

เตสิพิวส์

ทิวทัศน์วัฒนธรรมไม่เป็นทางการ

วันอาทิตย์ ที่ 12 กรกฎาคม 2552 เวลา 0:00 น



'คนครัวไทยในลอนดอน' ภูธรธุรกิจชาติด้วย 'อาหาร'

ลอนดอน นอกจากเป็นเมืองหลวงของอังกฤษก็ยังเป็นเมืองท่าสำคัญระดับโลก ไม่แปลกที่ดินแดนนี้จะมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ กับอาหารก็เช่นกัน เพราะเต็มไปด้วยอาหารจากหลายเชื้อชาติ ซึ่ง “อาหารไทย” ก็เป็นหนึ่งในเมนูยอดนิยมที่กำลังขึ้นชั้นอาหารอินเตอร์ของคนที่นี่ และเมื่อเร็ว ๆ นี้ทีมงาน “วิถีชีวิต” มีโอกาสไปสัมผัสความป๊อปปูลาร์ของอาหารไทยของคนอังกฤษ โดยการประสานของกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ และสถานเอกอัครราชทูตไทยประจำลอนดอน ได้ไปสังเกตการณ์เทศกาลอาหารสำคัญอย่าง เทศต์ ออฟ ลอนดอน และมีโอกาสได้พูดคุยกับ “คนครัวไทย” ที่เกี่ยวข้องกับหลายคน ซึ่ง

ก็มีแง่มุมน่าสนใจไม่น้อย...

“เราไม่ได้เป็นเพียงคนทำอาหารไทย แต่เรายังส่งผ่านเรื่องของศิลปวัฒนธรรมไทยผ่านจานอาหารออกไปด้วย” เชฟร้านอาหารไทยบลู อีเลเฟ้นท์ (Blue Elephant) ริงส์เวิร์ด มุลลิจันท์ บอกเรา ก่อนเล่าความคิดอีกว่า แม้จะอยู่ไกล แต่ทุกอย่างก็พยายามสื่อความเป็นไทยให้มากที่สุด นอกจากบรรยากาศแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดในฐานะ “เชฟอาหารไทย” คือยึดมั่นในศิลปะการปรุงอาหารของไทยโดยคงรสชาติความเป็นไทยแท้ไว้ให้มากที่สุด ซึ่งเขาบอกว่า เหมือนเป็น “ทิวทัศน์วัฒนธรรมอย่างไม่เป็นทางการของไทย”

“ในฐานะพ่อครัวอาหารไทย ผมเชื่อว่าวันนี้อาหารไทยจะเป็นทัพหน้าในการภูธรธุรกิจได้ ถ้าคนไทย ร้านอาหารไทยทุกร้าน ร่วมมือช่วยกันส่งชื่อวัตถุดิบจากเมืองไทย อีกอย่างเมื่ออาหารไทยบูมคนไทยก็มียางทำมากขึ้น ผมเห็นหลายคนหอบเงินกลับบ้านประเทศ ส่วนนี้ก็ช่วยเศรษฐกิจได้บ้าง แต่ความสุขที่สุดของคนเป็นเชฟ ไม่มีสุขไหนเท่ากับที่เห็นคนต่างชาติชอบอาหารไทยที่เราทำ ซึ่งมันเป็นความรู้สึกสุขยิ่งกว่าสุข บางคนไม่เคยไปเมืองไทยเลย แต่พอกินอาหารไทยเขาก็อยากไปเมืองไทย ตรงนี้เราก็คือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ทำได้ แม้จะไม่ได้มากมาย แต่ก็ภูมิใจที่ได้ทำ”

เชฟริงส์เวิร์ดกล่าว

ด้านเชฟอาหารไทยอีกคนอย่าง ทงศักดิ์ ยอดหวาย แห่งร้านน้ำ (Nahm) ก็คิดคล้ายกัน โดยบอกว่า เคยทำงานเป็นเชฟอยู่ที่ซิดนีย์ ออสเตรเลีย ก่อนจะมาทำงานร้านอาหารไทยที่ลอนดอน ซึ่งร้านของเขาเป็นร้านอาหารไทยร้านแรกในยุโรปที่ได้รับการการันตีจากสถาบันจัดอันดับมาตรฐานร้านอาหารที่มีชื่อเสียง หรือรางวัลมิชลินสตาร์ เป็นความภูมิใจที่ร้านอาหารไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล และเป็นการยกระดับมาตรฐานอาหารไทยเทียบเคียงระดับอินเตอร์ เขาบอกว่านอกจากจะทำอาหารให้ดีที่สุด สิ่งสำคัญคือต้องพยายามคงความเป็นไทยในรสชาติอาหารไว้ด้วย เพราะต้องการสื่อสารให้คนต่างชาติได้รับรู้ถึงความมหัศจรรย์ในอาหารไทย นอกจากนี้ ก็จะพยายามนำเสนอวัฒนธรรมไทย เรื่องราวดี ๆ ของไทย ให้คนต่างชาติได้รับรู้เสมอ

