชาติเม็กซิโก



App Store



Google Play



05



13



22



29



36

# CONTENTS

## เปิดหน้าต่างสู่โลกลาตินอเมริกา

**03**    บทบรรณาธิการ

**22**    **Semana de Países Amigos**  
ย่อประเทศไทยไว้ใจกลางโคลอมเบีย

ลักษมณย์ นนทน์ภัสพงศ์  
นิสิตฝึกงานกองลาตินอเมริกา

**05**    งาน สัมมนา “เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทยฯ

พิชญาภา ปัญญาศิริ  
เจ้าหน้าที่โครงการ DLA

**29**    อาหารไทยกับไวน์ชิลี: มิติใหม่แห่งการ  
ผสมผสานข้ามวัฒนธรรม

เอียรธร เอียรสูตร  
นิสิตฝึกงานกองลาตินอเมริกา

**13**    **Thaifex-Anuga Asia 2022**

ภัชชกร หาญกิตติวัฒน์ และทีม DLA  
เจ้าหน้าที่โครงการ DLA

**36**    ทาโก้ 101 ทำความรู้จักอาหารประจำ  
ชาติเม็กซิโก

พงศ์สิน เทพเรืองชัย  
ประจำการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเม็กซิโก  
ระหว่างปี พ.ศ. 2556 - 2560

# EDITOR'S NOTE

**DLA Magazine** ก้าวเข้าสู่ฉบับที่หก พร้อมกับโลกที่กำลังเปลี่ยนผ่านกลับสู่การออฟไลน์ มองผิวเผินอาจเหมือนการกลับสู่ภาวะปกติก่อนโลกจะรู้จักโรคระบาดโควิด-19 แต่ที่จริงแล้วนี่คือภาวะแห่ง “ความปกติใหม่”

เพราะห้วงเวลาแห่งโรคระบาดครั้งล่าสุดนี้ได้เปลี่ยนแปลงโลกของเราไปตลอดกาล การไปมาหาสู่กันที่เคยจำกัดอยู่เพียงการเดินทางตามวิถีเดิม กลับเพิ่มเติมจนเกิดเป็นทางเลือกใหม่ ๆ ผ่านเทคโนโลยี สื่อสารและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ ที่ช่วยย่นระยะทาง เชื่อมต่อดินแดนจากต่างซีกโลกให้ใกล้กัน เป็นที่น่าชื่นชมว่าแม้ในยามที่ต้องเผชิญความเปลี่ยนแปลงอันท้าทาย ทุกภาคส่วนก็ยังคงสานต่อพลังความร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือ ไม่ลืมที่จะมองไปยังอนาคตข้างหน้า นอกจากนี้ ความท้าทายที่มนุษยชาติกำลังเผชิญ โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม อาหาร และพลังงาน ก็ทำให้เราต้องปรับจุดโฟกัสไปยังอนาคตที่มีความยั่งยืนมากขึ้น

ใน **DLA Magazine** ฉบับนี้ เราชวนท่านผู้อ่านมาส่องกล้องมองอนาคตเพื่อ “เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทย บุกตลาดใหม่ในลาตินอเมริกา” ผ่านมุมมองของผู้คร่ำหวอดในวงการธุรกิจไทย-ลาตินฯ เกี่ยวกับเทรนด์สินค้าแห่งอนาคต โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเราโดยตรงอย่างอาหารแห่งอนาคต และนวัตกรรมเกี่ยวกับอาหารต่าง ๆ รวมถึงแลกเปลี่ยนแนวทางการแสวงหาโอกาสความร่วมมือในสาขาที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG



ตามด้วยการพาทุกท่านไปร่วม Re-imagine the Future of Food & Beverage Industry ในงานแสดงสินค้าและนวัตกรรมอาหาร-เครื่องดื่ม “THAIFEX - Anuga Asia 2022” ซึ่งได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดี และชี้ชัดถึงความพยายามของทุกภาคส่วนที่จะขยายโอกาสความร่วมมือในบริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งทั่วโลกกำลังตื่นตัวและขับเคลื่อนไปด้วยกัน

ต่อจากนั้น เราจะพาท่านผู้อ่านไปชมการทำงานในอีกซีกโลกของ “เพื่อนร่วมทีม” ของเรา สถานเอกอัครราชทูตไทยและทีมประเทศไทยในลาตินอเมริกา - ที่ทำงานอย่างเข้มข้นคู่ขนานกันไปเพื่อส่งเสริมความนิยมไทยและนำประเทศไทยเข้าใกล้ชาวลาตินอเมริกามากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะผ่านการจับคู่ (pairing) “อาหารไทย-ไวน์ชิลี” ของดีขึ้นชื่อของทั้งสองประเทศ หรือจะเป็นการนำวัฒนธรรมไทยที่ชาวลาตินฯ หลายคนอาจเคยรู้จักเพียงผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น มวยไทย นวดไทย หรือ T-POP ไปให้ชาวลาตินฯ ได้สัมผัสของจริงถึงถิ่น ปิดท้ายด้วยการพาไปรู้จักอาหารประจำชาติยอดนิยมของเม็กซิโกอย่างทาโก้ เมนูที่ไม่ได้มีแค่ความอร่อย แต่ยังแฝงวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ของประเทศด้วย

จนถึงตอนนี้ ท่านผู้อ่านหลายท่านอาจได้ประจักษ์แล้วว่าความสัมพันธ์ ไทย-ลาตินอเมริกามีมากมายหลายมิติให้เราได้ discover - สำรวจและค้นพบ โดยกองบรรณาธิการ DLA Magazine ได้นำเสนอแง่มุมเหล่านั้นผ่านนิตยสารออนไลน์ฉบับก่อน ๆ ไม่ว่าจะด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยว อาหาร กีฬา อุตสาหกรรมบันเทิง รวมไปถึงการค้าการลงทุน ตามแนวคิดหลักเบื้องหลังการทำงานของพวกเรา คือ “ไทยและลาตินอเมริกา ใกล้กันมากกว่าที่คิด” เพื่อให้ท่านผู้อ่านได้รู้จักลาตินอเมริกาและสัมผัสได้ถึง “ความใกล้กัน” อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ฉันมิตร รวมกันเป็นฐานรากให้เราต่อยอดความร่วมมือในด้านอื่น ๆ อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

เราจึงขอชวนท่านผู้อ่าน **DLA Magazine** ฉบับนี้มามองอนาคตความร่วมมือไทย-ลาตินฯ มิตรต่างภูมิภาคที่มีศักยภาพหลากหลายให้เราแลกเปลี่ยนและต่อยอด มีความร่วมมือมากมายให้ส่งเสริมและขับเคลื่อนไปด้วยกัน และมีความพยายามเชื่อมสัมพันธ์ไทย-ลาตินฯ จากทุกภาคส่วนที่กำลังผลิดอกออกผล และจะเติบโตเป็นต้นไม้ใหญ่ที่ยืดหยุ่นและยั่งยืนบนผืนดินแห่งอนาคต

นาฏริยา นพคุณ พรหมโยธี  
(ผู้อำนวยการกองลาตินอเมริกา)  
บรรณาธิการบริหาร



## เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทย บุคคลาใหม่ ในตลาดอเมริกา กับเทรนด์สินค้าแห่งอนาคต

เรื่อง: พิชญภา ปัญญาศิริ  
ภาพ: ทีม DLA

ใน DLA Magazine ฉบับที่ 2 ทีม DLA ได้พาไปรู้จักกับศักยภาพด้านการค้าการลงทุนของประเทศในลาตินอเมริกาและแคริบเบียนและโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยที่สนใจตลาดในอีกฟากฝั่งโลกไปแล้วในบทความเรื่อง “ลาตินอเมริกาและแคริบเบียน: ภูมิภาคแห่งโอกาสและศักยภาพในการประกอบธุรกิจ” ที่มาจากการประมวลผล “งานสัมมนาโอกาสในการประกอบธุรกิจในลาตินอเมริกาและแคริบเบียน” ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตลาตินอเมริกาและแคริบเบียนในไทย 9 ประเทศ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2564 และผลการหารือทางไกลระหว่างสถานเอกอัครราชทูตและทีมประเทศไทยในภูมิภาคลาตินอเมริกากับสภาธุรกิจไทย-ลาตินอเมริกา เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2564 ซึ่งกิจกรรมทั้งสองส่วนจัดขึ้นโดยกรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ

เพื่อรักษาพลวัตแห่งการแสวงหาโอกาสและความร่วมมือใหม่ ๆ ระหว่างไทยกับลาตินอเมริกา ใน DLA Magazine ฉบับนี้ ทีม DLA จะขอพาทุกท่านไปร่วม “เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทย บุคคลาใหม่ในตลาดอเมริกา” ผ่านสายตาคู่มีประสบการณ์ตรงจากภาคธุรกิจที่ทำให้เกียรติมาถ่ายทอดมุมมองที่กลั่นกรองจากประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับเทรนด์สินค้าแห่งอนาคตและโอกาสความร่วมมือโดยเฉพาะในสาขาที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เพื่อตอบรับกับวาระการพัฒนายั่งยืนที่ทั่วโลกกำลังขับเคลื่อนไปด้วยกัน

ไทยและลาตินอเมริกาต่างก็กำลังมองไปข้างหน้าและมุ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่อนาคต ด้วยเทรนด์ที่คล้ายคลึงกัน แลกเปลี่ยนและส่งเสริมกันและกันได้ เป็นเสมือนเพื่อนที่ like-minded คิดอะไรคล้าย ๆ กัน



# อาหารแห่งอนาคต (Future Food) เทรนด์โลกที่ตอบโจทย์ศักยภาพไทย-ลาติน

ทราบกันหรือไม่ว่า ประเทศไทยก็มีจุดเด่นเรื่อง Future Food ไม่แพ้ชาติใดในโลก?

อาหารแห่งอนาคต (Future Food) เป็นอาหารที่ได้รับการพัฒนาให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและตามทันกระแสของอนาคต ทั้งกระบวนการผลิตที่ปรับให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและดีต่อสุขภาพมากขึ้นหันมาใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิตหรือแปรรูปอาหารมากขึ้น รวมทั้งเน้นแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอาหารอันเป็นหนึ่งในวาระการพัฒนายั่งยืนของสหประชาชาติ โดยอาหารแห่งอนาคตแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามลักษณะของอาหาร ได้แก่ Functional Food อาหารเสริมสุขภาพ Medical Food อาหารทางการแพทย์ Organic Good อาหารอินทรีย์ และ Novel Food อาหารที่ผลิตขึ้นมาใหม่ทางนวัตกรรม

คุณวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา รองประธานกรรมการหอการค้าไทย ประธานคณะกรรมการอาหารแปรรูปและอาหารแห่งอนาคต (Processed Food and Future Food Committee: PFC) และประธานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผู้ให้เกียรติมาเป็นหนึ่งในวิทยากรคนสำคัญจากภาคธุรกิจในงานสัมมนา “เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทยบุกตลาดใหม่ในลาตินอเมริกา” ที่จัดโดยกรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565



คุณวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา รองประธานกรรมการหอการค้าไทย

ถ่ายทอดให้เราฟังว่า ที่จริงแล้วศักยภาพด้านผลผลิตทางการเกษตรของประเทศไทยนั้นสามารถนำมาขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคตได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะ “plant-based food” หรืออาหารที่ทำจากพืชเป็นหลัก เช่น เนื้อวัวที่หน้าตาและรสชาติเหมือนเนื้อจริง ๆ แต่ทำจากพืช คุณวิศิษฐ์ชี้ให้เราเห็นว่า ที่จริงประเทศไทยทำแบบนี้มานานแล้ว แม้ว่าเริ่มแรกจะยังไม่เหมือนเนื้อสัตว์มากเท่าตอนนี้ ให้ลองนึกถึงเทศกาลกินเจที่มีการดัดแปลงอาหารให้รูปร่างหน้าตาเหมือนเมนูชาหมูหรือเนื้อสัตว์ต่าง ๆ เพื่อคนกินเจจะได้ไม่เบื่อ



