

**ความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร
สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย
OPINION AND ANALYSIS FROM CULINARY EXPERTS
FOR JAPANESE RESTAURANTS IN THAILAND**



**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
ปีการศึกษา 2557**

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับ
ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย
ผู้วิจัย พัสกร พลบูรณ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(รศ.ดร.เชาว์ โรจนแสง)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร.วิชัย เจริญธรรมานนท์)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ผศ.ดร.ภักดี มานะหิรัญเวท)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.รัชยา ภักดีจิตต์)

(ดร.อภิเทพ แซ่ก๊ว)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สิงหาคม 2557

ชื่อวิทยานิพนธ์: ความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับผู้ประกอบการ
ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย

ผู้วิจัย: พัสกร พลบูรณ์ **รหัสนักศึกษา:** 012260009

หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร **อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม :** ดร.วิชัย เจริญธรรมานนท์

ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ทางด้านอาหารญี่ปุ่น ซึ่งมีความแตกต่างและหลากหลายทางด้านอาชีพ

เครื่องมือที่เลือกใช้ในการวิจัยคือการสัมภาษณ์ จนได้ออกมาเป็นข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ประสบการณ์ รสนิยม ความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่ออาหารญี่ปุ่น ทั้งในส่วนของการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยและร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับที่ประเทศญี่ปุ่น นำมาถกแถลง วิเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะเกิดประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นอย่างแท้จริง

ผลการศึกษาในครั้งนี้พบข้อเท็จจริงของข้อมูลในเรื่องอาหารญี่ปุ่น ด้วยวัฒนธรรมการกินของคนไทยและคนญี่ปุ่นทำให้เกิดการเปรียบเทียบ และการดัดแปลงเพื่อให้รองรับได้กับกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย รวมถึงข้อมูลในเรื่องวัตถุดิบ แหล่งที่มา และการสร้างสรรค์ที่เป็นหัวใจหลักของอาหารญี่ปุ่น การรับประทานอาหารซึ่งเป็นศิลปะของชาวญี่ปุ่นนั้นมีความน่าสนใจและน่าเอาเป็นแบบอย่าง ซึ่งเราจะพบข้อมูลที่เป็นไปในทางเดียวกันคือ ความใส่ใจในทุกรายละเอียดและทุกขั้นตอนของชาวญี่ปุ่น ที่ไม่ได้คำนึงถึงแค่ความอร่อยของรสชาติอาหาร หรือเพื่อรับประทานแล้วรู้สึกอิ่ม แต่มีหลายสิ่งหลายอย่างมากกว่านั้นในอาหารญี่ปุ่น ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนในชาติ สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะโดยรวมของประเทศนั้นๆ ผ่านอาหารเพียง 1 จาน

คำสำคัญ: อาหารญี่ปุ่น รสนิยมด้านอาหาร ความรู้เรื่องอาหาร ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

Research Title: Opinion and analysis from Culinary experts for Japanese restaurants in
Thailand

Researcher: Passakorn Ponlaboon **Student ID:** 012260009

Degree: Master of Business Administration

Thesis advisor: Dr.Chompunuch Jittithavorn **Co-Advisor:** Dr.Wichai Charoenthanmanon

Academic year:2014

Abstract

The objective of this piece is to show collected research of the opinions and studies from culinary experts in Thailand who run Japanese restaurants. The selected research group were chosen from their extensive knowledge in their culinary field, and also substantial experience in Japanese restaurants, cooking and other areas.

The research was gathered through multiple interviews before coming together as a reflection of their collected knowledge, past experiences, opinions, tastes, ideas, and also their thoughts towards Japanese chain restaurants that have recently opened in Thailand following their success in the original branches in Japan. The expert advice and sharing of their experiences could be extremely helpful to those contemplating on bringing in a Japanese restaurant franchise to Thailand.

The result of this study was to collect information and compare Japanese and Thai food culture. Adaptations to food and cultures are sometimes made to please a wider variety of customers. These changes include ingredients, materials used, the area the restaurant is based and also new techniques used to make the eating experience more interesting. Japanese food preparation is seen as an art form, both pleasing to the eye and also to taste buds. One dish of Japanese food can show a mixture of art, culture and so many other components that brought together are in itself are a reflection of Japan.

Keywords: Japanese Food, Culinary tastes, Culinary knowledge, Culinary experts

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งของอาจารย์ทุกท่าน กราบขอบพระคุณ ดร.วิชัย เจริญธรรมานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร ที่สละเวลาให้ข้อแนะนำ เสนอแนะ และได้รับความเมตตาช่วยให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้จนสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ที่เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณ ประธานและคณะกรรมการในการสอบที่ช่วยเพิ่มเติม ให้การศึกษาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตนฟอร์ด ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลและสถานที่ในการทำวิทยานิพนธ์

และที่สำคัญ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณคุณแม่ คุณพ่อ น้องชาย และครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้ข้อแนะนำในการศึกษาเล่าเรียนและการดำรงชีวิต ขอบขอบคุณผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้วิจัยที่ช่วยเหลือให้งานวิจัยในครั้งนี้ผ่านไปได้อย่างสมบูรณ์ ขอบขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี และขอขอบคุณคุณบิดามารดา และคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอนปลูกฝังคุณงามความดี และความมานะอดทนที่ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงขอมอบความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

พัศกร พลบูรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.4 กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	6
1.5 สมมติฐานในการวิจัย.....	6
1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค.....	8
2.2. บทความเรื่อง มนุษย์กับอาหาร.....	20
2.3 บทความ เรื่อง กิน ของคนเอเชีย อร่อย แต่ สับสน.....	25
2.4 วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของ คนไทย.....	30
2.5 อาหารญี่ปุ่นที่แท้จริง.....	32
2.6 อาหารญี่ปุ่นที่มาจากอาหารต่างประเทศ.....	40
2.7 วิธีการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่น.....	41
2.8 บทความเรื่อง ความล้มเหลวทำไมคนญี่ปุ่นถึงอายุยืนที่สุดในโลก.....	49
2.9 บทความเรื่อง สุขภาพดีด้วยอาหารญี่ปุ่น.....	50
2.10 10 ประเด็นที่เอื้อให้ธุรกิจอาหารญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในประเทศไทย.....	55
2.11 ข้อมูลร้านอาหารญี่ปุ่น (สัญชาติไทย) และ (สัญชาติญี่ปุ่น) ในประเทศไทย.....	56
2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	67

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	70
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	70
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	71
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	71
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	73
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	73
ตอนที่ 2 ข้อเสนอสรุป	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
5.1 สรุปผลของการวิจัย	93
5.2 อภิปรายผล	94
5.3 ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	98
ภาคผนวก ก คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ในงานวิจัย	98
ภาคผนวก ข ประวัติ บทสัมภาษณ์ ข้อเสนอสรุป ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 ท่าน	100
ภาคผนวก ค ภาพการสัมภาษณ์	144
ประวัติผู้วิจัย	146

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อขายและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อขายของผู้บริโภค	10
ภาพที่ 2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	12
ภาพที่ 2.3 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ	20
ภาพที่ 2.4 อาหารฮันเลี่ยน (ฮันเลี่ยน เรียวริ)	33
ภาพที่ 2.5 อาหารไคเซกิ (ไคเซกิ เรียวริ)	34
ภาพที่ 2.6 เส้นโซะ อาหารที่เสิร์ฟเป็นอันดับแรกพร้อมเหล้า คือ โมจิถั่วแดงร้อน	34
ภาพที่ 2.7 ซุชิโมะโนะ ซุปใส	35
ภาพที่ 2.8 ฌึโร่ โมะโนะ ซุปสี่เข็ม (มิโซะซุป)	35
ภาพที่ 2.9 ทชิคุริ (ชะชิมิ)	36
ภาพที่ 2.10 นิโมะโนะ อาหารประเภทต้ม	36
ภาพที่ 2.11 ยะกิโมะโนะ ของย่าง (ปลาชะบะย่างชี้อ้ว)	37
ภาพที่ 2.12 อะเคะโมะโนะ ของทอด	37
ภาพที่ 2.13 มุชิโมะโนะ ของนึ่ง แบบ ชะวังมุชิ (นึ่งในภาชนะรูปร่างแบบถ้วยชา)	38
ภาพที่ 2.14 มุชิโมะโนะ ของนึ่ง แบบ โคะบินมุชิ (นึ่งในภาชนะเครื่องปั้นดินเผา รูปร่างกาน้ำชา)	38
ภาพที่ 2.15 ซุชิโมะโนะ อาหารจำพวกยำ (ยำสาหร่าย)	38
ภาพที่ 2.16 โทะเมะวัง	39
ภาพที่ 2.17 ทะกิโคะมิ โคะฮัง	39
ภาพที่ 2.18 มะเตะ โคะฮัง	39
ภาพที่ 2.19 โคะโนะโมะโนะ (ผักดอง)	40
ภาพที่ 2.20 ขนมหวานญี่ปุ่น	40
ภาพที่ 2.21 อะบุระเะ (เต้าหู้ทอด)	43
ภาพที่ 2.22 นัตโตะ (ถั่วหมัก)	43
ภาพที่ 2.23 โซยุ	44
ภาพที่ 2.24 ยากิโทริ (ไก่เสียบไม้ย่าง)	44

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.25 เส้นโซบะ.....	45
ภาพที่ 2.26 เส้นอุด้ง.....	45
ภาพที่ 2.27 เส้นโซเม็ง.....	46
ภาพที่ 2.28 นาเบะเรียวรี.....	47
ภาพที่ 2.29 โอเด็งนาเบะ.....	47
ภาพที่ 2.30 เบ็นโตะ.....	48
ภาพที่ 2.31 ปลาแมกเคอเรล.....	51
ภาพที่ 2.32 ซูชิ.....	52
ภาพที่ 2.33 สาหร่าย.....	52
ภาพที่ 2.34 ซุปมิโซะ.....	53
ภาพที่ 2.35 ชาเขียว.....	53
ภาพที่ 2.36 เต้าหู้.....	54
ภาพที่ 2.37 เห็ดหอม.....	54
ภาพที่ 2.38 โซบะ.....	55
ภาพที่ 2.39 FUJI Japanese Restaurant's Logo.....	56
ภาพที่ 2.40 ภาพข้อความวิสัยทัศน์ของ Kenji Tanaka.....	57
ภาพที่ 2.41 ภาพ Organization Chart of Fuji Group.....	58
ภาพที่ 2.42 ภาพแสดงสัดส่วนการดำเนินธุรกิจของFuji.....	58
ภาพที่ 2.43 ZEN Japanese Restaurant's Logo.....	62
ภาพที่ 2.44 YAYOI Restaurant's Logo.....	64
ภาพที่ 2.45 OOTOYA Japanese Home Cooking Restaurant's Logo.....	65
ภาพที่ 4.1 บรรยากาศของตลาด สึคิจิ.....	74
ภาพที่ 4.2 การประมูลปลามากุโระที่ตลาดสึคิจิ.....	75
ภาพที่ 4.3 การแร่ปลาออกเป็นชิ้นเพื่อจำหน่าย.....	75
ภาพที่ 4.4 ภาพกุ้งมังกร จากอำวากุ ประเทศญี่ปุ่น.....	76
ภาพที่ 4.5 หอยเป่าสี้ออบเนย.....	76
ภาพที่ 4.6 ปูทาราเบะ (King Crab) จากเกาะฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น.....	76