“ผมว่าไทยเราไม่ต้องไปแข่งกับคนอื่น ไม่ต้องแข่งกับชาติไหน ผมว่ามาแข่งกับตัวเองก่อนดีกว่า เพราะถ้าเราชนะตัวเราได้ การเอาชนะคนอื่นผมว่าไม่สำคัญแล้ว สิ่งที่ทำคือปรับประเทศไทยให้ดีที่สุด หน้าที่ที่เราทำได้ที่ดีที่สุดคือการทำอาหารไทยให้ออกมาดีที่สุดในใจ เพราะถ้าเขาประทับใจในอาหาร ผมว่าเรื่องอื่น ๆ ที่จะทำให้เขาประทับใจเรา ก็คงไม่ยาก” เชฟทงศักดิ์กล่าว

ส่วน สายพิณ สายสว่าง ผู้จัดการร้านภัทรา (Patara) บอกว่า จากความตั้งใจที่จะประกาศตัวให้โลกรับทราบถึงความโดดเด่นของอาหารไทย ทำให้ร้านถูกโหวตจากคนอังกฤษให้เป็นเดอะ เบสท์ ไทยเรสเตอรอง อิน ลอนดอน (The Best Thai Restaurant in London) ซึ่งกว่าจะมีวันนี้ไม่ง่าย แต่ก็คิดว่ายิ่งยากยิ่งท้าทาย ยิ่งท้าทายก็ยิ่งสร้างมาตรฐาน ไม่ใช่ของร้าน แต่หมายถึงอาหารไทย ซึ่งถ้าทำให้เกิดการยอมรับมาก ๆ ทำให้คนเชื่อมั่นในอาหารไทย ก็จะทำให้เกิดประโยชน์อื่น ๆ ตามมามากมาย ทั้งการสร้างเม็ดเงิน การจ้างงาน การซื้อสินค้า การท่องเที่ยว การลงทุน トラาบใดที่เราทำอาหารดี อาหารอร่อย เราเชื่อว่าเขาต้องประทับใจ

“วันนี้ประทับใจอาหารไทย ต่อไปก็เรื่องอื่น ๆ ที่สำคัญต้องไม่ดูถูกรสชาติของตัวเอง ต้องคิดถึงเสมอว่ารสชาติไทยเปลี่ยนไม่ได้ มันก็เหมือนเป็นการส่งออกวัฒนธรรมของเราให้เขารับรู้ เพราะเราอยากให้ลูกค้าได้ทานของอร่อย เพราะมันเปรียบเหมือนหน้าตาของประเทศไทย อย่างมะม่วง ถ้าไม่ใช่หน้า เราก็ไม่อยากจะขาย เพราะไม่อร่อย เราคิดว่าถ้าเขาไม่ประทับใจจากตรงนี้ ก็ไม่ใช่เรื่องง่ายถ้าเขาจะคิดถึงเรื่องอื่น ๆ ซึ่งการทำอาหารไทยประสบความสำเร็จ ประโยชน์มันไม่ได้ตกอยู่ที่เราฝ่ายเดียว แต่กลับคืนสู่ประเทศไทยด้วย ทั้งทางตรงหรือจะเป็นทางอ้อมก็ตามที” สายพิณกล่าว

ขณะที่ สุวรรณภา กฤษณาวารินทร์ แห่งร้านตะวัน ผู้ประกอบการนำเข้าผักสดผลไม้จากไทย ก็บอกว่า อาหารก็คือวัฒนธรรม ตอนนี้คนต่างชาติรู้จักไทยก็เพราะอาหาร จากผักผลไม้ โดยผลไม้ขายดีก็เป็นมะม่วง เงาะ มังคุด ที่เหลือเป็นพวกเครื่องปรุงกับเครื่องแกง เช่น โขระพา กะเพรา มะกรูด ซึ่งเป็นผลมาจากความนิยม อาหารไทยที่เกิดขึ้น ซึ่งคนไทยที่ออกมาทำธุรกิจในด้านนี้ ไม่ง่าย แต่ก็ไม่ยาก อยู่ที่ความอดทน และตั้งใจ สำหรับอาหารไทยนั้นตอนนี้เป็นที่นิยมมากในอังกฤษ ซึ่งเมื่อคนชอบอาหารไทย ก็มักจะอยากฝึกหัดทำอาหารไทย ก็จะทำให้ผลผลิตการเกษตรจากไทยเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ

“ตอนนี้เราน่าจะฉวยจังหวะที่กระแสอาหารไทยบูมให้เป็นประโยชน์ ส่วนตัวมองว่าในตลาดมีช่องว่างที่จะช่วยเหลือเกษตรกรไทยมากมาย ซึ่งการร่วมออกภัตตาคารอาหาร เทศต์ ออฟ ลอนดอน ถึงจะคุ้ม-ไม่คุ้ม ที่สำคัญคือเราถือว่าเราอยากช่วย อย่างน้อยก็อยากให้คนต่างชาติชื่นชมและประทับใจไทย แม้ว่าเราจะเป็นเพียงแม่ค้าผักผลไม้ก็ตาม” เจ้าของร้านตะวันกล่าว และก็เป็นอีกแง่มุมความคิดที่คนไทยในเมืองไทยน่าจะได้อะไร ได้รู้ถึงความมุ่งมั่น ของ “คนไทยในต่างแดน” กลุ่มนี้

กลุ่มคนที่ด้านหนึ่งเป็นคนปรุง-คนขายอาหารจากไทย

และในอีกด้านยังสร้างภาพลักษณ์ให้ไทยอย่างแข็งขัน.