ในสมัยก่อนอาจจะยังรับประทานแล้วรู้ว่า ทำมาจากแป้งชัดเจน เพราะถึงจะหน้าตาเหมือน เนื้อสัตว์ แต่รสชาติยังไม่ใช่ แต่ต่อมาก็มีการวิจัย และพัฒนามาเรื่อย ๆ เช่นฝั่งประเทศตะวันตก ที่มีการสร้างนวัตกรรม อย่างแบรนด์ Beyond Meat ที่ผลิตเนื้อสัตว์จากโปรตีนพืช หรือแบรนด์ Impossible Foods ที่ผลิตเนื้อหมูเทียมจาก ถั่วเหลืองซึ่งให้โปรตีนใกล้เคียงเนื้อหมูจริง และไม่มีคอเลสเตอรอล ออกมาเป็นทางเลือก ให้ผู้บริโภคจนติดตลาดเนื่องจากรสชาติ ใกล้เคียงเนื้อสัตว์และคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ด้อยไปกว่ากัน เช่น เนื้อเบอร์เกอร์ ที่ตอนนี้ หาซื้อมได้ตามร้านเบอร์เกอร์ต่าง ๆ มากมาย

ส่วนในฝั่งประเทศไทยนั้น คุณวิศิษฐ์เล่าว่า ที่จริง วัตถุดิบหลักของอาหาร plant-based ทั่วโลก ประมาณ 60% ยังมาจากถั่วเหลือง ซึ่งไทยก็นำเข้า ถั่วเหลืองจากลาตินอเมริกา เพราะเป็นภูมิภาค ที่มีพื้นที่เพาะปลูกกว้างใหญ่และเทคโนโลยี การเกษตรค่อนข้างก้าวหน้า มีการลงทุนด้าน เครื่องจักรเพื่อเกษตรกรรมค่อนข้างมาก ต้นทุน การผลิตถั่วเหลืองของลาตินอเมริกาจึงต่ำกว่า ไทยมาก โดยปีหนึ่ง ๆ ไทยผลิตถั่วเหลืองเอง ได้เฉลี่ยไม่เกิน 5 หมื่นตัน แต่นำเข้ามากถึง 3 ล้านตัน ทั้งนี้ นำมาผลิตอาหารและผลิตน้ำมัน

คุณสรยุทธ ชาสสมบัติ เอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมา เปรู





แม้จะฟังพาดหัวเหลืองมาก ไทยก็ไม่ได้หยุดอยู่แค่ วัตถุดิบเดิม ๆ แต่มีการศึกษาวิจัยและทดลองใช้ วัตถุดิบอื่น ๆ ที่ทำได้ในประเทศมาทดแทนเนื้อสัตว์ อยู่อย่างต่อเนื่อง เช่น เนื้อขนุนอ่อน ที่ให้รสสัมผัส คล้ายเนื้อไก่หรือเนื้อหมูฉีก หัวปลี ที่มีเส้นใย เหนียวแน่น ให้รสสัมผัสคล้ายเนื้อสัตว์ หรือ เห็ดตระกูลต่าง ๆ โดยเฉพาะเห็ดแครงจากภาคใต้ นำมาผ่านกระบวนการให้รูปลักษณะ รสสัมผัส และสารอาหารใกล้เคียงเนื้อสัตว์ของจริงมากที่สุด และยังสามารถประกอบอาหารได้เช่นเดียวกับเนื้อจริง ๆ ด้วย



คุณวิศิษฐ์ชี้ว่า สิ่งสำคัญก็คือไทยไม่ได้มุ่งทำ ตลาดเบอร์เกอร์ตามฝั่งตะวันตก แต่นำมาปรับ ให้เป็นเมนูอาหารไทยที่คุ้นเคยกัน และทำใน รูปแบบพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) เช่น พัดกะเพรา plant-based ลาบทอด plant-based หรือทอดมัน plant-based ซึ่งก็เริ่มมี วางขายให้ทดลองชิมกันแล้ว และพัฒนาโดย Startup สัญชาติไทย ของคนไทยเราเอง

นอกจากนี้ ยังมีอาหารแห่งอนาคตอีกประเภท หนึ่งที่ประเทศไทยทำได้ดีและยังขยายผลต่อไป ได้อีกมาก นั่นคือ “โปรตีนจากแมลง” ที่จัดเป็น Novel Food หรือ อาหารใหม่ นั่นเอง

สหภาพยุโรป (EU) ให้คำนิยาม Novel Food ว่า อาหารหรือส่วนประกอบของอาหารที่ไม่มีประวัติ การบริโภคภายใน EU ก่อนวันที่ 15 พฤษภาคม 2540 และได้แบ่ง Novel Food ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) อาหารที่สกัดหรือพัฒนาด้วยนวัตกรรมใหม่ (New Substance)
- 2) อาหารที่ผลิตจากแหล่งโภชนาการใหม่ (New Source)
- 3) อาหารที่ผลิตจากกรรมวิธีรูปแบบใหม่ (New Technique) และ
- 4) อาหารแบบดั้งเดิมที่มีการบริโภคโดยทั่วไปนอกกลุ่ม EU (Traditional Food in 3rd Countries)

ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์  
([https://appdb.tisi.go.th/tis\\_devs/regulate/eu/pdf/Novel%20Foods.pdf](https://appdb.tisi.go.th/tis_devs/regulate/eu/pdf/Novel%20Foods.pdf))

โปรตีนจากแมลงเป็นตัวตอบโจทยอนาคต เพราะประหยัดทั้งพื้นที่ ทรัพยากร และอาหารที่ใช้เลี้ยง เช่นหากเทียบการเลี้ยงจิ้งหรีดกับการเลี้ยงปลุสัตว์อย่างวัว การเลี้ยงจิ้งหรีดจะใช้น้ำและอาหารน้อยกว่าถึง 20 เท่า และใช้พื้นที่น้อยกว่ามากเพราะมีแค่โรงเรือนก็เพาะเลี้ยงจิ้งหรีดได้ อีกทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย คุณวิศิษฐ์ สรุปลให้ฟังว่า ทั้งหมดนี้เป็นตัวอย่างว่า Future Food ที่ประเทศไทยวิจัยและพัฒนาขึ้นมาก็สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับความพยายามแก้ไขปัญหาล้างแวดล้อมอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับเป้าหมายการขจัดความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหาร ยุกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (2030 Agenda for Sustainable Development) ของสหประชาชาติ และตอบโจทยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ-หมุนเวียน-สีเขียว (BCG Economy) ที่ทั้งไทยและประเทศในลาตินอเมริกาให้ความสำคัญ โดยเฉพาะด้านการปลักดันอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



หากดูตัวเลขการค้าย้อนหลังไป 10 ปี (2010-2021) 2021) จะพบว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารแห่งอนาคต (Future Food) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ในปี 2010 ไทยส่งออกอาหาร 820,778 ล้านบาท คิดเป็นการส่งออก Future Food 55,386 ล้านบาท ล่าสุดปี 2020 (2563) ที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 การส่งออกอาหารมีมูลค่า 1.09 ล้านล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นการส่งออก Future Food ถึง 123,146 ล้านบาท หรือคิดเป็น 10% และล่าสุดช่วง 8 เดือนแรก (ม.ค.-ส.ค.) ของปี พ.ศ. 2565 ไทยส่งออกอาหาร 806,430 ล้านบาท เป็น Future Food 71,570 ล้านบาท

ที่มา: ประชาชาติธุรกิจ (<https://www.prachachat.net/economy/news-780566>)

# เจาะตลาดลาตินอเมริกา ไม่ยากอย่างที่คิด

ในงานสัมมนาฯ ของเรา อีกหนึ่งวิทยากรคนสำคัญจากภาคธุรกิจที่มาแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับการค้าการลงทุนกับลาตินอเมริกา คือคุณมนตรี มหาพฤกษ์พงศ์ ประธานสภาธุรกิจไทย-ลาตินอเมริกา หนึ่งในสี่สภาธุรกิจระดับภูมิภาคของไทย (ตะวันออกกลาง แอฟริกา ยุโรป และลาตินอเมริกา) ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการค้าระหว่างไทยกับลาตินอเมริกา ซึ่งคุณมนตรีได้ถ่ายทอดมุมมองให้เราฟังว่า การขยายช่องทางค้าขายกับลาตินอเมริกานั้น ทางสภาธุรกิจฯ ได้เริ่มจากการตั้งจุดโฟกัสที่กลุ่มประเทศลาตินอเมริกา และแคริบเบียน (Group of Latin American and the Caribbean countries หรือ GRULAC) ในประเทศไทยทั้ง 9 ประเทศ ได้แก่ อาร์เจนตินา บราซิล ชิลี โคลอมเบีย คิวบา กัวเตมาลา เม็กซิโก ปานามา และเปรู ซึ่งทุกประเทศมีสถานเอกอัครราชทูตในประเทศไทยด้วย

และชี้ว่า แม้ลาตินอเมริกาจะอยู่ห่างไกล แต่ก็เป็ตลาดที่ใหญ่และมีศักยภาพมาก มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับประเทศในลาตินอเมริกาเพิ่มสูงขึ้นทุกปีแม้ในช่วงโควิด-19 ปัจจัยที่ทำให้ตลาดลาตินอเมริกาเป็นตลาดสำคัญคือทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่กว่า 665 ล้านคน ถือว่าเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ค่อนข้างใหญ่ปัจจัยต่อมาคือทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เพราะในโลกยุคปัจจุบันนี้ สิ่งสำคัญที่สุดคือต้นทุนของพลังงานและแร่ธาตุต่าง ๆ เพราะหากประเทศใดมีทรัพยากรเหล่านี้อยู่ในมือก็จะสามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจได้รวดเร็วกว่าเนื่องจากพลังงานและแร่เป็นสิ่งที่ต้องการสูงมากจากทั่วโลก โดยเฉพาะในด้านสาธารณสุขด้านอุตสาหกรรมเหล็ก และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

คุณภูริต ภูญชร ณ อยุธยา อดีต กรรมการผู้จัดการบริษัท ข้าวสาร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด



คุณมนตรี มหาพฤกษ์พงศ์ ประธานสภาธุรกิจไทย-ลาตินอเมริกา



ในเรื่องการค้าขาย คุณมนตรีเล่าว่า หลายคนจะกังวลว่าไทยจะนำอะไรไปขายทางลาตินอเมริกา แต่ในฐานะผู้ดูแลสภาธุรกิจไทย-ลาตินอเมริกา คุณมนตรีมองว่าไทยและลาตินอเมริกาต้อง “give and take” ไม่จำเป็นต้องไปขายเขาอย่างเดียว แต่เปลี่ยนจุดโฟกัสมาเป็นการเพิ่ม value (มูลค่าหรือคุณค่า) ของสินค้าและบริการที่ทั้งสองฝ่ายสามารถสนับสนุนกันได้ คุณมนตรียกตัวอย่างในเรื่องการนำเข้าสินค้าอาหารทะเลจากลาตินอเมริกามาแปรรูปที่ไทยเพื่อส่งกลับไปขาย เช่น ประเทศไทยไม่มีทุ่นา เราจับทุ่นาเองไม่ได้ แต่เราซื้อทุ่นาจากกลุ่มประเทศในลาตินอเมริกามาต่อยอด ทำเป็นสินค้าส่งออก จนทำให้เราส่งออกทุ่นากระป๋องได้เป็นอันดับต้น ๆ ของโลก หรือแทนที่จะแข่งขันกันด้านเทคโนโลยี อาจปรับมาเป็นการแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญและขยายความร่วมมือกัน โดยเฉพาะในสาขา BCG (Bio-Circular-Green Economy) ที่มีความพยายามผลักดันมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เพราะลาตินอเมริกามีศักยภาพด้าน BCG ไม่แพ้ไทย ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicles หรือรถ EV)