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.7 วัวมัดชีซากะ และเนื้อมัดชีซากะ จากเมือง มัตสึซากะ ประเทศญี่ปุ่น	77
ภาพที่ 4.8 วัวมิยาซากิ และเนื้อมิยาซากิ จากเมือง มิยาซากิ ประเทศญี่ปุ่น	78
ภาพที่ 4.9 เนื้อโกเบ เกรด A5	78
ภาพที่ 4.10 หมูคาคูโรบุตะ และเนื้อหมูคาคูโรบุตะ	78
ภาพที่ 4.11 เมล่อนญี่ปุ่น	79
ภาพที่ 4.12 สตรอเบอร์รี่ และไร่สตรอเบอร์รี่ อามาโอะ จากเมืองฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น	79
ภาพที่ 4.13 เนื้อปลา Tuna Yellow fin ส่วน โอโทโร่ (Otoro) และ อาคามะ (Akami)	80
ภาพที่ 4.14 เนื้อม้า	80
ภาพที่ 4.15 ศิลปะการจัดวางที่สวยงามของญี่ปุ่น	81
ภาพที่ 4.16 ชุดอาหารแบบ ไคเซกิ	81
ภาพที่ 4.17 ภาพอาหารไทยที่มีความเข้มข้น (ต้มยำกุ้ง แพนงหมู ต้มข่าไก่)	82
ภาพที่ 4.18 อาหารไทยที่ต้องมีน้ำจิ้ม (ทอดมัน)	82
ภาพที่ 4.19 ร้าน AKAONI ที่ประเทศญี่ปุ่น	83
ภาพที่ 4.20 ร้านอาหารญี่ปุ่น Fuji	83
ภาพที่ 4.21 ร้านอาหารญี่ปุ่น Zen	84
ภาพที่ 4.22 ร้านอาหารญี่ปุ่น ยาโยอิ	84
ภาพที่ 4.23 ภาพร้าน ฮอนโมโน ซูชิ ของเชฟบุญธรรม ที่ทองหล่อ	85
ภาพที่ 4.24 บรรยากาศร้านอาหารญี่ปุ่น สไตล์ญี่ปุ่น	86
ภาพที่ 4.25 ร้านอาหารแบบซูชิบาร์	86
ภาพที่ 4.26 ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์ เทป็นยากิ	87
ภาพที่ 4.27 บรรยากาศร้านราเม็ง	87
ภาพที่ 4.28 อาหารญี่ปุ่นที่มีการตกแต่งที่สวยงาม	89
ภาพที่ 4.29 น้ำแข็งใสของญี่ปุ่น	89
ภาพที่ 4.30 ห่อขนนมของญี่ปุ่นที่มีความสวยงาม	89
ภาพที่ 4.31 ปลาปักเป้า	90
ภาพที่ 4.32 เชฟที่ได้รับอนุญาตให้ทำปลาปักเป้าที่เมืองฟุกุโอกะ	91
ภาพที่ 4.33 บรรยากาศร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่น แบบนั่งพื้น	91

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.34 ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร.....	92
ภาพที่ 4.35 พนักงานที่เสิร์ฟใส่ชุดญี่ปุ่นมาคอยให้บริการ.....	92



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกือบตลอดเวลาที่ผ่านมา การบริโภคของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการบริโภคก็มีวิวัฒนาการก่อกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกให้กับมนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ได้เลือกบริโภค อดีตกาลมนุษย์จะอาศัยอาหารจากธรรมชาติเพื่อมาบริโภคและมีวิธีการประกอบอาหารที่เป็นทางเลือกไม่มากนัก แต่ก็มีวิวัฒนาการกินมาเรื่อยๆ เราจะได้เห็นได้จาก(ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ,2550 : ออนไลน์)เมื่อขนาดสมองเพิ่มขึ้นจะทำให้มนุษย์มีความคิด รู้จักประดิษฐ์เครื่องมือ และมีสังคมที่ซับซ้อน เมื่อมนุษย์กินอาหารได้ทุกชนิด จะทำให้มนุษย์สามารถมีชีวิตรอดได้ง่าย ยิ่งมนุษย์รู้จักสร้างอาหารได้เองและมีความมั่นคงในอาหาร ยิ่งทำให้มนุษย์สนใจเรื่องอื่นๆมากขึ้น ในปัจจุบันนี้เมื่อมนุษย์ประดิษฐ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ก็ยิ่งทำให้มนุษย์มีอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะการเกษตรกรรม สิ่งเหล่านี้ทำให้จำนวนประชากรมนุษย์เพิ่มมากขึ้น ในเวลาต่อมาก็ได้มีการพัฒนาทัศนคติในการรับประทานอาหารโดยคำนึงถึงหลักโภชนาการมากขึ้น เลือกอาหารที่มีประโยชน์ อุดมไปด้วยโปรตีน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความปลอดภัยและรสชาติของกล้ามเนื้อ เติบโตขึ้นด้วยร่างกายที่แข็งแรง จึงทำให้มนุษย์มีความสนใจในการเลือกรับประทานอาหารที่ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังการศึกษาของเลสลีย์ ชู ลีเบอร์แมน(1987) อธิบายว่าถึงแม้มนุษย์จะกินอาหารได้ทุกประเภท แต่อาหารที่มนุษย์โปรดปรานมากที่สุดก็คือ เนื้อ นม ไข่ และ เลือด โปรตีนจากสัตว์จะให้อาหารที่จำเป็นแก่ร่างกายของมนุษย์ เช่น กรดอะมิโน และเกลือแร่ต่างๆ เนื้อสัตว์จึงเป็นอาหารที่สำคัญของมนุษย์

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยจึงทำให้มนุษย์มีความสามารถในการหาแหล่งอาหารที่มากขึ้นกว่าเดิม มนุษย์สามารถบริโภคอาหารได้หลากหลายขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการด้านการประกอบอาหาร ที่มีความพิถีพิถันในการปรุงอาหาร เลือกพื้นวัตถุดิบเพื่อที่จะมาประกอบอาหาร ให้เป็นอาหารที่เลิศรส ผสมผสานกับคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคอาหาร นั่นๆอีกด้วย หากแต่รสชาติของอาหารที่ปรุงขึ้นมานั้น จะแตกต่างกันไปตามลักษณะของวัฒนธรรมการบริโภคของคนแต่ละชนชาติ ซึ่งอาจแบ่งออกได้ 2 ลักษณะคือ อาหารตะวันออกและอาหารตะวันตก อาหารตะวันออกจะมีลักษณะที่มีความพิถีพิถันในด้านการปรุงอาหารและเครื่องปรุง จะมีการนำเครื่องเทศมาเป็นส่วนประกอบของอาหารเพื่อให้ได้รสชาติและกลิ่นสัมผัสที่มากกว่า แต่ในส่วนอาหาร

ของทางตะวันตกจะเน้นวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์เสียส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างอาหารตะวันออกและตะวันตกอย่างชัดเจน

มนุษย์ทุกคนล้วนแล้วแต่ต้องมีการบริโภคอาหารเพื่อดำรงชีวิตให้คงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้มีกำลังในการก้าวเดินในชีวิตต่อไป ซึ่งเรียกได้เลยว่า อาหารเป็นปัจจัย4ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน

แต่ละเชื้อชาติศาสนามีการบริโภคอาหารที่แตกต่างกันไปตามแต่ลักษณะของภูมิประเทศและการดำรงชีวิตของคนกลุ่มนั้น ด้วยความที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีประชากรที่หนาแน่นรวมทั้งเป็นประเทศที่ใหญ่ ต้องใช้พลังกำลังอันมหาศาลเพื่อแบกรับปริมาณงานที่ต้องทำในแต่ละวัน จึงทำให้ประเทศสหรัฐอเมริการับประทานอาหารเน้นความอึดท้องเป็นหลัก หรือด้วยความที่อินเดียเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยเครื่องเทศ พืชพรรณ ธัญญาหารหลายชนิดจึงทำให้ประเทศอินเดีย เน้นอาหารที่ปรุงเข้มข้นด้วยเครื่องเทศ ในขณะที่เดียวกันประเทศที่มีภูมิอากาศหนาวเย็นเกือบตลอดทั้งปี และพฤติกรรมของคนในประเทศนั้นต้องดื่มสุราหรือสูบบุหรี่เพื่อบรรเทาอาการหนาวเหน็บอย่างเช่นประเทศเกาหลี อาหารของประเทศเกาหลีจึงเน้นในเรื่องของอาหารหมักดอง และเน้นการถนอมอาหารเป็นหลักสำคัญ เพราะในบางช่วงของปีในประเทศเกาหลีก็จะหาอาหารมารับประทานได้ยากเย็นหรือเกิน ที่สำคัญอีกอย่างของการรับประทานอาหารของคนเกาหลีจะเน้นในเรื่องของสุขภาพ สิ่งทีกินแล้วดีต่อร่างกายเพราะเกาหลีมีเชื่อว่าประชากรในประเทศดำรงชีวิตค่อนข้างมีความเสี่ยง คนเกาหลีจะรับประทานอาหารประเภทโสม หรือสมุนไพรต่างๆที่เชื่อว่าล้างสารพิษและเป็นประโยชน์ต่อร่างกายนั่นเอง หรือประเทศไทยของเราเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยเกษตรกรรมที่ดีในน้ำมีปลา ในนามีข้าว จึงทำให้เราอุดมสมบูรณ์ไปด้วยข้าว พืชผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์รวมถึงวิธีการปรุงอาหารที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่นปลาชนิดเดียว เราสามารถนำมาทำเมนูได้หลากหลายชนิดหรือเรามีเมนูที่เรียกว่า น้ำพริก เป็นร่อยเป็นพันเมนู ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงทำให้คนไทยบริโภคอาหารเน้นรสชาติที่จัดจ้าน มีรสชาติที่ร่อย เรียกได้ว่าเปรี้ยวหวานมันเค็มเรามีครบรสเลยทีเดียว

อีกตัวอย่างที่มีความน่าสนใจในวัฒนธรรมการรับประทานอาหารคือ คนในชนชาติ ญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นรับประทานอาหารเป็นศิลปะและคำนึงถึงหลักหลายๆอย่าง ไม่ว่าจะเป็นรสชาติ สุขภาพ การจัดวางที่สวยงามและมีความน่ารับประทาน รวมถึงการคำนึงเรื่องของธรรมชาติและหลักระบบนิเวศวิทยา ชาวญี่ปุ่นค่อนข้างละเอียดอ่อนในการใช้ชีวิตและพิถีพิถันให้ความสำคัญกับจุดเล็กๆไปจนถึงจุดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม มารยาท ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อของชาวญี่ปุ่น ซึ่งก็รวมไปถึงในเรื่องของอาหารซึ่งญี่ปุ่นให้ความสำคัญเรื่องสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและความสะดวกใหม่ของวัตถุดิบ เพื่อที่อาหารจะได้มีรสชาติที่สดใหม่ อร่อย และคงคุณค่าทางอาหารไว้อย่างครบถ้วน (อาภา เทียมสิงห์, 2554 : 27) กล่าวได้ว่าอาหารญี่ปุ่นที่แท้จริง ได้เริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้น