'คาถาอาหารไทย' ใช้โกอินเตอร์

กิตติ วัฒนินท์ เอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงลอนดอน ซึ่งนำทัพจัด “เทศต์ ออฟ ไทยแลนด์” ในเทศกาลอาหารของลอนดอน กล่าวว่า อาหารไทยวันนี้ไม่ได้เป็นเพียงอาหาร แต่สื่อความหมายในฐานะตัวแทนประเทศไทยด้วย สิ่งที่เราใช้เสมอมาจากแนวคิดหลัก ที่อาจเรียกว่าเป็น “คาถา...ไทย (THAI)” ก็ได้ คือ ที (T) เทศต์ ฟูลลี่ ฟู้ด (Taste Fully Food) คืออาหารไทยเป็นอาหารที่เต็มเปี่ยมไปด้วยรสชาติ, เอช (H) เฮลท์ตี้ แอนด์ ไฮยีน (Healthy & Hygiene) คือถูกสุขอนามัยและมีประโยชน์ต่อร่างกาย, เอ (A) แอทโมสเฟียร์ (Atmosphere) คือต้องได้บรรยากาศความเป็นไทย และสุดท้าย ไอ (I) อินกริเดียนท์ (Ingredient) ส่วนผสมต้องเป็นไทยแท้ เพราะรสชาติอาหารไทยที่แท้จริงต้องมาจากวัตถุดิบจากไทยแท้

“ร้านไทยในลอนดอนมีราว 1,700 ร้าน ถือว่าศักยภาพไม่ธรรมดา บ่งชี้ว่าคนต่างชาติยอมรับความเป็นเลิศของอาหารไทย เราเน้นย้ำเสมอว่าไทยจะไม่ใช่เป็นเพียงผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ แต่เราต้องสื่อความหมายในการเป็นเสมือนเพื่อนที่ส่งมอบสิ่งดี ๆ ให้แก่เพื่อนด้วย ดังนั้น อาหารจึงเป็นสินค้าส่งออกด้านวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย และเป็นการตอกย้ำว่าเมืองไทยเรามีดี” ทานทูตระบุ กิตติ วัฒนินท์ เอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงลอนดอน ซึ่งนำทัพจัด “เทศต์ ออฟ ไทยแลนด์” ในเทศกาลอาหารของลอนดอน กล่าวว่า อาหารไทยวันนี้ไม่ได้เป็นเพียงอาหาร แต่สื่อความหมายในฐานะตัวแทนประเทศไทยด้วย สิ่งที่เราใช้เสมอมาจากแนวคิดหลัก ที่อาจเรียกว่าเป็น “คาถา...ไทย (THAI)” ก็ได้ คือ ที (T) เทศต์ ฟูลลี่ ฟู้ด (Taste Fully Food) คืออาหารไทยเป็นอาหารที่เต็มเปี่ยมไปด้วยรสชาติ, เอช (H) เฮลท์ตี้ แอนด์ ไฮยีน (Healthy & Hygiene) คือถูกสุขอนามัยและมีประโยชน์ต่อร่างกาย, เอ (A) แอทโมสเฟียร์ (Atmosphere) คือต้องได้บรรยากาศความเป็นไทย และสุดท้าย ไอ (I) อินกริเดียนท์ (Ingredient) ส่วนผสมต้องเป็นไทยแท้ เพราะรสชาติอาหารไทยที่แท้จริงต้องมาจากวัตถุดิบจากไทยแท้

“ร้านไทยในลอนดอนมีราว 1,700 ร้าน ถือว่าศักยภาพไม่ธรรมดา บ่งชี้ว่าคนต่างชาติยอมรับความเป็นเลิศของอาหารไทย เราเน้นย้ำเสมอว่าไทยจะไม่ใช่เป็นเพียงผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ แต่เราต้องสื่อความหมายในการเป็นเสมือนเพื่อนที่ส่งมอบสิ่งดี ๆ ให้แก่เพื่อนด้วย ดังนั้น อาหารจึงเป็นสินค้าส่งออกด้านวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย และเป็นการตอกย้ำว่าเมืองไทยเรามีดี” ทานทูตระบุ

ศิริโรจน์ ศิริแพทย์ : รายงาน