เครื่องใช้ไฟฟ้า แร่ (mineral) โดยเฉพาะลิเทียม ที่นำมาทำแบตเตอรี่รถยนต์ EV เอทานอล หนึ่งในจุดเด่นของประเทศบราซิล Startup ที่เป็นความถนัดของซิลี อาหารแห่งอนาคต จุดเด่นของเปรู รวมถึงโปรตีนจากจิ้งหรีด โอกาสความร่วมมือกับเม็กซิโก ซึ่งทั้งหมดนี้คุณมนตรีเห็นว่าแทนที่จะแข่งขันกัน ไทยและลาตินอเมริกาสามารถหันมาแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญและเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อพัฒนาไปพร้อมกันได้ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีการเกษตรและพลังงานทางเลือกที่ลาตินอเมริกามีความเชี่ยวชาญ ซึ่งนอกจากจะช่วยเปิดโอกาสทางธุรกิจในลาตินอเมริกาให้กับผู้ประกอบการไทยได้อีกมากมายแล้วยังเกิดประโยชน์กับทั้งสองฝ่ายในแง่ของการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนและใส่ใจสิ่งแวดล้อม

สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับคุณมนตรีคือการปรับ mindset ลองมองในมุมใหม่ ๆ ที่แตกต่างออกไป แล้วผู้ประกอบการไทยจะเจาะตลาดใหม่ในลาตินอเมริกาได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น



# BCG ของลาตินอเมริกา

ข้อมูลประมวลจากงานสัมมนา  
เจาะกลยุทธ์ธุรกิจไทย บุกตลาดใหม่ในลาตินอเมริกา



## เม็กซิโก

- ห้ามใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง



## เปรูและโคลอมเบีย

- ให้ความสำคัญและดำเนินนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเข้มข้น เปรูมี Roadmap ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนสำหรับภาคอุตสาหกรรม โคลอมเบียมียุทธศาสตร์เศรษฐกิจหมุนเวียนแห่งชาติตั้งแต่ปี 2561
- สาขาที่มีศักยภาพของเปรูและโคลอมเบียที่สอดคล้อง BCG Model ของไทย: การเกษตร อาหาร สุขภาพและอุปกรณ์การแพทย์ พลังงาน การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจสร้างสรรค์



## ชิลี

- โดดเด่นเรื่องการพัฒนาระบบการชำระเงิน (Payment Gateway) สอดคล้องกับธุรกิจสีเขียว
- เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในประเทศ



## คอสตาริกา

- หนึ่งในผู้นำของโลกเรื่อง Green Economy



## บราซิล

- เป็นแหล่งปลูกอ้อยอันดับ 1 ของโลก
- รัฐบาลสนับสนุนให้นำซากอ้อยไปหมัก เปลี่ยนเป็นน้ำตาลเพื่อให้ได้เอทานอลแทนที่จะเผาและก่อมลพิษ



## อาร์เจนตินา

- นำเศษวัสดุเหลือใช้จากการเกษตรมาดัดแปลง เป็นแหล่งพลังงานทางเลือกใหม่ เช่น นำขังข้าวโพดมาอัดเม็ดแล้วเผาให้พลังงาน พัฒนาไปสู่โรงไฟฟ้าชุมชน

ไทยสามารถขยายความร่วมมือด้าน BCG กับประเทศเหล่านี้ โดยใช้ศักยภาพด้านการผลิตอาหารแห่งอนาคต (future food) โดยเฉพาะอาหารที่ผลิตจากพืช (plant-based food) และโปรตีนจากแมลง และอาจสามารถเชื่อมโยงมิติของอาหารเข้ากับสื่อบันเทิงของไทยที่กำลังได้รับความนิยมในลาตินอเมริกา เพื่อเผยแพร่ให้ผลิตภัณฑ์อาหารไทยเป็นที่รู้จักในวงกว้างยิ่งขึ้น

# ช้อป ชิม โชว์ กับงานแสดงสินค้า thai **ANUGA ASIA 2022**



เรื่องและภาพ: ภิชพร หายกิตติวัฒน์  
และทีม Discover Latin America (DLA) กระทรวงการต่างประเทศ

จบลงด้วยความสำเร็จกับงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม “THAIFEX - Anuga Asia 2022” ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 24 - 28 พฤษภาคม 2565 ณ เมืองทองธานี ภายใต้แนวคิดหลัก Re-imagine the Future of Food & Beverage Industry ด้วยการพนักำลั้งกันระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หอการค้าไทย และโคโลญเมสเซ่ (Koelnmesse) ผู้จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจากเยอรมนี ซึ่งได้นำผู้ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพ ทั้งไทยและเทศ กว่า 1,600 ราย มาจัดแสดงสินค้า จับคู่ธุรกิจ และ showcase ความก้าวหน้าของนวัตกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีผู้สนใจรวมถึงนักลงทุนในอุตสาหกรรมอาหาร เข้าชมงานกว่า 5 หมื่นคนจาก 111 ประเทศทั่วโลก สร้างเม็ดเงินจากการสั่งซื้อมูลค่ารวมกว่า 1,850 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

**THAIFEX** ถือเป็นแพลตฟอร์มสำคัญที่ช่วยขยายโอกาสการเติบโตของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทย และช่วยส่งเสริมการพัฒนาแลกเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารระหว่างไทยกับนานาชาติ ซึ่งงานปีนี้จัดขึ้นเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 ถือเป็นกิจกรรมต้อนรับการเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบของไทย



thaipeX

ทีม DLA กองลาตินอเมริกา ได้มีโอกาสไปสัมผัสกับบรรยากาศคึกคักในงานครั้งนี้ด้วยเช่นกัน มีผู้คนมากมายเดินชมบูธต่าง ๆ ทั้งจากไทยและจากต่างชาติ อาทิ สหรัฐอเมริกา จีน อิตาลี ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย เวียดนาม สิงคโปร์ ลาว และมาเลเซีย แต่เป้าหมายแรกที่เราพุ่งตัวไปก็คือโซนจัดแสดงของประเทศลาตินอเมริกา

เริ่มต้นด้วยบูธของประเทศเปรู ประเทศที่ได้รับการขนานนามว่าเป็น “Foodie Destination” หรือจุดหมายปลายทางของนักกิน ซึ่งเราเคยนำเสนอเรื่องราวความโดดเด่นของอาหารเปรูและความคล้ายคลึงกับอาหารไทยไปแล้วใน DLA Magazine ฉบับก่อน ๆ และด้วยรสชาติอาหารที่โดดเด่นและวัฒนธรรมอาหารหลากหลายมาผสมกันอยู่ในจานอาหารของเปรู บูธเปรูจึงนำพาความอร่อยมานำเสนอหลากหลายรูปแบบ ทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูป ถั่วต่าง ๆ ไปจนถึงอาหารเปรูคาวหวาน หลากรสที่นำมาให้ชิมกันถึงที่







นอกจากซอสแล้วก็ยังมีสินค้าอื่นที่น่าสนใจ เช่น เนื้อผลไม้ที่ผ่านการพาสเจอร์ไรซ์ทำให้เก็บได้นาน และสามารถนำไปทำไอศกรีมหรือเมนูเบเกอรี่ได้ และยังมีอาหารเปรูมาแนะนำให้รู้จัก จากฝีมือปรุงของเชฟที่บินตรงมาจากเปรู อย่าง เกาซา (Causa) ที่มีมันฝรั่งเป็นตัวหลัก เสริมด้วยไข่ต้มและซอส ตบท้ายด้วยสลัดคีนัวใส่มะเขือเทศ เพต้าชีส อะโวคาโด แดงกวา รสชาติสดชื่น และของหวาน เป็นการตบท้าย



เดินต่อไปไม่กี่ก้าวก็พบกับบูธประเทศในภูมิภาคเดียวกันที่ตั้งอยู่ติดกัน สิ่งแรกที่ยื่นออกมาต้อนรับเราก็คือกลิ่นกาแฟหอมกรุ่นจากบูธประเทศบราซิล ด้วยความที่บราซิลเป็นประเทศที่มีภูมิศาสตร์เหมาะกับการปลูกกาแฟ ทั้งด้านอุณหภูมิ สภาพดิน ความสูงจากระดับน้ำทะเล กาแฟบราซิลจึงมีคุณภาพสูง และเป็นผู้ส่งออกกาแฟรายใหญ่ของโลกอีกด้วย ซึ่งหลังจากถูกดึงดูดเข้าไปในบูธด้วยกลิ่นกาแฟหอม ๆ ผู้เขียนก็ได้มีโอกาสลิ้มรสกาแฟขงสด ๆ จากเมล็ดกาแฟสัญชาติบราซิลที่นำเข้ามาให้ผู้สนใจได้แวะจิบอีกด้วย เป็นอเมริกาโนคั่วอ่อน รสชาติออกเปรี้ยว เจือกลิ่นดอกไม้และผลไม้หวานสดชื่น และยังมีเอสเปรสโซ่ช็อคตรสเข้ม หอม นุ่ม ถูกใจคอกาแฟ



# Acai Berry



นอกจากนี้ยังมี Superfood ที่ขึ้นชื่อของบราซิล อย่าง “อาซาอีเบอร์รี่” (Açaí) จากป่าแอมะซอน นำมาเสิร์ฟถึงไทยโดยที่เราไม่ต้องบินไปถึงบราซิล อาซาอีถือว่าเป็นผลไม้ที่หาง่ายมากในป่าแอมะซอนโดยเฉพาะในเขตประเทศบราซิล ง่ายขนาดที่ว่าเดินเข้าป่าไปก็เจอเลย คำว่า Açaí มาจากภาษา Tupi Guarani ภาษาของชนพื้นเมืองบราซิลหลายเผ่า แปลว่า “ผลไม้ร้องไห้” เพราะเวลาที่รุดเก็บอาซาอีจากก้าน (อาซาอีเป็นพืชตระกูลปาล์ม) ผลของมันจะร่วงหล่นลงมาเหมือนหยดน้ำตาตัวเอง เจ้าผลไม้ร้องไห้ นี้มีสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidant) สูงเป็นอันดับต้น ๆ ในบรรดาผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ และมีคุณประโยชน์ต่อร่างกายมากมาย ทั้งช่วยบำรุงผิวพรรณ บำรุงหัวใจ บำรุงระบบย่อยอาหาร และระบบประสาทอีกด้วย

คุณวรรณ เจ้าของร้านอาหาร Sabor Brasil ในกรุงเทพฯ ที่ทีม DLA เคยพูดคุยเจาะลึกกันไป ใน DLA Magazine ฉบับที่ 3 ก็ได้กลับมาเจอกับเราอีกครั้งที่บูธบราซิล เธอให้เราดูตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาซาอีแบบผงและแนะนำเคล็ดลับการเลือกอาซาอี คุณวรรณบอกว่าผงอาซาอีที่ดีควรมีสีเหมือนในรูป คือสีเข้มจัด ไม่มีส่วนผสมอื่น และไม่ใส่สีเพิ่ม สีจะเป็นตัวบ่งบอกว่าอาซาอีคุณภาพดีหรือไม่ ยิ่งสีเข้ม คุณประโยชน์ยิ่งอยู่ครบ และถ้าสังเกตบนซองไม้ในภาพซ้าย จะเห็นว่ามีส่วนน้ำมันออกมาซึ่งก็คือไขมันดีในขณะที่ยีห่ออื่น ๆ (เขียงด้านขวาในภาพขวา) เป็นผงอาซาอีสีอ่อนและแห้งสนิทไม่มีน้ำมันออกมา

การที่จะรักษาคุณภาพของอาซาอีไว้ให้ได้มากที่สุดนั้นต้องเริ่มตั้งแต่ตอนเก็บผลจากต้น โดยหลังเก็บเสร็จ ต้องรีบนำผลไปแช่แข็งภายใน 24 ชั่วโมง เพื่อคงคุณประโยชน์สูงสุดไว้ ผงอาซาอีสามารถเก็บได้ 1 ปีโดยไม่ต้องแช่ตู้เย็น และอาซาอี 1 เสิร์ฟใช้ผงเพียงประมาณ 3-5 กรัมเท่านั้น รสชาติอาซาอีจะออกฝืด ๆ มีกลิ่นเบอร์รี่ ๆ สามารถชงดื่มได้เลย หรือนำมาทำสมูทตี้ก็ได้ ในไทยจะนิยมปั่นกับกล้วยและเบอร์รี่หรือปั่นกับนมและโยเกิร์ต และถ้าอยากจะนำไปประกอบอาหารอื่น ๆ ก็แนะนำให้ทำเมนูอาหารหรือเครื่องดื่มที่ไม่ผ่านความร้อน เพราะความร้อนจะไปทำลายสารต้านอนุมูลอิสระ ทำให้เสียคุณประโยชน์ไป