อย่างสมบูรณ์ในช่วงสมัยนาระ(พ.ศ.1253-1337)ของญี่ปุ่น ต่อมาในสมัยมุโระมะชิ(พ.ศ.1897-2116) “อาหารสนเส้น” (สนเส้น เรียวริ) ก็ได้ถูกยกให้เป็นอาหารญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการสำหรับการใช้ในการเลี้ยงรับรองแขกทั้งอาหารอย่าง “โคเซกิ เรียวริ” ที่เกิดขึ้นมาจากแบบแผนของวิธีชงชาและ “โคเซกิ เรียวริ” ซึ่งเป็นอาหารสนเส้นแบบง่าย ก็จัดเป็นอาหารญี่ปุ่นที่แท้จริงด้วยเช่นกัน (Originaltravel,2556 : Online) อาหารญี่ปุ่นนั้นมีคำจำกัดความในปัจจุบันหมายถึง อาหารพื้นเมืองของประเทศญี่ปุ่นก่อนการสิ้นสุดการปิดประเทศหรือชะโกกุ (เมื่อค.ศ.1868) แต่ในความหมายที่กว้างขึ้นจะรวมถึงอาหารที่ใช้ส่วนผสมและวิธีการทำอาหารซึ่งรับมาจากต่างประเทศภายหลังจากการเปิดประเทศ ชาวญี่ปุ่นได้ประยุกต์ให้เข้ากับตนเอง ชื่อเสียงที่สำคัญที่สุดสำหรับอาหารญี่ปุ่นคือการเน้นอาหารตามฤดูกาล คุณภาพของวัตถุดิบ และการจัดวาง อาหารญี่ปุ่นนั้นมีการพัฒนามาหลายศตวรรษซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสังคมและการเมืองในประเทศ อาหารญี่ปุ่นเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในสมัยกลาง ซึ่งเป็นยุคสมัยที่ญี่ปุ่นถูกปกครองด้วยระบบศักดินาอันนำโดยโชกุน ต่อมาในช่วงต้นยุคใหม่หลังการปิดประเทศ ญี่ปุ่นก็รับเอาวัฒนธรรมจากต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งส่งผลให้วัฒนธรรมการกินของชาวญี่ปุ่นเกิดการเปลี่ยนแปลงไป

ชาวญี่ปุ่นรับประทานข้าวเป็นหลัก ส่วนอาหารญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงประกอบด้วย ซูชิ เทมปุระ สุกียากี้ ทาโกยากิ โซบะ เป็นต้น ชาวญี่ปุ่นมีความพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบ วัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญสำหรับอาหารญี่ปุ่นที่เด่นชัดคือ ถั่วเหลือง ซึ่งชาวญี่ปุ่นนำมาทำซอสโชยุและน้ำซุปมิโสะ นิยมใช้ถั่วแดงนำมาทำขนมหวาน นอกจากนี้ชาวญี่ปุ่นยังนิยมรับประทานอาหารทะเลแบบดิบหรือที่เรียกว่า ซะซิมิ อีกด้วย และด้วยเหตุนี้จึงทำให้อาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมจากต่างประเทศเป็นอย่างมาก (Narupol,2555 : Online) จากการสำรวจร้านอาหารญี่ปุ่นในปี 2006 พบว่ามีร้านอาหารญี่ปุ่นมากกว่า 20,000 ทั่วโลก

การเข้ามาของวัฒนธรรมญี่ปุ่นในไทยอาจเริ่มจากกลุ่มคนชาวญี่ปุ่นที่เริ่มหันมาลงทุนในประเทศไทย เป็นกลุ่มนักธุรกิจรายใหญ่ที่หันมาขยายฐานการผลิตสินค้าในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีค่าแรงและชิ้นส่วนการผลิตค่อนข้างถูก ดังนั้นการหลั่งไหลเข้ามาของนักธุรกิจชาวญี่ปุ่นจึงค่อนข้างมีจำนวนมากขึ้นทุกๆปี กระทั่งการพาครอบครัวภรรยาและลูกเข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทย (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ,2556 : Online) รศ.ดร.สุจิต คุ้มธนกุลวงศ์ นายกสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ให้ตัวเลขว่า มีคนญี่ปุ่นในประเทศไทยอยู่ที่จำนวน 40,249 คน (ข้อมูลจากสถานทูตญี่ปุ่นในประเทศไทย) โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ (29,919 คน) ชลบุรี (2,615 คน) และเชียงใหม่ (1,716 คน) ประมาณ 80% อยู่ใน สุขุมวิท ย่านนี้เลยกลายเป็นเมืองญี่ปุ่นที่เด่นชัดในความเป็น "เจแปนนิส สไต์ล์" ดูได้จากสินค้าและบริการที่

สุดขึ้นอย่างคับคั่ง รองรับลูกค้าญี่ปุ่นเป็นหลัก และเราจะได้เห็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีสไตล์ของความ เป็นญี่ปุ่นอย่างแท้จริง ทำเพื่อรองรับความต้องการของชาวญี่ปุ่นที่อยู่ในระแวกสุขุมวิทนี้ด้วย เนื่องจากสาเหตุที่ชาวญี่ปุ่นมีค่านิยมที่ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด ก็จะเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นเท่านั้น จึง ทำให้ร้านอาหารญี่ปุ่นซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีเจ้าของเป็นชาวญี่ปุ่นด้วย เปิดร้านอาหารญี่ปุ่นขึ้นมา เพื่อรองรับความต้องการของคนญี่ปุ่นกลุ่มหนึ่งในกรุงเทพมหานครนั่นเอง

ต่อมาคนไทยที่ได้มีโอกาสรับประทานอาหารญี่ปุ่นเกิดให้ความสนใจในรสชาติรวมถึงการ คัดสรรวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารเพื่อให้ได้รสชาติที่อร่อย กลมกล่อมและสดใหม่ นักธุรกิจ อาหารไทยจึงได้สร้างร้านอาหารญี่ปุ่นที่ตรงตามความต้องการของคนไทยมากยิ่งขึ้น เพราะใน ปัจจุบันนี้คนไทยเปิดใจรับประทานอาหารญี่ปุ่นเป็นทางเลือกในชีวิตประจำวันค่อนข้างมาก อาจ รองลงมาจากอาหารไทย และฟาสต์ฟู้ด จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเติบโตขึ้นเรื่อยๆ มีทั้งในแบบ ดั้งเดิม (Original Japanese restaurant) และแบบดัดแปลง (Fusion Food) เพื่อให้ได้รสชาติที่ตรง ตามความต้องการของคนไทยมากที่สุด ร้านอาหารที่เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่ทำเพื่อรองรับคนไทยใน ปัจจุบันมีมากมายหลายร้านด้วยกันส่วนใหญ่เปิดตามห้างสรรพสินค้า เช่น ฟุจิ (Fuji) ยาโยอิ (Yayoi) ฮาชิบังราเมน (Hachiban ramen) เซน (Zen) เป็นต้น แต่สำหรับร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นแบบฉบับดั้งเดิม หรับของญี่ปุ่นขนานแท้ส่วนใหญ่มักจะอยู่ตามถนนเส้นสุขุมวิทไปจนถึงทองหล่อ เอกมัย แต่ถ้าเป็น ร้านที่มีชื่อเสียง มีหลายแห่ง และเป็นเจ้าแห่งต้นตำหรับร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใส่ใจรายละเอียดไม่แพ้ ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ดำเนินกิจการโดยชาวญี่ปุ่นก็ต้องยกให้ โอโตะยะ (OTOYA) อย่างแน่นอน

จากข้อสังเกตและความสนใจของผู้วิจัยเองต่อร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับของชาว ญี่ปุ่นอย่างแท้จริง ที่จะสามารถดำเนินธุรกิจนี้ตามความต้องการของคนไทยที่รักในการรับประทาน อาหารญี่ปุ่นแบบต้นตำหรับทำให้อาหารญี่ปุ่นเข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิต และการเลือกรับประทานอาหารในทุกๆวันของคนไทย ซึ่งอาจเกิดมาจากการเข้ามาของวัฒนธรรม หลายอย่างของญี่ปุ่นที่เราซึมซับกันมาตั้งแต่เด็กๆ ไม่ว่าจะเป็น แฟชั่น การ์ตูน ภาพยนตร์ เกมส์ และเทคโนโลยี เรามักมองว่าญี่ปุ่นมีคุณภาพที่ดี จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเกี่ยวกับข้อมูล ความคิดเห็น ทักษะที่มีต่ออาหารญี่ปุ่น แต่เพื่อจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือนั้นข้อมูลที่จะนำมาทำการสำรวจก็ จะต้องเกิดจากผู้ให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านความรู้ ทักษะ ความคิด และประสบการณ์ ของพวกเขาเหล่านั้นด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกผู้ที่มีความรู้และเป็นผู้เชี่ยวชาญในแวดวงอาหาร ไม่ว่าจะเป็นนักชิมอาหาร เชฟ ผู้ประกอบธุรกิจด้านอาหาร รวมไปถึงพิธีกรรายการอาหารที่มี ชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทยอีกด้วย เพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลความรู้ด้านอาหารญี่ปุ่นที่มีความเชื่อถือ และให้ประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาค้นคว้า ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นที่เพิ่งเริ่ม ประกอบกิจการหรือผู้ที่ต้องการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นเพื่อให้สามารถรองรับกับความ

ต้องการของถูกค่าได้

ปัจจัยต่างๆที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้น ทำให้เกิดความคิดและความสนใจที่จะศึกษาข้อมูลความรู้ในเรื่องของอาหารญี่ปุ่นอันเกิดจากการสัมผัสจากผู้มีความรู้ มีประสบการณ์ และมีชื่อเสียงทางด้านอาหารอย่างแท้จริง เพื่อเป็นประโยชน์ในการให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบได้ ทั้งในส่วนของความรู้ด้านรสชาติ วัตถุดิบ การบริการและมาตรฐานในแบบของญี่ปุ่น เพื่อให้คนไทยหันมาสนใจและบริโภคอาหารญี่ปุ่นในร้านอาหารญี่ปุ่นที่มาจากฝีมือของคนไทยแต่มาตรฐานไม่ได้ต่างไปจากของต้นตำหรับที่ประเทศญี่ปุ่นนั่นเอง

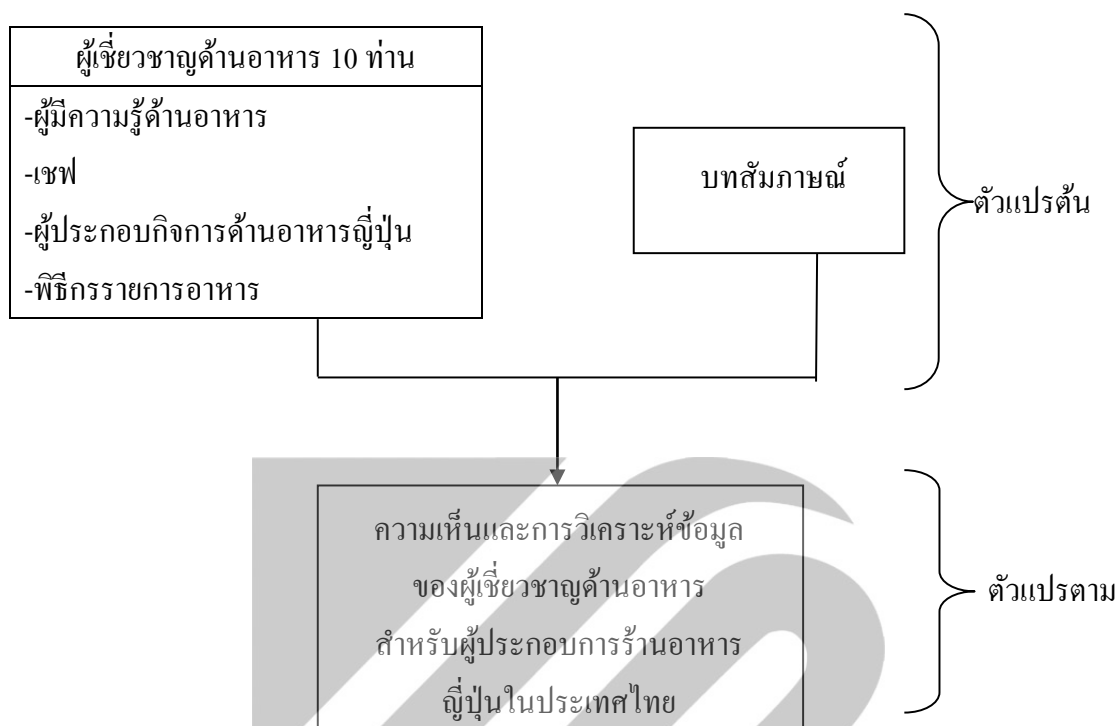
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ในเรื่องอาหารญี่ปุ่น
2. เพื่อชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม (Authentic) กับอาหารญี่ปุ่นแบบสมัยใหม่ (Modern) รวมถึงความแตกต่างระหว่างร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประกอบการโดยคนไทยและโดยชาวญี่ปุ่น
3. เพื่อศึกษาช่องทางการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มบุคคลที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือผู้ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในด้านอาหาร ในหลากหลายแขนงอาชีพ ทั้ง เชฟ นักวิจารณ์อาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหาร และพิธีกรรายการอาหาร
2. ช่วงเวลาของการวิจัยก็คือภาคเรียนที่ 3 ปีการศึกษา 2556 ตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557