(ผงอาซาอีปั่นกับกล้วยให้สัมผัสเหมือนโยเกิร์ตที่ไม่หวานเกินไป  
ที่อบด้วยผลไม้แห้งเพิ่มความสดชื่น)



# Propolis

## EXTRACT LIQUID SUPPLEMENT

นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากรังผึ้งอย่าง โพรพอลิส (Propolis) เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ จากผึ้งที่นำมาใช้ประโยชน์ในทางยาตั้งแต่ โบราณในยุครีก-โรมัน โดยโพรพอลิส ของบราซิลนั้นโด่งดังไปทั่วโลกตั้งแต่สมัยก่อน ถ้าเราไปอ่านกลอนสมัยก่อนของญี่ปุ่น ก็จะมีการพูดถึงโพรพอลิสของบราซิลอีกด้วย

โพรพอลิสอุดมไปด้วยสารอาหารมากถึง 22 ชนิด อาทิ กรดอะมิโน วิตามิน แร่ธาตุชนิดต่าง ๆ โพรพอลิสยังมีฤทธิ์เป็นสารต้านภูมิแพ้จาก ธรรมชาติ ช่วยเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันของ ร่างกาย เป็นแหล่งรวมสารต้านอนุมูลอิสระ ยับยั้งกระบวนการอักเสบ ช่วยป้องกันไวรัส แบคทีเรีย และเชื้อรา นอกจากนี้เราจะเห็น หลายผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นปากที่ใช้เจ้าโพรพอลิส นี้เป็นส่วนผสมหลัก นั่นก็เพราะว่ามันมีฤทธิ์ฆ่า เชื้อแบคทีเรียในช่องปาก และการที่โพรพอลิส ช่วยเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ทำให้ช่วยต้านมะเร็งได้อีกด้วย

ผู้เขียนเองก็มีโอกาสได้ลองผลิตภัณฑ์โพรพอลิส ตอนแรกแอบกังวลว่าจะกินยากหรือไม่ แต่พอได้ ลองนำมาหยดใส่ในน้ำเปล่า (ปริมาณที่แนะนำ ต่อวันคือ 30 หยดถึง 1 ช้อนชา ต่อหนึ่งแก้ว) ก็พบว่าโพรพอลิสให้กลิ่นที่หอม ไม่มีรสชาติ และยังทานง่ายอีกด้วย

THAIFEX เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ได้นำผู้ประกอบการและนักธุรกิจมา ซ็อบ ซิม โซว์ เป็นการเชื่อมลาดินสู่ไทยในระดับภาคธุรกิจ ผ่านผลิตภัณฑ์อาหารและฮีเว้นท์ ทำให้เรารู้จักวัฒนธรรมของผู้คนจากอีกทวีป ล้มลองสิ่งที่คนลาตินทานและโอกาสที่จะนำของดีจากประเทศในลาตินมาแนะนำให้กับคนไทยเหมือนตัวผู้เขียนเองที่ได้ลองของดีจากประเทศในลาติน และถ้าท่านผู้อ่านสนใจแต่ไปปีนี้ไม่ทันอย่าเพิ่งเสียดายค่ะ เพราะใครพลาดปีนี้ ก็สามารถกลับมาลองใหม่ได้ในปีหน้า 23 - 27 พ.ค. 2566 แล้วอย่าลืมมาเปิดโลกกับบูธลาตินนะคะ





*Pisco sour  
time!*

*Just  
enjoy*

## HOW TO MAKE

### ส่วนผสม

- ปิสโก 7.5 ออนซ์ (3 ส่วน)
- น้ำมะนาวคั้น 2.5 ออนซ์ (1 ส่วน)
- น้ำเชื่อม 2.5 ออนซ์ (1 ส่วน)
- ไข่ขาว (กรองไข่แดงออก) 1 ฟอง
- เหล้า Angostura Bitter น้ำแข็ง

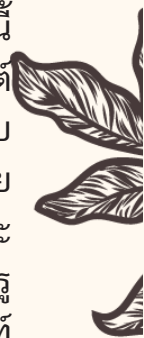
### วิธีผสม

ใส่ปิสโก น้ำมะนาวและน้ำเชื่อมลงในโถปั่นผสม เติมน้ำแข็งประมาณ 1 เท่าของส่วนผสมทั้งหมด จากนั้นปั่นส่วนผสมทั้งหมดรวมกันด้วยความเร็วสูง เติมไข่ขาว และปั่นส่วนผสมทั้งหมดอีกครั้งให้เข้ากันดี จากนั้นรินใส่แก้ว หยด Angostura Bitters ลงไปแก้วละหยด ก่อนเสิร์ฟ

(ที่มา: แผ่นพับ “ปิสโกคือเปรู – Pisco is Peru”  
โดยสถานเอกอัครราชทูตเปรูประจำประเทศไทย)

# PISCO SOUR

เครื่องดื่มขึ้นชื่อที่เราได้ชิมจากบูธเปรูและอยากนำมาบอกต่อคือ Pisco Sour คือค็อกเทลขึ้นชื่อของเปรู รสชาติสดชื่นหวานอมเปรี้ยว มีความ earthy อมฝาดนิด ๆ จากเหล้า Angostura Bitters และจากปิสโก (เหล้าบรันดีที่กลั่นจากองุ่น) เพิ่มความสดชื่นด้วยมะนาวและไข่รับ ท็อปปดด้วยฟองไข่ขาวนุ่มละมุน ถือเป็นเครื่องดื่มที่ต้องมีสติในการดื่มชนิดนี้เพราะดื่มง่ายลิ้นคอ ว่ากันว่าสูตรผสมของค็อกเทลนี้ได้ถูกคิดค้นในใจกลางกรุงลิมาระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 20 และชาวดีคือเราสามารถหาจับปิสโก ชาัวร์ ได้ทั่วลาตินอเมริกาและประเทศไทย ปิสโก เป็นเครื่องดื่มประจำชาติเปรู เพราะลักษณะเฉพาะของผืนดินและอากาศของเปรูจึงทำให้ได้ผลผลิตองุ่นที่เหมาะสมถึงเกณฑ์การผลิตปิสโก พื้นที่การเพาะปลูกองุ่นที่ใช้ทำปิสโกจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งผลิตปิสโกอย่างถูกต้องเพื่อให้ได้มาตรฐานและรักษาคุณภาพ Pisco มาจากภาษาเกชัว (Quechua) “Pisscu” แปลว่า นก โดย Pisco ที่มีถิ่นกำเนิดในเปรูจะมีการคัดสรรพันธุ์เฉพาะเท่านั้น พันธุ์ที่นิยมคือองุ่นดำพันธุ์ Quebranta (ที่อยู่บนยอด) หรือพันธุ์ Mollar และเจาะจงเฉพาะผลผลิตที่ได้จากแนวเขาสูงหรือพื้นที่ราบสูงที่มีความชื้นจากอิทธิพลแนวชายฝั่งและความแห้งแล้งของทะเลทรายของเปรูเท่านั้น และกระบวนการกลั่นและหมักปมจะต้องผ่านการตรวจสอบและรับรองจากหน่วยงานของรัฐบาลเปรู



# PISCO SOUR





# tequila

[ lime + salt ]  
te quiero



เหล้าดีกรีแรงที่มีถิ่นกำเนิดมาจากเม็กซิโก  
เตกิล่า คือแอลกอฮอล์ที่กลั่นมาจากกระบองเพชร  
สายพันธุ์หนึ่งที่เป็นพืชพื้นเมืองของเม็กซิโก  
ที่เรียกว่า อะกาเว (agave) เตกิล่าเป็นแอลกอฮอล์  
ที่เป็นที่ชื่นชอบของคนหลายคนรวมถึงเซเลบริตี้  
ที่ถึงกับผลิตเตกิล่าแบรนด์ของตัวเองขึ้นมา  
อย่างล่าสุดสาว Kendall Jenner ก็ได้ผลิต  
แบรนด์ 818 Tequila ออกมาให้ลองจิบกัน

การดื่มเหล้าชนิดนี้นั้นแนะนำว่าไม่ควรดื่ม  
ตอนที่เย็นควรดื่มอุณหภูมิห้องเพื่อที่จะได้รับ  
รสชาติของเตกิล่าที่แท้จริง เตกิล่าเป็นที่นิยม  
ดื่มเพียวกับเกลือและมะนาวจนถึงกับมีเพลงที่  
แต่งโดยนักร้องชาวเม็กซิโก Julieta Venegas  
กับท่อน “Yo te quiero con limón y sal” ที่  
เป็นการเล่นคำระหว่างคำว่า te quiero (เต กิเอโร)  
ที่แปลว่าฉันรักเธอกับคำว่า tequila (เตกิล่า)  
ส่วนคำว่า “con limón y sal” คือ กับมะนาว  
และเกลือนั่นเองแต่ถ้าเพียวเตกิล่าแรงเกินไป  
สำหรับคุณ แนะนำให้ลองเมนูค็อกเทลอย่างเช่น  
มาการิตต้า (Margarita) เครื่องดื่มที่หลายคน  
หลงใหล และ เตกิล่า ซันไรส์ (Tequila Sunrise)  
ชื่อของเครื่องดื่มชนิดนี้มาจากสีและความสดชื่น  
เหมือนพระอาทิตย์ขึ้นนั่นเอง



**“YO TE QUIERO CON  
LIMÓN Y SAL”**

*Julieta Venegas*



# Semana de Países Amigos

## ◇ ย่อประเทศไทยไว้ใจกลางโคลอมเบีย

เรื่อง : ลักษณ์ณย์ นนทน์ภัสพงษ์  
ภาพ : สถาบันเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมา



Colombia

แม้โคลอมเบียและไทยจะอยู่ห่างไกลกันมากในทางภูมิศาสตร์ แต่โคลอมเบียก็เป็นอีกหนึ่งประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอาหารไทยและสื่อบันเทิงไทย ซึ่งความชื่นชอบไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในโคลอมเบีย แต่ยังเป็นที่ยอมรับไปทั่วลาตินอเมริกาอีกด้วย โคลอมเบียเป็นประเทศที่โดดเด่นด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) ซึ่งเปิดกว้างต้อนรับความคิดใหม่ ๆ จากทั่วโลก สอดคล้องกับอุปนิสัยของชาวโคลอมเบียที่กระตือรือร้น สนใจด้านวัฒนธรรม ชอบเรียนรู้และพบเจอสิ่งใหม่ ๆ ที่สำคัญคือเป็นคนรื่นเริง สนุกสนาน คุณสมบัติเหล่านี้คงดึงดูดให้ชาวโคลอมเบียหันมาสนใจวัฒนธรรมไทยที่หลากหลายและมีสีสันมากมายไม่แพ้กันได้อย่างไม่ยากเย็น (สามารถย้อนอ่านเรื่องราวเกี่ยวกับเศรษฐกิจสีส้มและเส้นทางสู่การพลิกโฉมโคลอมเบียให้เป็นดินแดนที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ได้ในนิตยสารออนไลน์ DLA Magazine ฉบับที่ 5)



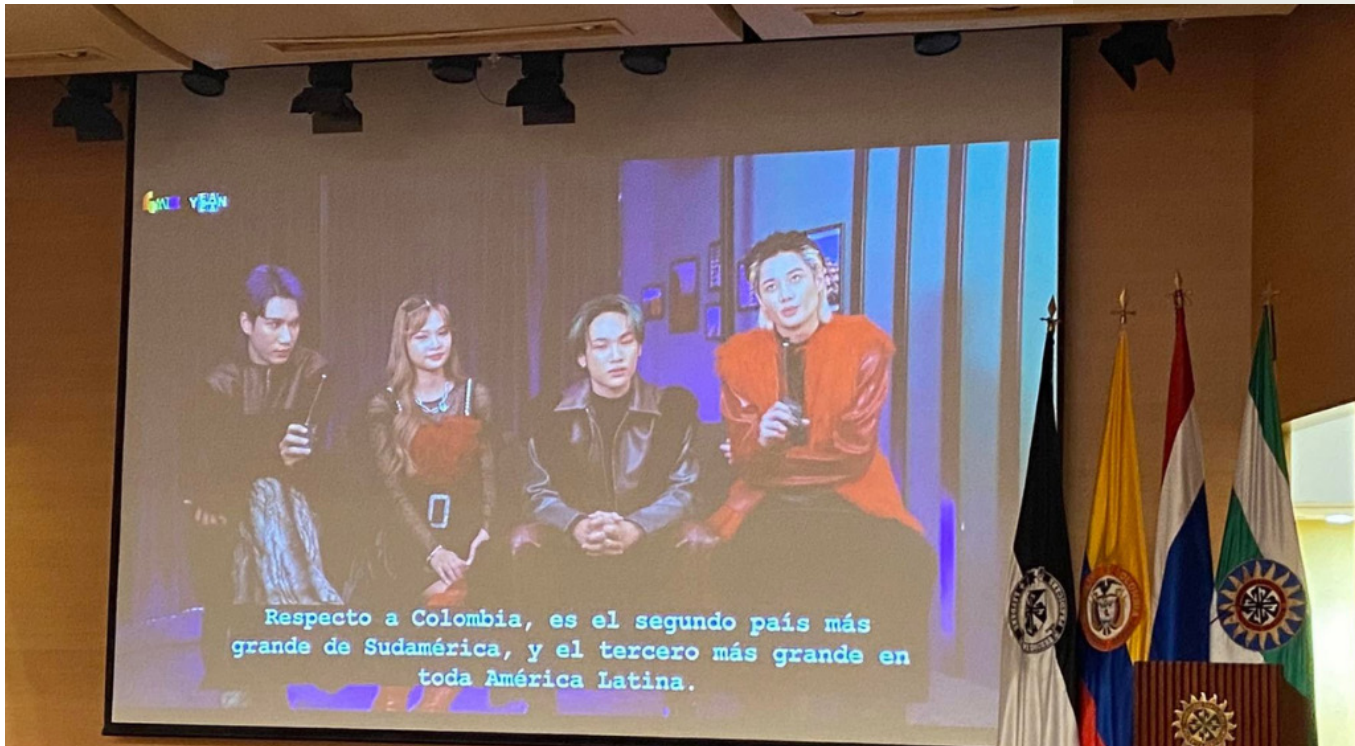
เนื่องด้วยความสนใจของชาวโคลอมเบียต่อประเทศไทยที่ล้นหลามอย่างเห็นได้ชัด ทางสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมาและมหาวิทยาลัย Santo Tomas จึงร่วมกันจัดกิจกรรม “Week of Friendly Countries - The Kingdom of Thailand” เมื่อวันที่ 19-21 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา เพื่อนำเสนอวัฒนธรรมไทยในด้านต่าง ๆ และพูดคุยถึงโอกาสด้านการค้าการลงทุนในประเทศไทย นับเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการส่งเสริมความนิยมไทยในโคลอมเบีย เพื่อพาท่านผู้อ่านไปรู้จักและเข้าร่วมกิจกรรมนี้ผ่านทางหน้า DLA Magazine ของเรา ทางทีม DLA จึงได้พูดคุยกับ “คุณอุ้ย” มนัสสินี มุทธาธาร เลขาธิการเอกประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมา เกี่ยวกับแนวคิดเบื้องหลังการจัดงานบรรยายภาคภายในงาน รวมถึงเสียงตอบรับอันอบอุ่นจากโคลอมเบีย

ตัวกิจกรรมนั้นได้รับการตอบรับที่ดียิ่งจากนักศึกษา คณาจารย์ และสาธารณชนโคลอมเบีย โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 1,200 คน และมีผู้เข้าร่วมผ่านการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊กอีกกว่า 1,000 คน

ภายในงานนั้นมีการบรรยายเกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือไทย-โคลอมเบียโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งจากไทยและโคลอมเบีย นอกจากนี้ ความพิเศษของงานนี้คือการนำเสนอความเป็นไทยในหลากหลายแง่มุม ราวกับยกประเทศไทยมาตั้งไว้กลางโคลอมเบียเลยทีเดียว เพราะในงานมีทั้งการเสวนาในหัวข้อต่าง ๆ เช่น พระพุทธศาสนา การเมือง เศรษฐกิจ และอื่น ๆ อีกมากมาย และยังมีการนำเสนอวัฒนธรรมไทยโดยมีตัวแทนคนไทยจากหลากหลายสาขามาเผยแพร่วัฒนธรรมไทยด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นจากภาคศาสนา ได้แก่ พระวิจิตร-ธรรมภาณี เจ้าอาวาสวัดพลริตาธรรมาราม พระอาจารย์สุธรรม นทีทอง และคณะพระอาจารย์จากพระธาตุคงค์ เพื่อสันติภาพโลก ตัวแทนผู้นำเสนออาหารไทยอย่างเซฟจากร้านอาหารไทยในเม็กซิโก คนบันเทิงอย่างคุณทอดด์ ทองดี นักดนตรีและโปรดิวเซอร์ชาวอเมริกันผู้มาทำงานในไทยและมีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ คุณโจเซฟ ซามูดีโอ นักร้องบำบัดและอดีตผู้ประกวดร้องเพลงในรายการ The Voice Thailand คณะนาฏศิลป์ไทยจากนิวยอร์ก



# 4MIX บอยแบนด์ไทยสู่ลาติน เมื่อ Soft Power ไทยมีกระแสไปทั่วโลก



และวงดนตรี 4MIX ร่วมกับ ยีนส์ ปพิชญา ศิลปิน T-POP ยอดนิยมในภูมิภาคลาตินอเมริกา เพื่อให้ชาวโคลอมเบียได้รู้จักประเทศไทย ในหลากหลายมิติมากขึ้น และช่วยยกระดับ ความตระหนักรู้ของสาธารณชนในวงกว้างที่มีต่อ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับโคลอมเบีย T-POP ถือเป็นไฮไลท์สำคัญของงาน โดย สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมาได้เชิญวง 4MIX วง Boy Group ของไทยที่ได้รับความนิยม เป็นอย่างมากในโคลอมเบียและทั่วทั้งภูมิภาค ลาตินอเมริกามาพบปะทักทายชาวโคลอมเบีย ผ่านคลิปวิดีโอ ทั้งนี้ วง 4MIX ติดอันดับ 1 ใน 5 วงดนตรี T-POP ยอดนิยมทั้งในเปรูและ โคลอมเบีย และจากการสำรวจผ่านสถิติเข้าชม ผ่าน Youtube และ Spotify ก็พบว่าตัววงนั้น ไม่ได้เป็นที่นิยมในเมืองหลวงเพียงอย่างเดียว แต่ตามเมืองต่าง ๆ ก็ให้ความสนใจในตัววง ด้วยเช่นกัน

คุณอุ๋ยบอกเราว่า วง 4MIX เป็นวงที่มีเอกลักษณ์ สูงมาก และการแนะนำวัฒนธรรมไทยผ่าน วง 4MIX ก็เป็นจุดขายที่ดีมากเช่นเดียวกัน เพราะตัววงมีกระแสมากในโคลอมเบีย โดยใน คลิปวิดีโอ นั้น ศิลปินวง 4MIX ได้แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวในไทยให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม และ กล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในโคลอมเบียที่ สมาชิกของวง 4MIX อยากจะมาเที่ยว ถือเป็น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ ที่อยู่ห่างไกลกัน และสามารถต่อยอดไปสู่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างกันในอนาคต นอกจากกระแส Soft Power ผ่าน T-POP ของไทยซึ่งเป็นที่ชื่นชอบในลาตินอเมริกาแล้ว ซีรีส์และภาพยนตร์ต่าง ๆ ของไทยก็เป็นที่สนใจ อย่างมากในภูมิภาคนี้เช่นกัน ความนิยม ต่อ Soft Power ได้ช่วยเพิ่มความสนใจของ ชาวโคลอมเบียต่อวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก ส่งออก “มวยไทย” ไปเป็นกีฬายอดนิยมของ ชาวโคลอมเบีย



นอกจากกิจกรรมด้านพุทธศาสนา อาหาร และ สื่อบันเทิงไทยแล้ว ภายในงานยังมีกิจกรรมต่าง ๆ อีกมากมายที่ผู้เข้าร่วมให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และมีอยู่กิจกรรมหนึ่งที่คุณอุ้ยบอกเราว่าเป็น กิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมน่าจะชอบมากที่สุด นั่นก็คือ **มวยไทย** นั่นเอง

คุณอุ้ยเล่าให้เราฟังว่า มวยไทยเป็นกีฬาที่เข้ากับบุคลิกของชาวโคลอมเบียมาก เพราะชาวโคลอมเบียมีบุคลิกที่สนุกสนาน กระตือรือร้น และยังชื่นชอบเรื่องกีฬาในระดับโลกอีกด้วย อย่างที่ทีมฟุตบอลของโคลอมเบียก็เป็นที่ยอมรับในหมู่คนไทย เพราะอย่างนี้เอง กีฬาชื่อดังอย่างมวยไทยจึงกลายเป็นกิจกรรมโปรดของชาวโคลอมเบียอย่างปฏิเสธไม่ได้ ซึ่งในโคลอมเบียจริง ๆ แล้วก็มีค่ายมวยไทยหลายค่ายจนมีการก่อตั้งสหพันธ์มวยไทยขึ้นในโคลอมเบีย

ซึ่งทางสถานเอกอัครราชทูตก็ได้เชิญประธานของสหพันธ์มาจัดกิจกรรมอีกด้วย โดยกิจกรรมมวยไทยนั้นประกอบไปด้วยพิธีไหว้ครูตามขนบธรรมเนียมมวยไทย การสาธิตมวยไทย และการจัดการแข่งขันมวยไทยภายในงานให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้ร่วมสนุกอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการแจกกางเกงมวยไทยเป็นที่ระลึก ซึ่งผู้เข้าร่วมก็ชอบกันมาก ถึงขนาดมีการกระจายข่าวไปตามสื่อออนไลน์ด้วยว่ามีการจัดกิจกรรมนี้ขึ้นถือเป็นเรื่องน่ายินดีอย่างมาก เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชาวโคลอมเบียและชาวลาตินอเมริกาหันมาให้ความสนใจต่อมวยไทยมากขึ้น ซึ่งไม่ใช่แค่ในฐานะกีฬาประเภทหนึ่ง แต่ในฐานะของการเป็นวัฒนธรรมไทยด้วยเช่นเดียวกัน



## วอดแผนไทยในโคลอมเบีย: Soft Power สายสุขภาพ

นอกจากมวยไทยซึ่งมีชื่อเสียงในโคลอมเบีย จนมีการตั้งค่ายมวยไทยหลายแห่ง ไปจนถึงมีการก่อตั้งสหพันธ์มวยไทยในโคลอมเบีย ขึ้นมาแล้ว ก็ยังมี การวอดแผนไทย ซึ่งเป็นที่นิยมมากในโคลอมเบีย โดยภายในงาน ทางสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมา ได้เชิญร้าน Baw Thai Spa ร้านวอดแผนไทยในโคลอมเบีย มาร่วมกิจกรรมด้วย คุณอ้อยเล่าว่า ในงานมีการอธิบายถึงประโยชน์ของการวอดแผนไทย โดยเฉพาะในยุคสมัยนี้ที่ทุกคนนั่งทำงานอยู่ในออฟฟิศหรือนั่งอ่านหนังสือ ซึ่งล้วนแต่เป็นการนั่งอยู่กับที่เป็นเวลานาน จึงทำให้เกิดอาการปวดเมื่อยได้ง่าย

จำเป็นที่จะต้องได้รับการบำบัดร่างกาย ซึ่งวอดแผนไทยเองก็เด่นในการช่วยเรื่องนี้ กิจกรรมวอดแผนไทยจึงเหมือนเป็นการให้ข้อมูลใหม่ ๆ ในด้านนี้กับผู้เข้าร่วม อีกทั้งยังมีพนักงานจากร้านวอดแผนไทยมาสาธิตการวอดแผนไทยให้ชม และให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ลองวอดด้วยตนเองดูโดยรวมแล้วก็นับว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ชาวโคลอมเบียให้ความสนใจและร่วมกิจกรรมด้วยความสนุกสนาน