1.4 กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

1.5 สมมติฐานในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความคิดเห็น ทักษะคิด ข้อมูลความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ในด้านอาหารของผู้เชี่ยวชาญอันเกิดมาจากการสัมภาษณ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยกำหนดเป็นสมมติฐานว่า ข้อมูลที่เกิดจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารทั้ง 10 ท่านในครั้งนี้ เมื่อถูกวิเคราะห์และกลั่นกรอง จะได้เป็นข้อมูลที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันแม้ผู้เชี่ยวชาญจะมีสาขาอาชีพและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

- 1.พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้า หรือบริการ
- 2.ความต้องการของผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความอยากได้ในสินค้าและบริการซึ่งทำให้เกิดความพอใจ เมื่อความต้องการและความอยากได้นั้น ได้รับการตอบสนองและทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการบริโภคสินค้าและบริการนั้นๆ
- 3.ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านอาหาร

เป็นผู้ที่สามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในด้านอาหาร ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จะหมายถึงผู้ให้ข้อมูลทั้ง 10 ท่าน

4. **ทัศนคติ** หมายถึง การแสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบในเรื่องใดๆ

5. **ผู้ประกอบการ** หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโต มุ่งหาความต้องการของตลาดเพื่อสนองความต้องการ ในทางเศรษฐศาสตร์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้รับความรู้ ข้อมูล ความคิดเห็นและประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นจากผู้เชี่ยวชาญ

2. เมื่อทราบในข้อแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม (Authentic) กับอาหารญี่ปุ่นแบบสมัยใหม่ (Modern) และความแตกต่างของอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น นำข้อดีและข้อเสียมาวิเคราะห์ เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบทางเลือกที่ผู้ประกอบการจะสามารถนำไปใช้สรรค์สร้างอาหารญี่ปุ่นและร้านอาหารญี่ปุ่นที่สามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

3. สร้างประโยชน์ต่อการพัฒนาทางการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยกำหนดประเด็นที่ต้องศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2 บทความเรื่องมนุษย์กับอาหาร
- 2.3 บทความ เรื่อง กิน ของคนเอเชีย อร่อย แต่ สับสน
- 2.4 วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของ คนไทย
- 2.5 อาหารญี่ปุ่นที่แท้จริง
- 2.6 อาหารญี่ปุ่นที่มาจากต่างประเทศ
- 2.7 วิธีการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่น
- 2.8 บทความเรื่อง ความล้มเหลวทำไมคนญี่ปุ่นถึงอายุยืนที่สุดในโลก
- 2.9 บทความเรื่อง สุขภาพดีด้วยอาหารญี่ปุ่น
- 2.10 10 ประเด็นที่เอื้อให้ธุรกิจอาหารญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในประเทศไทย
- 2.11 ข้อมูลร้านอาหารญี่ปุ่น (สัญชาติไทย) และ (สัญชาติญี่ปุ่น) ในประเทศไทย
- 2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่า จะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

คอลลแลต และแบลคเวลล์ (Kollat and Blackwell, 1968) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Engell และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของ

ผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหาซื้อใช้ ประเมินผล หรือ การบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการและแนวคิดต่างๆซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆอันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แองเจิล คอลแลต และแบลคเวลล์ (Engel Kollat and Blackwell, 1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนั้น หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ประกอบด้วย

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?) เป็นคำถามเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่บริโภค ซึ่งเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการซื้อ

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?) เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับคุณสมบัติหรือประโยชน์

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?) วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไร

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?) บทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้

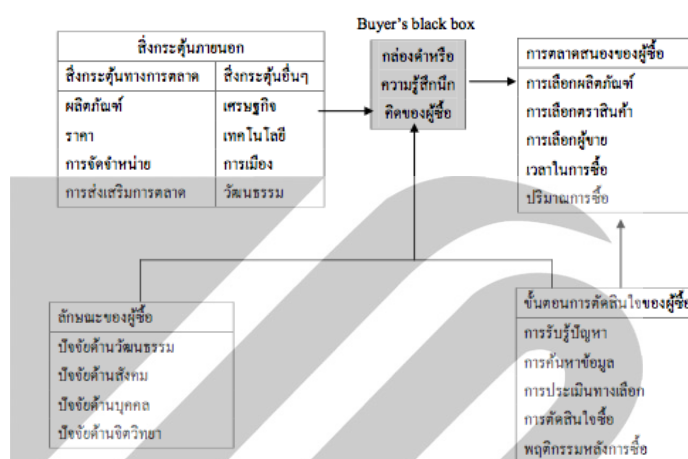
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?) โอกาสในการซื้อ

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?) ช่องทาง แหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

2.1.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนอง (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)



ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค
ที่มา ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540

จากภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอกนักการตลาดจะต้องสนใจและจัดการสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุปัจจัยให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุปัจจัยซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุปัจจัยซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม
2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากเป้าหมาย

3. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค

4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป

5. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

6. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

7. สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

8. สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political)

9. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

อีกส่วนคือลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วย ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ(ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

กล่องดำ หรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเช้า มีทางเลือกคือ นมกล่อง บะหมี่สำเร็จรูป ขนมปัง

2. การเลือกตราสินค้า เช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกนมกล่อง จะเลือกยี่ห้อโฟร์โมสต์ ฯลฯ

3. การเลือกผู้ขาย เช่น ผู้บริโภคจะเลือกห้างสรรพสินค้าใด หรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

4. การเลือกเวลาในการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็นในการซื้อนมกล่อง

5. การเลือกปริมาณการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่อง หรือหนึ่งโหล

2.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมเมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด หรือสิ่งกระตุ้น อื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดคือค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

วัฒนธรรม				
วัฒนธรรม	สังคม			
(Culture)	กลุ่มอ้างอิง	บุคคล		
วัฒนธรรมย่อย	(Reference Group)	อายุและวงจรชีวิต	จิตวิทยา	
(Subculture)	ครอบครัว	อาชีพ	การรับรู้	
ชนชั้นทางสังคม	(Family)	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	การเรียนรู้	
(Social Class)	บทบาทและสถานะ	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ความเชื่อและทัศนคติ	
	(Role & Statuses)	บุคลิกภาพ		ผู้บริโภค
		การมองตนเอง		

ภาพที่ 2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540

จากภาพที่ 2.2 แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคซึ่งมี 4 ประการ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกศึกษาเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์และกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามก็จะกล่าวโดยภาพรวมของปัจจัย ทั้ง 4 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton and Futrell, 1987) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาดตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมใน

สังคมไทย (1)สตรีมีบทบาทในสังคมเช่นบทบาททางการเมืองและทำงานมากขึ้นและมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น (2)มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต (3)บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพของตนเอง (4)มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย (5)ทัศนคติต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง (6)บุคคลต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น (7)บุคคลต้องการความเพลิดเพลินและพักผ่อนเนื่องจากการทำงานหนัก

ในปัจจุบันด้านวัฒนธรรมนี้ นักการตลาดต้องศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural value) ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกริเริ่มคิดของบุคคลในสังคมประกอบด้วย (1)ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคม (People's views of themselves) (2)ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมอื่น (People's views of others) (3)ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์กร (People's views of organization) (4)ค่านิยมของบุคคลต่อสังคม (People's views of society) (5)ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ (People's views of nature) (6)ค่านิยมของบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ (People's views universe) นักการตลาดต้องศึกษาค่านิยมในวัฒนธรรมต่างๆแล้วกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณา

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมเช่นลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทยทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย

1.กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality groups) เชื้อชาติต่าง ๆ ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

2.กลุ่มศาสนา (Religious groups) กลุ่มศาสนาต่าง ๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค

3.กลุ่มสีผิว (Racial groups) กลุ่มสีผิวต่างๆ เช่นผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง แต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกัน

4.พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical areas) หรือท้องถิ่น (Region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน และมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกัน

5.กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจ และเจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ เช่นแพทย์ นักกฎหมาย ครู

6.กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่น ทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่วัยทำงานและผู้สูงอายุ

7.กลุ่มย่อยทางเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย

ชั้นของสังคม (Social Class) มีดังนี้ (1)บุคคลภายในชั้นสังคมเดียวกันมีแนวโน้มจะประพฤติเหมือนกันและบริโภคคล้ายคลึงกัน (2)บุคคลจะถูกจัดลำดับสูงหรือต่ำตามตำแหน่งที่ยอมรับในสังคมนั้น (3)ชั้นของสังคมแบ่งตามอาชีพ รายได้ ฐานะ ตระกูล ตำแหน่งหน้าที่ หรือ บุคลิกลักษณะ (4)ชั้นสังคมเป็นลำดับขั้นตอนที่ต่อเนื่องกันและบุคคลสามารถเปลี่ยนชั้นของสังคมให้สูงขึ้นหรือต่ำลงได้ ลักษณะชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3ระดับ และเป็น กลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ

นักการตลาดพบว่าชั้นของสังคมมีประโยชน์มากสำหรับการแบ่งส่วนตลาดสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้บริการ และกิจการทางการตลาดต่างๆแต่ละชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่ม ทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิ นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร เช่น การเผยแพร่ศาสนาคริสต์แก่กลุ่มวัยรุ่น จะใช้หนังร้องชั้นนำของไทยที่วัยรุ่นโปรดปรานร้องเพลงเผยแพร่ศาสนา

ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทยจีนญี่ปุ่นหรือยุโรปซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิธีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคลดังนี้

อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปี ขึ้นไปเช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ

วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกัน เช่นข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ประธานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบินซึ่งนักการตลาดจะศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบุคคลในอาชีพไหนสนใจ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คนมีรายได้ต่ำ กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิต และสินค้าคงคลัง และวิธีการต่างๆเพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง อัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์โดยแสดงออกในรูปแบบ (1)กิจกรรม(Activities) (2)ความสนใจ(Interests) (3)ความคิดเห็น(Opinions) หรือ AIOs

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย (1)การรับรู้ (2)การรับรู้ (3)การเรียนรู้ (4)ความเชื่อถือ (5)ทัศนคติ (6)บุคลิกภาพ (7)แนวความคิดของตนเองโดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณเสรีรัตน์และ คณะ, 2541,

หน้า 138-144)

การจูงใจ (Motivation) หมายถึงพลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Stanton and Futrell, 1987, p. 649) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอกเช่นวัฒนธรรม ชัยทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้ เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่จากความหมายนี้จะเห็นว่าการรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกคือสิ่งกระตุ้นการรับรู้จะพิจารณาเป็นกระบวนการ กลั่นกรองการรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก ขั้นตอนการรับรู้มี 4 ขั้นตอนคือ (1)การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective exposure) (2)การตั้ง ใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective attention) (3)ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective comprehension) (4)การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective retention)

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และ(หรือ) ความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อ บุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎีส่สิ่งกระตุ้น - การตอบสนอง (Stimulus- Response (SR) theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่นทัศนคติความเชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้า ตัวอย่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่าง จะมีอิทธิพลทำให้เกิดการเรียนรู้ คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่าการจัดกิจกรรมการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้าก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

ความเชื่อ (Believes) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่นเอสโซ่สร้างให้เกิดความเชื่อถือน้ำมันเอสโซ่มีพลังสูงโดยใช้สโลแกนว่า จับเสือได้ดังพลังสูง เป๊ปซี่สร้างให้เกิดความเชื่อถือน้ำรสชาติดของคอนันใหม่ น้ำมันไร้สารตะกั่ว ในช่วงแรกผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือว่าการใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว มีปัญหากับเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบที่นักการตลาดต้องรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อถือที่ผิดพลาด

ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล

ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 1997, p. 188) หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Stanton and Futrell, 1987, p. 126) ทักษคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทัศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดทัศนคตินั้น เกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือเกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าหรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขานักการตลาดมีทางเลือก คือ

สร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ

พิจารณาว่าทัศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไรแล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทัศนคติทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้าเพราะต้องใช้เวลานานและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารจึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้ นักการตลาดต้องยึดหลักองค์ประกอบของการเกิดทัศนคติ ซึ่งมี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่1ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) ประกอบด้วยความรู้หรือความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ส่วนที่2ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ซึ่งเป็นความพอใจและไม่พอใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ส่วนที่3ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component) หมายถึง แนวโน้มของการกระทำที่เกิดจากทัศนคติหรือเป็นการกำหนดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีต่อผลลัพธ์ หรือตราสินค้า เช่นกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการแลกซื้อตามที่เสนอเงื่อนไข

บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิม และสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's theory of motivation) มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยาซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์แรงจูงใจ (Motives) และบุคลิกภาพ (Personality) ส่วนใหญ่เป็นจิตใต้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเป็นส่วนกำหนดบุคลิกภาพของมนุษย์อันประกอบด้วย อิด (Id) อีโก้ (Ego) ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) ทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย ฟรอยด์พบว่า บุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐานทั้ง 3 ระดับนี้

แนวคิดของตนเอง (Self concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร มี 4 กรณี ดังนี้

- 1.แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real self) หมายถึง ความคิดที่บุคคลมองตนเองที่แท้จริง
- 2.แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal self) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคล ใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น บุคคลจึงมักทำให้พฤติกรรมของเขาสอดคล้องกับความคิดในอุดมคติ
- 3.แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริง (Real other) หมายความว่าบุคคลนึกเห็นภาพลักษณ์ว่าบุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร
- 4.แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดเกี่ยวกับตนเองในอุดมคติ (Ideal other) หมายถึงการที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดถึงเขาในแง่ใดดังนี้นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อคือปัจจัยภายนอกอันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในรวมทั้งลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยจะนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

2.1.3 กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ

พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม ปัจจัยภายในและภายนอกที่ได้กล่าวมาจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer decision –marketing process) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และ คณะ, 2543 หน้า 85-86)

ขั้นตอนที่1 การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการ ซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน เช่น ความหิว หรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น ได้เห็นโฆษณาหรือเห็นตัวสินค้าแล้วเกิดความต้องการขึ้น แต่อาจเกิดความขัดแย้งขึ้นได้ภายในครอบครัวเนื่องจากเงินมีจำกัด เช่น ภรรยาต้องการใช้เงินเพื่อการอื่นแทนที่จะซื้อสินค้าที่สามีต้องการ หากไม่สามารถแก้ปัญหานี้ได้กระบวนการตัดสินใจซื้อก็ต้องหยุดอยู่ ณ จุดนี้ หรือผู้บริหารพนักงานขายหรือผู้ที่ต้องติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นประจำ แต่ไม่อยู่ที่ทำงาน อาจเกิดความจำเป็นที่จะต้องซื้อโทรศัพท์มือถือเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

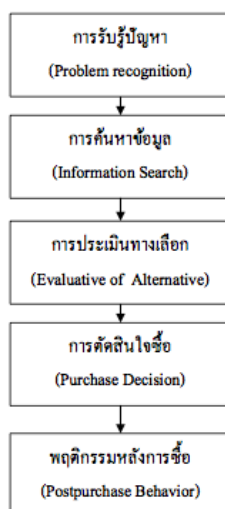
ขั้นตอนที่2 การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้วเขาจะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจ การค้นหาอาจกระทำขึ้นโดยสัญชาตญาณอย่างรวดเร็วหรืออาจต้องมีการใช้ความพยายามและการวิเคราะห์ข้อมูล การที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการคือ (1)จำนวนของข้อมูลที่จะหาได้ (2)ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล (3)ผลที่เกิดขึ้นในภายหลังหากไม่ได้มีการค้นหาข้อมูล

เช่นผู้ที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือก็จะหาข้อมูลเกี่ยวกับรุ่น ราคา คุณภาพ ความคงทน และบริการหลังการขายจากแหล่งต่างๆเช่น เพื่อน บริษัทตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงานขายตามนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ที่ลงโฆษณาไว้ เป็นต้น

ขั้นตอนที่3 การประเมินผลทางเลือกต่างๆ (Evaluation of alternatives) หลังจากขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลแล้วผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผลซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่นราคา ความคงทนหรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องราวของความพอใจส่วนบุคคลเช่นชื่อเสียงของตราสินค้า แบบหรือสี เป็นต้น จากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงทางเลือกที่เป็นไปได้ถ้าทางเลือกที่ได้มีเพียงทางเลือกเดียว การประเมินผลก็ทำได้ง่าย แต่บางครั้งทางเลือกที่ได้มีหลายแบบ ฉะนั้นผู้บริโภคต้องพิจารณาเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุดดังนั้นนักการตลาดส่วนใหญ่จึงสนใจที่จะศึกษาถึง เกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้สำหรับการประเมินทางเลือกต่างๆ เช่น หลังจากที่ผู้ที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือได้ข้อมูลต่างๆ มาแล้ว ก็จะนำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ที่กล่าวไปแล้วเพื่อเลือกซื้อเพียงยี่ห้อเดียว เป็นต้น

ขั้นตอนที่4 การซื้อ (Purchase) หลังจากพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้ว ก็มาถึงขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจการซื้อก็จะเกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อก็ต้องพิจารณาต่อไปถึงเรื่องตรายี่ห้อ ร้านที่จะซื้อ ราคา สีสนั เป็นต้น

ขั้นตอนที่5 การประเมินผลหลังการซื้อ (Post purchase evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อไปนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ที่นักการตลาดจะต้องทราบ ทั้งนี้เพราะว่ามันมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย เช่นหลังจากซื้อโทรศัพท์มือถือมาใช้แล้วผู้ใช้ก็จะพิจารณาว่าโทรศัพท์ที่ตัดสินใจซื้อมานั้นมีคุณภาพและมีการให้บริการหลังการขายดีตามที่ต้องการหรือไม่ ถ้าถูกใจก็แนะนำผู้อื่นหรือเมื่อต้องการใช้อีกก็จะตัดสินใจซื้อของบริษัทเดิม เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปโดยให้ข้อมูลที่เน้นจุดเด่นของสินค้าหรือการติดตามให้บริการหลังการซื้อ เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540

จากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจบริโภคสินค้าชนิดใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม และก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่1 การรับรู้ปัญหา (Problem recognition)

ขั้นตอนที่2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

ขั้นตอนที่3 การประเมินทางเลือก (Evaluative of Alternative)

ขั้นตอนที่4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

ขั้นตอนที่5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior)

ดังนั้นนักการตลาดจะต้องจัดหาสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อมากที่สุด

2.2 บทความเรื่อง มนุษย์กับอาหาร

อาหารคือสิ่งที่ทำให้โลกไม่หยุดนิ่งประเทศอุตสาหกรรมที่ร่ำรวยทั้งหลายต่างไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เนื่องจากมีอาหารเหลือกินเหลือใช้ประชากรของประเทศอุตสาหกรรมต่างบริโภคอาหารเกินขนาด ประเทศเหล่านั้นจึงมีแนวโน้มที่จะลดและกำจัดอาหารที่กินแล้วอ้วน คำถามที่ว่าอาหารมาจากไหน ใครคือผู้ผลิตอาหาร และทำไมอาหารจึงเป็นสิ่งจำเป็น คำถามเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่ชาวอเมริกันสนใจ ดังนั้นบทบาทของอาหารที่ส่งผลกระทบต่อวิวัฒนาการของมนุษย์ พฤติกรรมและชีววิทยาของมนุษย์ ยังเป็นประเด็นที่ขาดการศึกษาอีกมาก

สถานการณ์ของประเทศอุตสาหกรรมแตกต่างไปจากประเทศในโลกที่สาม มนุษย์และ

สิ่งมีชีวิตอื่นๆในโลกที่สามต่างดำรงชีพด้วยการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อให้ได้มาซึ่งอาหาร ประชากรของโลกที่สามต่างแข่งขันและกดดันต่อการยังชีพสูง ตามความคิดของโรมัส มัลธัส เชื่อว่าเมื่ออาหารเริ่มขาดแคลน การแย่งชิงอาหารก็จะมีสูงมากขึ้น แนวคิดนี้สนับสนุนทฤษฎีของดาร์วินเรื่องวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต กล่าวคือเมื่อมีการแย่งชิงอาหารมากขึ้น ผู้ที่ชนะก็จะมีชีวิตรอดซึ่งเป็นการคัดเลือกตามธรรมชาติในกรณีของมนุษย์ซึ่งมีวิวัฒนาการมาหลายล้านปีก็ต้องปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน สิ่งมีชีวิตสายโซ่โมจะรู้จักการปรับตัวเพื่อให้ตนเองมีชีวิตรอดโดยอาศัยลักษณะทางวัฒนธรรมมาควบคุมในเรื่องของอาหารลักษณะพิเศษของมนุษย์ ก็คือมีสมองขนาดใหญ่ ซึ่งต้องการพลังงานและสารอาหารประเภทกลูโคสจำนวนมากไปหล่อเลี้ยง สมองจึงเป็นอวัยวะที่สำคัญและต้องมีอาหารพอเพียง หลักฐานของมนุษย์ในระยะแรกๆต่างบ่งบอกให้รู้ว่าขนาดสมองของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับการมีแหล่งอาหารในการยังชีพ แอทเธอริน มิลตัน ชีวว่าหลักฐานเกี่ยวกับวิวัฒนาการของมนุษย์สามารถดูได้จากวิธีการหาอาหาร ในช่วงที่สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงของยุคไพลโอ-ไพลสโตซีน มีผลกระทบต่อแหล่งอาหารของสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม มีการแข่งขันแย่งชิงอาหารกันอย่างเข้มข้น ในเขตทุ่งสวันน่าของแอฟริกา ซึ่งเชื่อว่าเป็นแหล่งกำเนิดของมนุษย์ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์กินเนื้อและสัตว์กินพืชหลายชนิด แต่สัตว์ประเภทไพรเมตรวมทั้งมนุษย์สามารถกินได้ทั้งพืชและสัตว์ ในยุคไพลโอ-ไพลสโตซีน มนุษย์สายพันธุ์ฮอโมสตราโลพิเทซีนส์ อาศัยอยู่ในเขตทุ่งหญ้า และต้องปรับตัวเพื่อให้มีชีวิตอยู่ได้ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการหาอาหาร มิลตันเชื่อว่าพฤติกรรมหาอาหารของมนุษย์เกิดจากการประดิษฐ์เครื่องมือและการจัดระเบียบทางสังคม การประดิษฐ์เครื่องมือเช่น ขวาน เสียม มีด หอก เพื่อใช้ล่าสัตว์ คืออุปกรณ์ที่ทำให้มนุษย์มีอาหารเพื่อยังชีพได้อย่างมั่นคง มนุษย์ในยุคแรกๆยังต้องปรับตัวทางสังคม โดยเฉพาะการอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเพื่อหาอาหาร และการจัดระเบียบสังคมที่สำคัญที่สุดก็คือการแบ่งงานกันทำ การรวมกลุ่มเพื่อหาอาหารของมนุษย์เป็นประเด็นที่ยังมีข้อถกเถียงอยู่มาก ในสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมทั้งหลายจะมีวิธีการหาอาหารของตัวเอง สมาชิกในกลุ่มจะรู้ว่าตัวเองจะมีหน้าที่อย่างไรในการหาอาหาร ด้วยวิธีการและประเภทอาหารที่ต่างกัน ความชำนาญในการหาอาหารจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ ความชำนาญในการหาอาหารจึงไม่ได้เกิดจากเงื่อนไขทางพันธุกรรม ซึ่งต้องใช้ระยะเวลายาวนานในการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง การหาอาหารโดยเดินทางไปในเขตต่างๆจึงเป็นวิธีการใหม่ที่ทำให้มนุษย์มีชีวิตรอดและสมาชิกในกลุ่มรวมตัวกันได้ วิธีการนี้ทำให้มนุษย์สามารถขยายเผ่าพันธุ์ออกไปในพื้นที่ต่างๆของโลกอย่างรวดเร็ว ลูกหลานของมนุษย์จะย้ายถิ่นไปตั้งรกรากในพื้นที่ใหม่ๆ และออกเดินทางหาอาหารไปในแหล่งที่อุดมสมบูรณ์และเหมาะแก่การตั้งถิ่นฐาน พฤติกรรมเช่นนี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้เพื่อเอาชีวิตรอดและตกทอดมาถึงปัจจุบัน