หลังจากจบกิจกรรม “Week of Friendly Countries - The Kingdom of Thailand” ก็เห็นได้ว่า ทางโคลอมเบียนั้นมีความสนใจประเทศไทยอยู่หลายด้าน ซึ่งถือเป็นการเน้นย้ำความสัมพันธ์อันดีระหว่างทั้งสองประเทศ นอกเหนือจากนั้น คุณอ้อยยังบอกเราว่า ที่จริงแล้วโคลอมเบียกับไทยมีความคล้ายคลึงกันหลายประการ ทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นประเด็นความท้าทายต่าง ๆ ที่ทั้งโคลอมเบียและไทยต้องเผชิญก็จะมี ความคล้ายคลึงกัน ซึ่งบางประเด็นไทยเราสามารถแก้ไขได้แล้ว ส่วนบางประเด็นอาจจะเป็นเรื่องที่โคลอมเบียมีแนวทางแก้ไขมาก่อนหน้าไทย จึงเกิดเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพให้แกกันและกัน ในด้านต่าง ๆ ตามความเชี่ยวชาญของแต่ละประเทศ นับเป็นหนึ่งในความร่วมมือไทย - โคลอมเบียที่สำคัญในปัจจุบัน





canva.com/oksanashufrych

ในยุคนี้ โคลอมเบียจัดว่ามีความโดดเด่นเป็นอย่างมากในสาขาดิจิทัล ซึ่งทางภาครัฐไทยก็สนใจจะขยายความร่วมมือกับโคลอมเบียในสาขานี้อยู่เช่นกัน โดยตอนนี้ทั้งสองฝ่ายกำลังเจรจา MoU หรือบันทึกความเข้าใจเกี่ยวกับความร่วมมือด้านดิจิทัล เพราะอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่ทางโคลอมเบียก้าวหน้าอย่างมาก ซึ่งในโคลอมเบียตอนนี้มีบริษัท Startup ด้าน IT Service และ E-commerce เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ โคลอมเบียยังมีการสร้างแอปพลิเคชันที่ใช้กันแพร่หลายทั่วภูมิภาคลาตินอเมริกา คือ แอปพลิเคชันสั่งอาหารชื่อว่า Rappi ที่มีผู้ใช้จำนวนมากโดยเฉพาะในประเทศบราซิล เม็กซิโก โคลอมเบีย อาร์เจนตินา เปรู ชิลี และเอกวาดอร์ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และดิจิทัลของโคลอมเบียจึงนับว่าน่าจับตามองและควรที่จะส่งเสริมความร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขานี้เป็นอย่างมาก





การจัดกิจกรรม Week of Friendly Countries - the Kingdom of Thailand โดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมา ไม่เพียงทำให้เราได้เห็นถึงกระแสความนิยม Soft Power ของไทยที่แพร่หลายในโคลอมเบียและทั่วทั้งภูมิภาคลาตินอเมริกา แต่ยังแสดงถึงความสนใจที่ผู้คนในอีกซีกโลกหนึ่งมีต่อวัฒนธรรมไทยซึ่งสะท้อนผ่านเสียงตอบรับอันอบอุ่นและความกระตือรือร้นของผู้ร่วมกิจกรรมนี้ อีกทั้งยังถือเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศที่อยู่ห่างไกลกัน และเป็นการแสวงหาโอกาสที่อาจช่วยส่งเสริมกันและกันได้ในอนาคตเนื่องด้วยความคล้ายคลึงกันทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยกับโคลอมเบีย รวมถึงศักยภาพที่โดดเด่นของแต่ละประเทศโดยรวมแล้ว กิจกรรมนี้ถือเป็นการเน้นย้ำความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างไทยกับโคลอมเบีย และเป็นช่องทางที่ช่วยให้ทั้งสองประเทศได้รู้จักกันในมิติที่หลากหลายมากขึ้น สร้างเสริมความสัมพันธ์ภาคประชาชน เพื่อเป็นพื้นฐานอันมั่นคงให้ต่อยอดสู่ความร่วมมือด้านอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต



# อาหารไทยกับไวน์ชิลี

## มิติใหม่แห่งการผสมผสาน

### ข้ามวัฒนธรรม

เรื่อง : เรียงสรร เรียงสุธา

ภาพ : สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก

หากเอ่ยถึงประเทศชิลี นอกจากจะเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับสมญานาม “Land of fire and ice” ที่จะเห็นได้จากวิวทิวทัศน์งดงามจนผู้ที่ได้ประจักษ์ด้วยตาตนเองถึงกับลืมหายใจแล้ว เห็นทีจะปฏิเสธไม่ได้ว่า เมื่อได้ยินชื่อประเทศชิลี หลายคนคงจะนึกถึงเครื่องดื่มรสเลิศอย่าง “ไวน์” นั่นเพราะไวน์ของชิลีขึ้นชื่อว่าเป็นไวน์คุณภาพดี ราคาจับต้องได้ ตีตลาดคนได้หลายกลุ่ม อุตสาหกรรมไวน์จึงสร้างทั้งชื่อเสียงและรายได้จากการส่งออกให้กับชิลีได้เป็นอย่างมาก

ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยของเราก็ได้ชื่อว่าเป็น “แดนสวรรค์ของนักชิม” ที่ผู้คนจากทั่วทุกมุมโลก เดินทางมาค้นหาขุมทรัพย์เชิงวัฒนธรรมที่มาในรูปของอาหารเลิศรส เมนูอาหารไทยหลายเมนู โด่งดังและเป็นที่รู้จักในวงการอาหาร ไม่ว่าจะเป็นต้มยำกุ้ง ผัดไทย หรือแกงเขียวหวาน ชื่อเสียงของอาหารไทยโด่งดังกว้างไกลกินอาณาบริเวณไปทั่วโลก ผู้คนรู้จักอาหารไทยในฐานะอาหารที่มีรสชาติเข้มข้น กลมกล่อม อีกทั้งยังมีส่วนประกอบของเครื่องเทศที่เผ็ดร้อนถึงใจ





# เมื่อชุมทรัพย์ล้ำค่าดังทอง ของทั้งสองดินแดนมาบรรจบกัน

เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมอัตลักษณ์อาหารไทยในชิลี โดยมีการจับคู่ (pairing) อาหารไทยกับไวน์ชิลี ภายใต้ชื่อ “Sabrosa Sinergia: Experiencia de Maridaje entre la Gastronomía Tailandesa y el Vino Chileno” (Tasty Synergy : ประสบการณ์จับคู่ระหว่างศาสตร์การทำอาหารไทยกับไวน์ชิลี) โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เชิญแขกจากหลายแวดวง ทั้งคณะทูต สื่อมวลชน Food blogger ด้านวัฒนธรรมและอาหาร นักวิจารณ์อาหาร รวมไปถึงผู้เชี่ยวชาญด้านไวน์ มาร่วมงานกว่า 60 คน

แนวคิดหลักของการจัดกิจกรรมครั้งนี้ คือเพื่อให้ชาวชิลีได้ลองลิ้มชิมรสอาหารไทยต้นตำรับ เนื่องจากร้านอาหารไทยหลายร้านในกรุงซันติอาโกดำเนินกิจการโดยชาวชิลีเองรสชาติหรือเทคนิคการปรุงอาหารไทยจึงอาจจะ

คลาดเคลื่อนไปจากอาหารไทยแบบที่ชาวไทยเรารับประทานกันจริง ๆ อยู่พอสมควร ชาวชิลีส่วนใหญ่ที่ได้ลองรับประทานอาหารไทยในกรุงซันติอาโกจึงอาจไม่ค่อยคุ้นเคยกับอาหารไทยต้นตำรับ ประกอบกับความโปรดปรานการดื่มไวน์ของชาวชิลี จึงเกิดเป็นไอเดียลองจับคู่ไวน์ชิลีกับอาหารไทยหลากหลายเมนูเพื่อช่วยเพิ่มรสชาติในการรับประทานอาหารไทยและการดื่มไวน์ให้มากยิ่งขึ้น และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ทางสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก ได้จัดให้ทีมเชฟของเอกอัครราชทูตเป็นผู้ถ่ายทอดเทคนิคและวิธีการทำอาหารไทยแบบต้นตำรับให้กับเชฟของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดงาน และในวันงาน เชฟของทางโรงแรมก็ได้รังสรรค์เมนูอาหารไทยทั้งคาวหวานให้ได้ลิ้มลองกันถึง 10 ชนิด ซึ่งล้วนมีรสชาติอร่อยและใกล้เคียงกับอาหารไทยต้นตำรับ ไม่ว่าจะเป็น ข้าวต้มไก่ ปลาแซลมอน ต้มยำกุ้ง มีสมันเนื้อ หรือสังขยาฟักทอง

# อาหารไทยกับไวน์ชิลี

## มหัศจรรย์แห่งความกลมกลืนทางรสชาติ

อาหารไทยขึ้นชื่อว่าเป็นอาหารที่มีมิติทางรสชาติที่หลากหลายและซับซ้อน อาหารจานหนึ่ง ๆ อาจใช้วัตถุดิบนับสิบชนิดและมีวิธีปรุงเฉพาะตัว การปรุงอาหารไทยให้มีรสชาติกลมกล่อมแบบต้นตำรับจึงต้องอาศัยความประณีตละเอียดอ่อน และเมื่อนำมา pairing กับเครื่องดื่มที่มีความนุ่มลิ้นและละเอียดอ่อนอย่าง “ไวน์” แล้ว ยิ่งต้องใช้ความพิถีพิถันในการเลือกสรรและจับคู่ หากจับคู่ได้ถูกต้อง ไวน์ก็จะช่วยชูรสชาติของอาหารให้ดียิ่งขึ้นไปอีก แต่หากจับคู่อย่างขาดความระมัดระวัง ก็อาจทำให้เกิดรสชาติไม่ถูกปากในอาหารแก่ผู้รับประทานได้

อาหารไทยหลายเมนูมีรสชาติเผ็ดร้อนและมีส่วนผสมของเครื่องเทศหลากหลายชนิด จึงต้องใช้ความระมัดระวังอย่างมากในการจับคู่กับไวน์ชิลี เป็นโอกาสอันดีที่ในงานดังกล่าว มีผู้เชี่ยวชาญด้านไวน์มาร่วมด้วย ซึ่งนอกจากจะทำให้ชาวชิลีได้รู้จักกับอาหารไทยต้นตำรับ

มากขึ้นแล้ว ยังทำให้เราได้ทราบหลักการจับคู่อาหารไทยกับไวน์ชิลีอย่างลงตัวมากขึ้นอีกด้วย โดยผู้เชี่ยวชาญด้านไวน์กล่าวว่า การจับคู่อาหารไทยกับไวน์นั้น ไม่ควรใช้ไวน์แดงเป็นคู่ผสม เนื่องจากไวน์แดงเป็นไวน์ที่มีสารแทนนินค่อนข้างสูง และสารตัวนี้เองจะทำให้ความเผ็ดและกลิ่นเครื่องเทศจากอาหารไทยเด่นชัดยิ่งขึ้น หากเราจับคู่ไวน์แดงที่มีสารแทนนินสูงกับอาหารไทยอย่างปลาหรือแกงเขียวหวานที่มีรสเผ็ดถึงเครื่อง ก็อาจทำให้ชาวชิลีที่ทนทานต่อความเผ็ดร้อนได้ไม่มากนักถึงขั้นเสียน้ำตาเอาได้ ส่วนไวน์ที่เหมาะสมกับอาหารไทยรสจัด คือไวน์ขาวและไวน์ Rosé เนื่องจากไวน์ทั้งสองชนิดนี้มีค่าแทนนินไม่สูงมาก จึงให้รสชาติที่หอมหวานและสดชื่น เมื่อกินคู่กับอาหารไทยที่มีรสจัดและเข้มข้นก็เข้ากันได้อย่างลงตัว โดยในงานได้เสิร์ฟไวน์ Rosé ยี่ห้อ La Piu Belle Rosé 2021 มาจับคู่กับอาหารเรียกน้ำย่อยอย่าง ซ่อม่วง สาकुไกและ