มนุษย์จะใช้วิธีการหาอาหารเป็นเครื่องมือจัดระเบียบทางสังคม เพราะการหาอาหารเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์คุ้นเคย แต่วิธีการหาอาหารมิใช่สิ่งที่สร้างความเป็นมนุษย์ แรงกดดันในการหาอาหารเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้มนุษย์พัฒนาตัวเอง เช่นเดียวกับสิ่งมีชีวิตชนิดอื่นๆ การแพร่กระจายและเพิ่มจำนวนของมนุษย์ในระยะเวลาสั้นๆ แสดงให้เห็นช่วงเวลาที่เอื้อประโยชน์ให้มนุษย์ดำรงชีพเพราะมีแหล่งอาหารเพียงพอ มนุษย์กินได้ทั้งพืชและสัตว์ มีการแบ่งงานกันทำเพื่อหาอาหารและแบ่งปันอาหาร เอ็ดเวิร์ด โอ วิลสัน จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ประเมินว่ามนุษย์จะมีขนาดสมองเพิ่มขึ้นทุกๆ 1 แสนปี ในช่วงระยะเวลานานกว่า 2 ล้านปีที่ผ่านมา เมื่อขนาดสมองเพิ่มขึ้นจะทำให้มนุษย์มีความคิด รู้จักประดิษฐ์เครื่องมือ และมีสังคมที่ซับซ้อน เมื่อมนุษย์กินอาหารได้ทุกชนิด จะทำให้มนุษย์สามารถมีชีวิตรอดได้ง่าย ยิ่งมนุษย์รู้จักสร้างอาหารได้เองและมีความมั่นคงในอาหารยิ่งทำให้มนุษย์สนใจเรื่องอื่นๆ มากขึ้น ในปัจจุบันนี้เมื่อมนุษย์ประดิษฐ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ก็ยิ่งทำให้มนุษย์มีอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะการเกษตรกรรม สิ่งเหล่านี้ทำให้จำนวนประชากรมนุษย์เพิ่มมากขึ้น

เมื่อประมาณ 1 หมื่นปีก่อน ยังไม่มีหลักฐานเกี่ยวกับการกสิกรรมและการเลี้ยงสัตว์ มนุษย์ยังคงยังชีพด้วยการเร่ร่อนล่าสัตว์ เก็บพืชป่าเป็นอาหาร มนุษย์จะเดินทางไปตามพื้นที่ต่างๆ ที่มีพืชและสัตว์เหมาะแก่การเป็นอาหาร อย่างไรก็ตามสังคมเร่ร่อนของมนุษย์ในอดีตเป็นสังคมที่สาบสูญไปแล้ว ในปัจจุบันที่ยังพบสังคมเร่ร่อนในส่วนต่างๆ ของโลก มนุษย์จะใช้เวลาในการหาและเตรียมอาหารประมาณวันละ 5 - 8 ชั่วโมง โปรตีนและไขมันจากเนื้อสัตว์คือสารอาหารที่สำคัญสำหรับมนุษย์ หลักฐานจากเครื่องมือหินและเศษกระดูกของสัตว์พบว่ามนุษย์ในยุคแรกๆ รู้จักการล่าสัตว์ และในบางกรณีก็พบว่า การล่าสัตว์จะเป็นกิจกรรมทางสังคมที่มีคนมารวมตัวกันมาก การศึกษาของเลสลีย์ ซู ลีเบอร์แมน (1987) อธิบายว่าถึงแม้มนุษย์จะกินอาหารได้ทุกประเภท แต่อาหารที่มนุษย์โปรดปรานมากที่สุดคือ เนื้อ นม ไข่ และ เลือด โปรตีนจากสัตว์จะให้สารอาหารที่จำเป็นแก่ร่างกายของมนุษย์ เช่น กรดอะมิโน และเกลือแร่ต่างๆ เนื้อสัตว์จึงเป็นอาหารที่สำคัญของมนุษย์ มิลตัน อธิบายว่าเนื้อสัตว์เป็นอาหารที่มนุษย์ต้องการเมื่อไม่ก่ร้ายปีมานี้ ความเชื่อนี้อาจทำทนายผู้ที่เชื่อว่ามนุษย์ไม่ใช้สัตว์กินเนื้อ เมื่อเกิดระบบกสิกรรม การเพาะปลูก มนุษย์ก็เริ่มหันมากินพืชเป็นอาหาร แต่ก่อนหน้านั้นมนุษย์ยังคงล่าสัตว์แบบเร่ร่อน หลักฐานจากหลุมศพของมนุษย์พบว่ามนุษย์ที่ยังชีพแบบเร่ร่อนมีอาหารกินสมบูรณ์มากกว่ามนุษย์ในสังคมเพาะปลูก ในทัศนะของมิลตัน เชื่อว่าการเพาะปลูกเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์หยุดเร่ร่อนและตั้งถิ่นฐานเป็นหลักแหล่ง การเพาะปลูกทำให้มนุษย์มีอาหารกินต่อเนื่องและมั่นคง ซึ่งสังคมเพาะปลูกเพิ่งเกิดขึ้นมาไม่นานนี้ การกินพืชเป็นอาหารเกิดขึ้นมาประมาณ 1 พันปีก่อน ในสังคมที่มนุษย์กินพืชเป็นอาหารอย่างเดียว จะรู้จักการปลูกพืชที่เป็นประโยชน์ต่อโภชนาการ และผ่านการลองผิดลองถูกมาหลายชั่วอายุคน อย่างไรก็ตาม คนที่กินพืช

เป็นอาหารหรือมังสวิรัตในยุคปัจจุบัน จะต้องกินพืชที่มีประโยชน์ทางโภชนาการ ซึ่งเป็นความรู้ที่เพิ่งเกิดขึ้นในระยะหลัง ความรู้ทาง โภชนาการเพิ่งเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 30-40 ประชากรของมนุษย์ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความต้องการด้านโภชนาการและความสามารถในการเผาผลาญอาหาร ตัวอย่างเช่น มนุษย์ที่อาศัยในแถบขั้วโลกมักจะกินอาหารประเภทเนื้อสัตว์ดิบๆ ทำให้เกิดข้อสงสัยว่ามนุษย์ในเขตนี้จะมีสภาพร่างกายพิเศษต่างไปจากมนุษย์กลุ่มอื่นๆหรือไม่ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ยืนยันว่ามนุษย์ในเขตขั้วโลกมีร่างกายที่ผิดปกติไปจากมนุษย์ในเขตอื่นๆ

มนุษย์มีวัฒนธรรมที่ทำให้กินอาหารได้ทุกประเภท ซึ่งทำให้มนุษย์ลดปัญหาในเรื่องอาหาร ตัวอย่างเช่น ชาวเอสกิโมมีธรรมเนียมการกินเนื้อดิบๆเพื่อให้ร่างกายได้รับวิตามินซีอย่างพอเพียง ถ้าพวกเขาปรุงเนื้อให้สุก พวกเขาก็จะไม่ได้รับวิตามินซีจากเนื้อสัตว์ อาจกล่าวได้ว่า การปรับตัวทางร่างกายของมนุษย์โดยการกินอาหารชนิดใหม่ๆ ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก มนุษย์ในที่ต่างๆจึงมีสภาพร่างกายที่เหมือนกันในการกินอาหาร ตัวอย่างที่ชี้ว่ามีความต่างกันทางร่างกายของมนุษย์ไม่ได้เกิด

จากเงื่อนไขทางพันธุกรรม แต่มาจากความผิดปกติทางร่างกายของคนบางคน เช่น ชาวเอสกิโมขาดน้ำย่อยชนิดซูเครสที่จะใช้ย่อยน้ำตาลซูโคส เนื่องจากชาวเอสกิโมอาศัยอยู่ในเขตหนาว จึงไม่มีอาหารที่เป็นผลไม้หรืออาหารที่ให้น้ำตาลซูโคส ร่างกายของชาวเอสกิโมจึงไม่มีการสร้างน้ำย่อยซูเครส เมื่อมนุษย์รู้จักการเลี้ยงสัตว์ มนุษย์จะได้นมของสัตว์เป็นอาหาร มนุษย์ในวัยเด็กจะมีน้ำย่อยแลคเตสเพื่อใช้ย่อยน้ำตาลแลคโตสจากนม เมื่อมนุษย์โตขึ้นประมาณวัย 3-4 ขวบ ร่างกายก็ไม่ผลิตน้ำย่อยแลคเตสอีก นมจากสัตว์นำไปผลิตอาหารได้หลายชนิด มนุษย์จึงมีอาหารเพียงพอในการดำรงชีพ มนุษย์ที่กินนมเป็นอาหารหลักจะมีภาวะร่างกายที่เอื้อให้เกิดการย่อยแลคโตสอย่างต่อเนื่อง และไม่หมดไปตามวัยที่ธรรมชาติสร้างมา ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการเป็นความรู้ที่เกิดขึ้นมาไม่นาน ระยะเวลาหลายพันปีที่ผ่านมา มนุษย์ในสังคมต่างๆไม่รู้ว่าการกินเข้าไปให้คุณค่าอย่างไร ไม่รู้ว่ามีส่วนอาหารอะไรอยู่ในอาหาร ไม่ว่าจะเป็น โปรตีน วิตามิน หรือ ไขมัน คำถามก็คือความรู้ทางโภชนาการเกิดขึ้นมาได้อย่างไร ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา มนุษย์ในที่ต่างๆล้วนอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่คล้ายๆกันมีการกินอาหารที่ใกล้เคียงกัน แลผลิตอาหารหล่อเลี้ยงสมาชิกในชุมชนของตัวเอง การทำครัวเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่เปลี่ยนวัตถุดิบบางอย่างให้เป็นอาหารที่เหมาะสมกับมนุษย์ เลวี-สเตราส์ (1979) อธิบายว่าอาหารของมนุษย์เป็นวัตถุที่ได้จากธรรมชาติ มนุษย์จะนำวัตถุดิบเหล่านี้มาปรุงแต่งให้กลายเป็น “อาหาร” ที่ไม่หลงเหลือความเป็นธรรมชาติอยู่เลย วิธีการปรุงอาหารคือรูปแบบทางวัฒนธรรม ซึ่งมีตั้งแต่เรียบง่ายไปจนถึงซับซ้อนแบบเรียบง่ายเช่น การนำเนื้อไปย่างไฟแบบชาวพื้นเมืองในอะเมซอน แบบซับซ้อน เช่น การตกแต่งอาหารแบบวัฒนธรรมตะวันตก ในแต่ละวัฒนธรรมจะมีวิธีการปรุงอาหารทั้งเรียบง่ายและซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ในปาปัวนิวกินี มีการนำเมล็ดถั่วมาหมักเพื่อทำเป็นอาหาร วิธีการหมักค่อนข้างซับซ้อน ตั้งแต่ต้องรู้จักการ