ทอดมันปลาเป็นการแนะนำอาหารไทยกับไวน์  
ซิลีคอร์สแรกของงาน ตามมาด้วยอาหารคอร์ส  
ที่สองเสิร์ฟความเป็นไทยอย่าง ต้มยำกุ้ง ปลา  
ปลาแซลมอนและเนื้ออย่างจิ้มแจ่วคู่กับไวน์แดง  
ที่เลือกใช้อุ่นพันธุ์ Cinsault โดยเฉพาะจึง  
เป็นที่มาของชื่อไวน์แดง Cinsault 2019 และ  
เสิร์ฟคอร์สสุดท้ายด้วยการจับคู่อาหารไทย  
อย่าง ผัดไทยกุ้ง แกงเขียวหวานไก่และ มัสมั่นเนื้อ  
กับไวน์แดง Milla Cala Ensamblaje 2018  
เป็นการปิดท้าย นอกจากความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ  
ด้านไวน์แล้ว “คุณมิกกี้” กณวัฒน์ ไวทยกิจจำจร  
นักการทูตปฏิบัติการ ประจำสถานเอกอัครราชทูต  
ณ กรุงซันติอาโก ผู้ให้ข้อมูลแก่เราเกี่ยวกับ  
กิจกรรมดังกล่าว ก็ได้การันตีว่า คู่ผสมในดวงใจ  
ของเธอคือ “มัสมั่นเนื้อ” และ “ไวน์แดง” เพราะ  
ไวน์แดงแต่ละประเภทมีสารแทนนินในปริมาณ  
ที่หลากหลายมาก สำหรับบางท่านแล้ว อาหาร

ไทยที่มีรสชาติเข้มข้นอย่างแกงมัสมั่น เมื่อ  
รับประทานคู่กับไวน์แดงที่มีปริมาณสารแทนนิน  
ไม่มาก มีรสชาติเบา และมีความอ่อนเพียงเล็กน้อย  
ก็จะช่วยชูให้ตัวอาหารมีรสชาติที่ดียิ่งขึ้นได้  
จากที่เกริ่นมา หลายท่านคงสงสัยว่า แล้วเช่นนี้  
สารแทนนินในไวน์แดงจะเป็นอุปสรรคต่อ  
การรับประทานคู่ไปกับอาหารไทยที่มีรสชาติ  
เผ็ดหรือมีเครื่องเทศเป็นส่วนประกอบหรือไม่  
คำตอบคืออาจไม่ใช่เช่นนั้นเสมอไป เพราะเรา  
จะเห็นว่า ไวน์แดงแต่ละประเภทมีความหลากหลาย  
มากในแง่ของปริมาณสารแทนนิน สำหรับ  
บางท่านแล้ว อาหารไทยที่มีรสชาติเข้มข้น  
อย่างแกงมัสมั่นเมื่อรับประทานคู่กับไวน์แดงที่มี  
ปริมาณสารแทนนินไม่มาก มีรสชาติเบา และ  
มีความอ่อนเพียงเล็กน้อย ก็จะยิ่งชูให้ตัวอาหาร  
มีรสชาติที่ดียิ่งขึ้นได้

# ทำไมต้องไวน์ชิลี?



ไวน์ของประเทศชิลีมีประวัติศาสตร์อันยาวนานนับตั้งแต่ที่ พันธุ์องุ่นและวิทยาการการทำไวน์ถูกนำเข้ามายังทวีป อเมริกาครั้งแรกโดยชาวสเปนในศตวรรษที่ 16 และเริ่มได้รับความนิยมนกลายเป็นสินค้าส่งออก ตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา เนื่องจากความต้องการไวน์ของโลกสูงขึ้น ทำให้เริ่ม มีการเพาะปลูกองุ่นในชิลีอย่างจริงจัง มีการนำ know-how (ความรู้เชิงปฏิบัติการ) และเทคโนโลยีการทำไวน์มาจากทวีปยุโรป ตลอดจนการเข้ามาลงทุนธุรกิจไวน์ของต่างชาติ จึงทำให้ไวน์ ชิลีก้าวกระโดดทั้งด้านคุณภาพและปริมาณการผลิต แตกต่าง จากสมัยก่อนที่ชิลีผลิตไวน์สำหรับบริโภคในประเทศเป็นหลัก เท่านั้น ชิลีอาจนับได้ว่าเป็นประเทศที่มีภาคีดีกว่าประเทศอื่น ๆ ในทวีปอเมริกาในเรื่องของการปลูกองุ่นเพื่อผลิตไวน์ เพราะชิลี มีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการปลูกองุ่น และ ปลอดภัยจากอุปสรรคสำคัญ คือ “ศัตรูพืช” เช่น เพลี้ย และการปลอดศัตรูพืชนี้เองที่ทำให้เกษตรกรชิลีไม่จำเป็นต้องพึ่ง สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และสามารถผลิตไวน์ organic (ปลูกโดยใช้สารอินทรีย์) ได้ ข้อได้เปรียบนี้เองเป็นหนึ่งใน จุดขายสำคัญของไวน์ชิลี และทำให้เครื่องดื่มเลิศรสจาก ประเทศลาตินอเมริกาแห่งนี้มีความโดดเด่น เมื่อเทียบกับไวน์ ของประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ อีกหนึ่งจุดขายที่สำคัญของ ไวน์ชิลีก็คือความหลากหลายของไวน์ในแง่มุมมองต่าง ๆ เนื่องจาก ตัวประเทศชิลีมีลักษณะเป็นแถบยาวลงมาเกือบตลอด เส้นขอบแนวตั้งของทวีปอเมริกาใต้ เป็นแนวเกือบขนานกับ เส้นเมริเดียน ชิลีจึงมีภูมิอากาศและภูมิประเทศหลากหลาย และแต่ละภูมิภาคของประเทศชิลีก็เหมาะสมกับการปลูก องุ่นพันธุ์ที่หลากหลายและแตกต่างกัน โดยตั้งแต่ตอนกลาง ของประเทศขึ้นไปจะเหมาะกับการปลูกองุ่นที่ใช้ทำไวน์ขาว ส่วนตอนใต้ของประเทศก็จะเหมาะกับการปลูกองุ่นที่ใช้ ทำไวน์แดง ข้อได้เปรียบในการที่ชิลีสามารถปลูกองุ่นที่มี คุณภาพได้หลากหลายพันธุ์ ทำให้ไวน์ชิลีสามารถตีตลาด ไวน์ได้ในทุกระดับ ตั้งแต่ไวน์ในระดับที่คนทั่วไปเข้าถึงได้ ไปจนถึงไวน์พรีเมียมราคาสูง ความหลากหลายนี้เอง ทำให้ ไวน์ชิลีเป็นที่รู้จักในวงกว้างและกลายเป็นหนึ่งในสินค้า ส่งออกที่สำคัญของประเทศชิลี

## โอกาสทางธุรกิจ และการเชื่อมสัมพันธ์ไทย-ชิลี

อย่างที่กล่าวไปเบื้องต้นว่า กิจกรรมดังกล่าวส่งเสริมให้ชาวชิลีได้รู้จักวัฒนธรรมด้านอาหารของไทยในมิติที่ลึกซึ้งขึ้น ผ่านการลิ้มลองรสชาติอาหารไทยต้นตำรับ โดยภายในงานนอกจากจะมีการจัดอาหารไทยให้ชาวชิลีได้ลองรับประทานและจับคู่กับไวน์ของชิลีเองแล้ว



ยังมีการจัดสรรวัตถุดิบและเครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหารไทยแต่ละชนิดที่จัดแสดงภายในงานอีกด้วย โดยทางสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก ได้รับการสนับสนุนวัตถุดิบต่าง ๆ เหล่านี้จากบริษัทเอกชนที่นำเข้าสินค้าและผลิตภัณฑ์ไทย

ในด้านธุรกิจ กิจกรรมนี้เป็นโอกาสอันดีให้ชาวชิลีได้อุดหนุนสินค้าและผลิตภัณฑ์ไทย โดยเฉพาะวัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อนำไปลองทำอาหารไทยเองที่บ้าน นอกจากนี้ ชาวไทยที่สนใจจะนำเข้าไวน์ชิลีก็สามารถสอบถามช่องทางการติดต่อโรงบ่มไวน์ สมาคมผู้ส่งออกไวน์





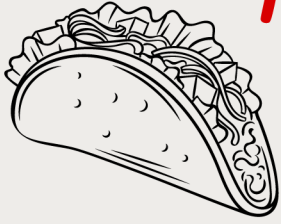
ของชิลี ตลอดจนขอคำแนะนำต่าง ๆ ได้ผ่านหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (Thai Trade Centre) สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันโตอาโก หรือสถานเอกอัครราชทูตชิลีประจำประเทศไทย อีกทั้งประเทศชิลีเองก็มีหน่วยงานที่ชื่อว่า “ProChile” ทำหน้าที่ส่งเสริมการส่งออกสินค้าของชิลีไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่แค่ไวน์ แต่ยังรวมไปถึงสินค้าส่งออกสำคัญอื่น ๆ เช่น เซอร์หรือปลาแซลมอน จึงนับเป็นโอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับนักลงทุนชาวไทย หากอ่านมาถึงตรงนี้ เชื่อได้ว่าหลายท่านก็คงจะน้ำลายสอไปตาม ๆ กัน ผู้เขียนเองก็ขอสารภาพว่า ในขณะที่เขียนบทความนี้อยู่ ผู้เขียนก็ได้พาตัวเองเข้าสู่ห้วงจินตนาการที่ได้รับประทานอาหารไทยรสเลิศคู่กับไวน์เลิศรสของชิลีจนถึงกับท้องร้อง ผู้เขียนหวังว่าบทความนี้จะจุดประกายความสนใจให้ผู้อ่านทุกท่านอยากลิ้มลองคู่ผสมระหว่างอาหารไทยกับไวน์ชิลี ของดีจากสองฟากฝั่งโลกที่เข้าคู่กันได้ลงตัวอย่างไม่น่าเชื่อ และสำหรับผู้อ่านที่เป็นนักลงทุนชาวไทย หรือได้ร่วมงานกับชาวชิลีเองก็ตาม ก็หวังว่าจะได้รับแรงบันดาลใจและเล็งเห็นโอกาสสำคัญที่สามารถนำไปต่อยอดได้จากกิจกรรมดังกล่าวนี้ ประการสุดท้ายซึ่งสำคัญไม่แพ้กัน คือเราได้ประจักษ์แล้วว่า ไทยกับชิลีได้เข้าใกล้กันมากขึ้นอีกหนึ่งก้าว ผ่านการเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีระหว่างสองดินแดน ด้วยสะพานวัฒนธรรมที่มีชื่อว่า “อาหารไทย” และ “ไวน์ชิลี” นั่นเอง

# Thai Food



# ทาโก้ 101

## ทำความเข้าใจอาหารประจำชาติ เม็กซิโก



เรื่อง: พงศ์สิน เทวเรืองชัย

รูปภาพ: พงศ์สิน เทวเรืองชัย / โฟร์เจิน รัตนโชติ /  
อรรถพล กระจ่างฉาย

ในช่วงหลายปีมานี้เราจะเห็นว่าอาหารข้างทาง หรือ “สตรีทฟู้ด” ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะด้วยการแนะนำโดยคู่มือท่องเที่ยวอย่าง Michelin Guide หรือจากเหล่า Youtuber พาชิมทั้งหลาย ทำให้ปัจจุบันอาหารข้างทางได้กลายเป็นทางเลือกแรกสำหรับนักกินหลาย ๆ คนไปแล้ว

หากพูดถึงสตรีทฟู้ดของพื้นภาคลาตินอเมริกา ภาพแรก ๆ ที่เราจะต้องนึกถึงกันคือทาโก้ (taco) อาหารประจำชาติของเม็กซิโกที่ประกอบด้วยแผ่นแป้งข้าวโพดทรงกลมขนาดเท่าฝ่ามือ (tortilla - ตอร์ติยา) ที่โปะหน้าด้วยเนื้อสัตว์โรยหอมใหญ่-ผักชี และราดซอสพริกรสแซบ (salsa - ซัลซ่า) ทาโก้เป็นอาหารที่พบได้ทั่วไปตามริมทางในเม็กซิโก โดยมีลูกค้ายืนกินอยู่หน้าร้านพร้อมทั้งสนทนาไปกับคนขายหรือลูกค้าคนอื่นที่ยืนอยู่ข้างกัน