เลือกเมล็ดถั่ว นำถั่วไปคั่วในกระทะร้อนๆ ร้อนเปลือกถั่ว นำถั่วที่ร้อนเปลือกแล้วไปห่อด้วยใบตอง และนำไปแช่ในน้ำทิ้งไว้หลายเดือนเพื่อให้ถั่วเปลี่ยนสภาพ หลังจากนั้นก็นำถั่วไปเก็บไว้ในกระบอกไม้ไผ่ ซอสที่ได้จากถั่วจะนำรับประทานร่วมกับมันฝรั่งและกล้วย ในหลายสังคมมีการพัฒนาเทคนิคและวิธีการปรุงอาหารซึ่งทำให้เกิดคุณค่าทางอาหารมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ในสังคมลาตินอเมริกาจะรู้จักการนำข้าวโพดมาผสมรวมกับถั่ว ซึ่งทำให้เกิดกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย แต่ร่างกายสร้างสารอาหารนี้ไม่ได้ มนุษย์จึงต้องรู้จักการปรุงอาหารที่ทำให้กรดอะมิโน ข้าวโพดมีกรดไลซีนต่ำ ส่วนถั่วมีกรดเมธิโอนีนต่ำ เมื่อนำข้าวโพดและถั่วมารวมกันจะทำให้ได้อาหารที่มีกรดอะมิโนครบ กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในระหว่างการเตรียมอาหารของมนุษย์ จะมีสัญลักษณ์เกิดขึ้นกับอาหารมากมาย เช่น การเตรียมอาหารเพื่อการเฉลิมฉลอง และในวาระพิเศษต่างๆ อาหารที่นำมาใช้จะต้องเลือกมาเป็นพิเศษ เช่น เทศกาลกล้วยของชาวฮาวายในบราซิล เทศกาลมันเทศของชาวเกาะทรอปิคัล และเทศกาลไวน์ของชาวเยอรมัน นอกจากนี้ อาหารที่ทำจากสัตว์ก็นำมาใช้ในพิธีด้วย เช่น เทศกาลหมูในปาปัวนิวกินี เทศกาลเต่าในเขตป่าอะเมซอน เป็นต้น

ในบางกรณี อาหารจะถูกใช้เพื่อประกอบพิธีกรรมแห่งชีวิต เช่น พิธีแต่งงาน พิธีเข้าวัยหนุ่มสาว และพิธีศพ ในแต่ละวัฒนธรรมจะมีอาหารที่ใช้เฉพาะพิธีกรรม และในโอกาสพิเศษ การเตรียมอาหารพิเศษเหล่านี้จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาพิเศษขณะที่เกิดพิธีกรรม อาหารยังเป็นสัญลักษณ์เกี่ยวกับชีวิต เป็นสัญลักษณ์ของการมีชีวิต การไร้สติ การมีอันตราย และมีอำนาจอาหารจะถูกนำเข้าสู่ร่างกายทางปากซึ่งเป็นอวัยวะที่สำคัญที่สุด อาหารยังเป็นเครื่องหมายของชาติพันธุ์และพรมแดนทางสังคม เป็นสัญลักษณ์ของพิธีกรรมที่สำคัญของสังคม ชนพื้นเมืองในลุ่มน้ำอะเมซอนจะมีข้อห้ามเกี่ยวกับอาหารบางชนิด โดยเฉพาะอาหารที่ศัตรูนิยมกิน อาหารประเภทนี้จะไม่นำมาบริโภค อาหารจึงเป็นทั้งเครื่องหมายของชาติพันธุ์ และเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นอื่น ข้อห้ามเกี่ยวกับอาหารพบได้ในหลายวัฒนธรรมตั้งแต่สังคมที่เรียบง่ายไปจนถึงสังคมที่ซับซ้อน ตัวอย่างชาวอเมริกันจะไม่กินสุนัข ม้า และแมลง ขณะที่สังคมอื่นๆอาจเชื่อว่าเนื้อสุนัขเป็นอาหารชั้นเลิศ ในบางสังคมเชื่อว่าถ้ากินอาหารบางประเภทจะทำให้คนๆนั้นได้รับอันตราย เลวี-สเตราส์กล่าวว่าอาหารของมนุษย์เป็นสิ่งที่ควบคุมด้วยความคิดมากกว่าจะเป็นเรื่องของวัตถุ อาหารยังมีบทบาทในพิธีทางศาสนา เช่น ชาวคริสต์เชื่อว่าการรับประทานอาหารร่วมกันเป็นสัญลักษณ์ของการกินเนื้อมนุษย์ ซึ่งเป็นพิธีกรรมของการล้างบาป มนุษย์ส่วนใหญ่จะไม่กินเนื้อมนุษย์และเป็นข้อห้าม ส่วนพิธีกรรมกินเนื้อมนุษย์ในศาสนาคริสต์เป็นสัญลักษณ์ของการบูชา และการล้างบาป

อาหารยังเป็นเครื่องบ่งบอกชนชั้น และวรรณะ เช่น ในสังคมอินเดีย อาหารจะบ่งบอกว่าคนๆนั้นอยู่วรรณะอะไร มีศักดิ์ศรี และสถานะอย่างไร อาหารบ่งบอกสภาพทางเพศ แยกความแตกต่างของอายุ วัย และกลุ่มชาติพันธุ์ ประเทศสมัยใหม่มีความเชื่อว่าตนเองเป็นประเทศที่มีความรู้

ทางด้านโภชนาการที่ดีเยี่ยม แต่ประชากรที่ป่วยในประเทศเหล่านั้นล้วนมีสาเหตุมาจากการกินอาหาร ตรงข้ามกับสังคมเร่ร่อนในโลกที่สามซึ่งไม่พบว่ามีคนป่วยด้วยโรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคมะเร็งและโรคอ้วน ปัญหาสุขภาพของสังคมสมัยใหม่บ่งบอกให้ทราบว่าพฤติกรรม การกินอาหารของคนไม่สอดคล้องกับการทำงานของร่างกาย ดูเหมือนว่าความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่ เกี่ยวกับการกินอาหาร และโภชนาการในปัจจุบันเดินสวนทางกับความรู้แบบดั้งเดิม คำถามคือพืช และสัตว์ที่เลี้ยงไว้ในบ้านคืออาหารที่เหมาะสมของมนุษย์ใช่หรือไม่ นักวิชาการบางคนตอบว่า ไม่ใช่ และที่มนุษย์เลี้ยงไว้เป็นอาหารมีไขมันสูงกว่าสัตว์ป่าประเภทวาง เพราะร่างกายของแอมมี สารเคมีที่ช่วยให้มีการเติบโตสูง พืชสวนครัวก็เช่นเดียวกันมีการคัดแต่งพันธุกรรมของพืชให้ได้ผลผลิตสูง อาหารที่มนุษย์สร้างขึ้นเองจึงส่งผลกระทบต่อสุขภาพ จากการศึกษาองค์ประกอบทางเคมีของพืชป่าที่ลิงกินเป็นอาหาร พบว่าพืชเหล่านั้นมีวิตามินซีในปริมาณสูง แตกต่างจากพืชที่มนุษย์ปลูกเองซึ่งมีวิตามินซีต่ำ ความแตกต่างนี้ทำให้ต้องมีการศึกษาว่าพืชชนิดใหม่ที่น่าสนใจมาปลูกเพื่อผลิตอาหารมีน้ำตาลและไขมันสูงหรือไม่ อาหารหลายชนิดจัดอยู่ในประเภท “อาหารขยะ” (Junk food) ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการต่ำ อาหารสะดวกซื้อบางประเภทไม่มีคุณค่าใดๆเมื่อเทียบกับอาหารของมนุษย์ในสังคมประเพณี ซึ่งมีความหลากหลายของสารอาหารที่ได้จากพืชและสัตว์ แต่ปัจจุบันนี้พืช และสัตว์หลายชนิดถูกทำลายลงไปแล้วแล้วที่มนุษย์ต้องกลับมาทบทวนสถานการณ์เกี่ยวกับอาหารซึ่งทำให้เราพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้วยสติปัญญาความรู้ที่สะสมกันมาช้านาน เพราะพืชและสัตว์ที่เรากินเข้าไปต่างทำให้เราดำรงชีวิตอยู่ได้ แต่มันกำลังสูญหายไปอย่างรวดเร็ว

2.3 บทความ เรื่อง กิน ของคนเอเชีย อร่อย แต่ ลับสน

ในวันนี้ คนเอเชีย ซึ่งถือว่าอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งในวัฒนธรรมอันยิ่งใหญ่และหลากหลาย กำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ ที่จะส่งผลยาวไกลไปถึงอนาคตข้างหน้า เพราะว่า ทศวรรษที่ผ่านมา มีอาหารภายใต้แบรนด์สินค้าใหม่ ๆ เข้ามาวางอยู่ในร้านค้านับพันแบรนด์ ทั้งแบ รนด์ของชาวเอเชีย และแบรนด์จากตะวันตก ซึ่งทำให้วิถีชีวิตแบบตะวันตกในเรื่องที่เกี่ยวกับการ รับประทาน ไม่ว่าจะเป็นสไตล์อาหาร รสชาติ และบรรจุภัณฑ์ แทรกซึมเข้าสู่ชีวิตของชาวเอเชียมา กขึ้นทุกที นอกจากนี้ตลาดสมัยใหม่หรือซูเปอร์มาร์เก็ต ก็ทำให้พฤติกรรมในการจับจ่ายซื้อของของ ชาวเอเชียเปลี่ยนแปลงไป และทำให้นิสัยในการรับประทานอาหารเปลี่ยนไปมากอย่างน่าคิด

ความเปลี่ยนแปลงทั้งหมดนี้ก่อให้เกิดคำถามสำคัญที่มีนัยชวนคิดว่า ความเปลี่ยนแปลงใน การรับประทานอาหารจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพชาวเอเชียอย่างไร วัฒนธรรมตะวันตกจะนำพาอาหารเอเชียไปสู่ กาลอวสานหรือไม่ ผู้บริโภคมีทัศนคติและปฏิกิริยาต่อความเปลี่ยนแปลงด้านอาหารการกินที่โหม กระหน่ำเข้ามาในชีวิตอย่างไร เป็นต้น และด้วยคำถามที่ค้างคาใจเหล่านี้ ทำให้ โอกลีวี เอเชีย

แปซิฟิก ต้องถูกขึ้นมากำหนดการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคเอเชีย เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรม การกินโดยรวมของผู้บริโภคชาวเอเชีย และความรู้สึกกินเกี่ยวกับอาหาร เพื่อเข้าใจชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแบรนด์เนมทั่วทั้งเอเชียได้ดีขึ้น