หากจะให้พูดถึงทาโก้หน้าต่าง ๆ แล้วคงเป็นเรื่องที่เล่าได้ไม่รู้จบ เราจึงขอแนะนำเพียงบางไฮไลท์เกี่ยวกับอาหารเม็กซิกันจานนี้เพื่อเป็นการเรียกน้ำย่อยไปพลางก่อน



## แหล่งกำเนิดของข้าวโพดและพริก



เม็กซิโกคือแหล่งกำเนิดของข้าวโพด ชนพื้นเมืองปลูกและบริโภคข้าวโพดมาประมาณ 10,000 ปีแล้ว จึงไม่แปลกที่ในเม็กซิโกและอเมริกากลางจะบริโภคข้าวโพดเป็นอาหารหลักทุกมื้อในแบบเดียวกับที่คนไทยทานข้าว ความผูกพันที่ชาวเม็กซิกันมีต่อข้าวโพดนั้นลึกซึ้งกว่าแค่เรื่องอาหารการกินมากเพราะข้าวโพดถือเป็นรากเหง้าของอารยธรรมเม็กซิกัน โดยพวกเขามีตำนานพื้นเมืองที่เล่ากันว่าพระเจ้าสร้างมนุษย์จากข้าวโพด ด้วยเหตุนี้ ชาวเม็กซิกันจึงเรียกตนเองว่า “ลูกหลานของข้าวโพด”

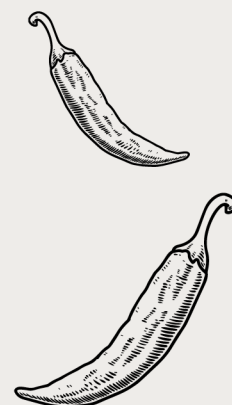


แป้งตอร์ตียาที่อร่อยที่สุดคือที่ทำด้วยมือที่ละแผ่น ซึ่งหลายร้านจะใช้แป้งที่ทางร้านทำเองสด ๆ แต่แน่นอนว่าหากเราต้องการซื้อปริมาณมาก ๆ เพื่อกลับไปจัดเลี้ยงที่บ้านก็ต้องซื้อจากร้านที่ผลิตแป้งตอร์ตียาด้วยเครื่องจักร



## แหล่งกำเนิดของข้าวโพดและพริก

นอกจากข้าวโพดแล้ว วัตถุดิบอีกอย่างหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในอาหารเม็กซิกันคือพริก ซึ่งเป็นพืชที่มีถิ่นกำเนิดในเม็กซิโกเช่นเดียวกับข้าวโพด (อันที่จริงแล้วคำว่า chile ในภาษาสเปน หรือ chili ในภาษาอังกฤษ เป็นการเรียกทับศัพท์จากคำว่า chilli ในภาษาของชาวอาซเทคที่แปลว่า “พริก” นั่นเอง) ด้วยเหตุนี้ พริกจึงเป็นเครื่องปรุงที่พบได้ทั่วไปในอาหาร รวมถึงในเครื่องดื่มหรือแม้กระทั่งของหวานของเม็กซิโก และเวลาเรากินทาโก้ หนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญว่าร้านนี้อร่อยแค่ไหนก็คือรสชาติของซอสพริก หรือ salsa ที่เป็นสูตรเด็ดประจำร้าน



## ต้นตำรับบาร์บีคิว

คำว่า barbeque (บาร์บีคิว) เป็นการถอดเสียงภาษาอังกฤษมาจากคำว่า barbacoa (บาร์-บา-โก-อา) ในภาษาสเปนที่ใช้เรียกเนื้อสัตว์ที่ปรุงให้สุกด้วยการรมควัน ชาวยุโรปได้รู้จักวิธีการทำอาหารแบบนี้เป็นครั้งแรกจากชนพื้นเมืองแถบอเมริกากลางและแคริบเบียนเมื่อ 500 ปีที่แล้ว และได้ยืมชนพื้นเมืองพูดคำว่า barbacoa ชาวสเปนจึงใช้คำนี้ทับศัพท์เพื่อเรียกเนื้อสัตว์ที่ย่างไฟหรือรมควันไฟให้สุก ทั้งนี้ ในยุคแรก ๆ barbacoa จะใช้สัตว์ป่าในพื้นที่ แต่ในเวลาต่อมา ชาวสเปนได้นำวัวและแกะเข้ามาเลี้ยงในทวีปอเมริกาจนกระทั่งกลายมาเป็นเนื้อสัตว์ที่บริโภคกันเป็นหลักในยุคปัจจุบัน



ทุกวันนี้เวลาพูดว่า barbacoa ในเม็กซิโกนั้นหมายถึงบาร์บีคิวที่ทำจากเนื้อแกะหรือเนื้อแพะ (หากเป็นเนื้อวัวจะเรียกว่า carne asada - แปลตรงตัวว่า “เนื้อย่าง”) โดยสามารถทำได้สองวิธี คือ ย่างเหนือกองไฟแบบที่เราเห็นกันคุ้นตา หรือ ย่างในหลุมดินซึ่งเป็นเทคนิคดั้งเดิมและเป็นสูตรเฉพาะตัวของเม็กซิโก วิธีทำคือ ขุดหลุมลึกลงไปใต้ดิน ก่อไฟที่ก้นหลุม ปูทับด้วยใบว่านอากาศ (ว่านที่ใช้ผลิตเหล้าเตกิล่า) วางแกะหรือแพะลงไปทั้งตัว และกลบหลุมทิ้งไว้ทั้งคืนเพื่อให้เนื้อค่อย ๆ สุกข้ามคืน



ตอนกลางคืนเป็นช่วงที่จุดเตาในหลุมดินและย่างเนื้อ พอถึงเช้าค่อยเปิดใบว่านและนำเนื้อออกมาเสิร์ฟ



## ต้นตำรับบาร์บีคิว

นอกจาก barbacoa แล้ว ยังมีบาร์บีคิวชื่อดังอีกชนิดที่ใช้วิธีรมควันในหลุมดินเช่นกัน คือ cochinita pibil หมูรมควันในแบบฉบับของชาวมายา (ชนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ทางภาคใต้ของเม็กซิโก และในกัวเตมาลากับเบลีซ) ที่หมักด้วยเครื่องเทศและห่อในใบตองก่อนจะนำลงไปฝังในหลุม และเวลาเสิร์ฟจะโรยหน้าด้วย habanero หนึ่งในสายพันธุ์พริกที่เผ็ดที่สุดในโลก

cochinita pibil ที่เสิร์ฟมาเป็น “กับข้าว” (ต้องตักมาราดบนแผ่นตอร์ติยาเอง) และที่เสิร์ฟมาเป็นทาโก้ (เสิร์ฟบนแผ่นตอร์ติยาพร้อมให้หยิบทาน)



## อิทธิพลจากตะวันออกกลาง

ทาโก้เป็นอาหารที่มีวิวัฒนาการต่อเนื่องมาหลายร้อยปี เริ่มตั้งแต่ที่ชาวสเปนนำวัว แกะ แพะ และหมู เข้ามาเลี้ยงในทวีปอเมริกา ทำให้เนื้อสัตว์เหล่านี้ถูกนำมาใช้ประกอบอาหารที่เดิมเคยใช้เนื้อสัตว์ป่า นอกจากนี้ การเดินทางไปมาข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกยังนำสูตรอาหารใหม่ ๆ มายังเม็กซิโกด้วย และเชื่อหรือไม่ว่าทาโก้ที่ได้รับความนิยมที่สุดในเม็กซิโกในปัจจุบันคือทาโก้ที่ประยุกต์มาจากอาหารตะวันออกกลาง



ในช่วงศตวรรษที่ 20 สภาวะสงครามในเลบานอนทำให้ชาวเลบานอนต้องย้ายถิ่นฐานโดยเม็กซิโกเป็นหนึ่งในประเทศปลายทาง และชุมชนเลบานอนนี้เองได้นำวัฒนธรรมการกินของพวกเขามาเผยแพร่ให้ชาวเม็กซิกันได้รู้จักหนึ่งในนั้นคือชาว์รมา (shawarma) เนื้ออย่างที่ใช้วิธีหั่นเนื้อเป็นชิ้น จัดซ้อนกันรูปทรงกรวยและย่างบนเครื่องย่างที่หมุนช้า ๆ ซึ่งถูกประยุกต์มาเป็น tacos al pastor อาหารเม็กซิกันที่ใช้วิธีการย่างไม่ต่างจาก shawarma แต่ว่าหมักเนื้อด้วยเครื่องปรุงเม็กซิกัน และทานคู่กับแป้งข้าวโพดแทนขนมปังพิตตา



## อาหารสำหรับทุกโอกาส



บรรยากาศการยืนกินทาโก้หน้าร้านพร้อมกับดูแม่ครัวทำอาหารไปด้วย

ถ้าวันนี้จะออกไปเจอเพื่อน นั่นหมายถึงเราจะกินทาโก้ ถ้าวันนี้ญาติ ๆ นัดเจอกัน นั่นหมายความว่าเราจะกินทาโก้ ถ้าคืนนี้มีคอนเสิร์ต นั่นหมายถึงเราจะกินทาโก้หลังจบการแสดง ถ้าวันนี้ไปดูฟุตบอลที่สนาม นั่นหมายถึงเราจะกินทาโก้หลังการแข่งขันไม่ว่าทีมที่เราเชียร์จะแพ้หรือชนะ คนเม็กซิกันจะพูดติดตลกว่าการยืนกินทำให้เขาสามารถกินได้มากขึ้น ซึ่งเป็นการพูดเล่น แต่ว่าเอาจริงเพราะเวลาเราไปกินทาโก้กับเพื่อนฝูง เราจะต้องคอยสังเกตว่าใครกินได้ที่ขึ้นและเปรียบเทียบดูว่าใครแน่นสุด ในวงนี้ แต่นอกจากเรื่องการแข่งขันเอาสนุกแล้ว การยืนกินยังช่วยให้ได้รรถรสอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินไปมาเพื่อเติมซลซ่า การยืนดูพ่อครัวประกอบทาโก้ตรงหน้าเราและส่งอาหารตรงถึงมือเราหรือการยืนกินหน้าร้านในเวลาเร่งรีบโดยไม่ต้องรอให้มีโต๊ะว่าง

# DLA Magazine

---

# DLA Magazine

## ที่ปรึกษา

เชษฐพันธ์ มากสัมพันธ์ / นิภา นิรันดร์นุต /  
ใจไทย อุปการนิเทศ

## บรรณาธิการบริหาร

นาฏริยา นพคุณ พรหมโยธี

## บรรณาธิการ

วรุฒม์ เปลี่ยนพานิช

## คณะผู้จัดทำ

ปรารณา อุดมมงคลกุล / อติพลิน ภาณุพงศ์ /  
ธนภูมิ สีลาภรณ์ / พิษญา แอดสกุล /  
วรุฒม์ เปลี่ยนพานิช / สุวีรภา วิชัยธนพัฒน์ /  
พิชญาภา ปัญญาศิริ / ภัชเชร หายุกิติวัฒน์

## นักเขียน

พงศ์สิน เทพเรืองชัย / วรุฒม์ เปลี่ยนพานิช /  
พิชญาภา ปัญญาศิริ / ภัชเชร หายุกิติวัฒน์ /  
ลักษมณย์ นนทน์ภัสพงศ์ / เรียงธรรม เรียงสุต

## ออกแบบงานศิลป์

ภัชเชร หายุกิติวัฒน์ /  
สมาพันธ์สมาคมดิจิทัลคอนเทนต์บันเทิงไทย

## ผู้สนับสนุน

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันต้ออาโก  
สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลิมา  
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ผลิตโดย

กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้  
กระทรวงการต่างประเทศ

ติดต่อกองบรรณาธิการ  
โทร. 0 2203 5000 ต่อ 13030