การวิจัยนี้จัดทำขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2543 ครอบคลุม 21 เมืองสำคัญใน 14 ประเทศ รวมถึงกรุงเทพฯ การหาข้อมูลเริ่มจากการศึกษาเพื่อจัดแบ่งกลุ่มย่อย โดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 28 กลุ่มทดสอบ โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างเป็น 6 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มแม่บ้านที่มีบุตร กลุ่มคุณพ่อ กลุ่มผู้หญิงทำงานที่มีบุตรอยู่ด้วยกัน กลุ่มผู้หญิงทำงานที่แต่งงานแล้วแต่ยังไม่มีบุตร กลุ่มผู้หญิงที่มีบุตรแต่ไม่ได้อยู่ด้วยกัน และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา จากนั้นจึงทำการศึกษาอย่างจริงจังกับกลุ่มตัวอย่าง 220 กลุ่ม และทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ซึ่งประกอบด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 6,000 รายการให้กลุ่มตัวอย่างเขียนบันทึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการจับจ่ายและรับประทานอาหารในแต่ละวันเป็นเวลา 14 วัน รวมกว่า 500 เล่ม รวมไปถึงการไปเยี่ยมบ้านกลุ่มตัวอย่างและการติดตามสัมภาษณ์ผู้บริโภค 56 รายในขณะที่เดินจับจ่ายซื้อของ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึง

วิวัฒนาการของอาหารเอเชีย แม้ในความคิดเห็นของคนทั่วไป การที่อาหารตะวันตกและแบรนด์สินค้าอาหารตะวันตกจะเข้ามาเช่นนี้ หมายถึงการสิ้นสุดวัฒนธรรมและประเพณีในการรับประทานของชาวเอเชียโดยตรง แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือ วัฒนธรรมตะวันตกยังไม่สามารถรุกเข้ามาแทนที่การครัวที่มีเอกลักษณ์และความหลากหลายของอาหารพื้นเมืองเอเชียได้ แต่ทำให้เกิดวิวัฒนาการของอาหารเอเชีย เช่น พืชสารสกินจินเกาหลี อาหารลูกครึ่งที่สิงคโปร์ หรือสปาเก็ตตี้ผัดปลาเค็มในประเทศไทย

ภาวะสับสนเรื่องอาหารการกิน (Eating Disorders) ขณะที่ผู้บริโภคทั่วทั้งเอเชียกำลังเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น ทั้งรสชาติใหม่ ๆ ประเภทอาหารใหม่ ๆ วิธีปรุงใหม่ ๆ สถานที่ค้าขายใหม่ ๆ และรูปลักษณะอาหารใหม่ ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ยังมีอาหารให้เลือกมากขึ้น คนกลับยิ่งเครียดมากขึ้น กลายเป็นภาระให้กังวลมากขึ้น ตัดสินใจยากขึ้น ชีวิตยังสับสนวุ่นวายมากขึ้น เนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

-ผู้บริโภครู้สึกว่าสุขภาพของตัวเองถดถอยลง โดยชาวเอเชีย 56 % เชื่อว่าอาหารที่ตนเองรับประทานอยู่ในทุกวันนี้ทำให้สุขภาพของตัวเองถดถอยลงไปกว่าเมื่อ 5 ปีที่แล้ว

-รสชาติของอาหารทุกวันนี้ไม่อร่อยเท่าในสมัยก่อน มีชาวเอเชียเพียง 10 % เท่านั้นที่คิดว่าอาหารสำเร็จรูปมี "รสชาติที่ถึงรสเหมือนคั้นตำรับ"

-การปรุงอาหารเป็นศิลปะที่กำลังจะสาบสูญ ผู้หญิง 55 % กล่าวว่า ตนเองไม่มีคุณสมบัติใน

การเป็นแม่ครัวที่ดีเทียบเท่ากับคนรุ่นแม่

-ความเชื่อมั่นใน “อาหารสมัยใหม่” กำลังเสื่อมสลาย คุณแม่ 41 % รู้สึกอัดอัดใจที่ต้องนำอาหารและเครื่องปรุงสำเร็จรูปที่ผ่านกรรมวิธีมาแล้ว มาใช้ปรุงอาหาร

-รัฐบาลไม่มีความสามารถพอที่จะให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยเกี่ยวกับอาหาร ผู้บริโภคชาวเอเชียถึง 87 % คิดว่ารัฐบาลของตนควรจะให้การศึกษาแก่ประชาชนในเรื่องความปลอดภัยเกี่ยวกับอาหารให้มากกว่านี้

-อาหารต่างประเทศกำลังกลืนกินอาหารประจำชาติ ผู้บริโภค 42 % เห็นว่าอาหารต่างประเทศเป็น “อิทธิพลในทางลบ” ที่เข้ามาครอบงำวัฒนธรรมของชาติ

-ผู้คนกำลังสูญเสียความสุขในการกิน ด้วย “กฎเกณฑ์” ที่ซับซ้อนและสับสนเกินเหตุ ผู้บริโภค 55 % เชื่อว่า ทุกวันนี้มีกฎเกณฑ์มากมายเกินไปที่คอยบอกว่า สิ่งนั้นควรกิน สิ่งนี้ไม่ควรกิน มีหน้าซ้ำ กฎเกณฑ์เหล่านี้ยังมักขัดแย้งกันเองเสียอีก

-ประเพณีการรับประทานอาหารร่วมกันของครอบครัวกำลังล่มสลาย 81% ของผู้บริโภคเชื่อว่า “ครอบครัวควรจะร่วมวงรับประทานอาหารพร้อมหน้าพร้อมตากัน” แต่ 33 % พบว่าคงเป็นไปได้ยากในปัจจุบันนี้

ภาวะความสับสนว่าด้วยเรื่องอาหารการกินดังกล่าว นอกจากจะเนื่องมาจากผู้บริโภคในแต่ละตลาดมีทางเลือกมากขึ้น และแต่ละทางเลือกล้วนมีทั้งข้อดีและข้อเสียให้ต้องตัดสินใจ เช่นอาหารเพื่อสุขภาพให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ก็มักจะจืดชืด ดูไม่เหมือนเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ภาวะสับสนดังกล่าวยังมีปัจจัยทางสังคมอื่น ๆ มาเป็นตัวแปรร่วมด้วย ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่

1.เวลาบีบคั้น (Time Crunch) ภาวะที่คนสมัยใหม่ไม่ค่อยจะมีเวลา นำไปสู่ภาวะสับสนเรื่อง การกินประการสำคัญคือ ผู้บริโภครู้สึกว่าความสุขในการรับประทานอาหารที่ตนเองเคยมีนั้น บัดนี้ถูก ปล้นไปเสียแล้ว และรู้สึกขุ่นเคืองกับภาวะจำยอมที่ต้องประนีประนอมทั้ง ๆ ที่ไม่ต้องการ โดยอาหารที่ติดแบรนด์สินค้าไม่สามารถให้ในสิ่งที่หวังได้ ผู้บริโภคจำนวนน้อยนิด (เพียง 10 % เท่านั้น) ที่คิดว่า อาหารสำเร็จรูปมี “รสชาติที่ถึงเครื่องถึงรส” เกือบครึ่งของคุณแม่ที่ให้สัมภาษณ์ กล่าวว่า รู้สึกอัดอัดใจที่ต้องนำอาหารและเครื่องปรุงสำเร็จรูปที่ผ่านกรรมวิธีมาแล้ว มาใช้ปรุงอาหาร และผู้บริโภคหลายคนรู้สึกเสียใจที่ไม่สามารถมีส่วนร่วมในการปรุงอาหารเท่าที่ควร

2.การมีตัวเลือกมากเกินไปจนไม่สามารถตัดสินใจได้และเกิดอาการ “ประสาทชา” (Choice Paralysis) แม้ชาวเอเชียเกือบ 70 % จะกล่าวว่า พวกเขาชอบลองชิมอาหารประเภทใหม่ ๆ แต่การที่มีทางเลือกมากเกินไปก็มีข้อเสีย คือ มันนำไปสู่ภาวะสับสนด้วยเช่นกัน และทำให้เกิดอาการ “ประสาทชา” ในการเลือก ยิ่งอาหารประเภทใหม่ ๆ ที่ต้องการทักษะใหม่ ๆ และอุปกรณ์ใหม่ ๆ ในการปรุง ยิ่งเพิ่มความเครียดมากขึ้นไปอีก ที่ร้ายกว่านั้นคือ ความรู้สึกเล็ก ๆ ว่า อาหารมากมายจาก

ดินแดนอันกำลังเถลิงถิ่นกินอาหารท้องถิ่นที่เคยมีมาแต่ดั้งเดิม

3. สุขภาพเป็นพิษเพราะรู้มากเกินไปแต่รู้สึกแย่ลง (Health Paradox) ผู้บริโภคทั้งเอเชียมีความรู้เรื่องอาหารมากขึ้น แต่กลับรู้สึกว่าสุขภาพพลดลงไป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ในการวิจัยครั้งนี้ต่างรู้สึกว่าการกินของตัวเองไม่ดีเท่าเมื่อ 5 ปีที่แล้ว และจากการวิจัยครั้งนี้สิ่งสำคัญที่สุดที่บ่งชี้มาตรฐานของตลาดเกือบทุกแห่งคือ “ความสด” โดย 79 % ของผู้บริโภคกล่าวว่า อาหารมีโอเคก็ตามไม่ได้ปรุงขึ้นจากเครื่องปรุงที่เป็นของสด อาหารมีนั้นไม่ถือว่าถูกต้องเหมาะสม เห็นได้ว่าผู้บริโภคเริ่มเกิด “สุขภาพแบบทำเทียม” และเวียนเต็มทีกับคำศัพท์ประเภท “เสริมคุณค่า” หรือ “เพิ่มสารอาหาร”

4. ครอบครัวพร่องในหน้าที่ (Dysfunctional Families) ยิ่งครอบครัวสมัยใหม่มีอิสระในการดำเนินชีวิตมากขึ้นเท่าใด โอกาสที่จะได้ร่วมวงรับประทานอาหารพร้อมหน้าพร้อมตากันก็ยิ่งลดน้อยลงเท่านั้น ทั้ง ๆ ที่ชาวเอเชียทั้งภูมิภาคจะเชื่อว่าการร่วมวงรับประทานอาหารพร้อมหน้าพร้อมตากันเป็นสายใยเชื่อมความผูกพันในครอบครัวให้แน่นแฟ้นก็ตาม อย่างไรก็ตาม ครอบครัวสมัยใหม่กำลังพยายามหาวิธีใหม่ ๆ ที่จะได้ใช้ชีวิตร่วมกัน เช่น ออกไปรับประทานอาหารด้วยกันนอกบ้านตามร้านอาหารจานด่วนแบบตะวันตก ไปจับจ่ายซื้อของด้วยกันตามซูเปอร์มาร์เก็ต

5. วิกฤตเอกลักษณ์ (Identity Crisis) อาหารและเอกลักษณ์ของชาติ มีความเกี่ยวพันกันอย่างแนบแน่น สำหรับคนเอเชีย ในแง่หนึ่ง อดีตดูเป็นเรื่องสวยงาม หลายคนเชื่อว่า รสชาติอาหารในสมัยก่อนอร่อย น่ารับประทานกว่าอาหารในสมัยนี้ แต่ในอีกแง่หนึ่ง วิธีการแบบโบราณก็ถูกมองว่าล้าหลัง ความคิดเช่นนี้ทำให้ชาวเอเชียตกอยู่ในสภาพกลืนไม่เข้า คายไม่ออก เพราะใจหนึ่งก็ปรารถนาที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อก้าวไปข้างหน้าอย่างมีอิสระ แต่อีกใจหนึ่งก็รู้สึกผิดที่ตัดขาดจากขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เก่าของตัวเอง

อย่างไรก็ดี สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้บริโภคในตลาดแต่ละแห่งตอบรับกระแสความเปลี่ยนแปลงในอาหารที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของประเทศไทย ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะสับสนว่าด้วยเรื่องอาหารการกินมาจาก เวลาบีบคั้น (Time Crunch) ครอบครัวพร่องในหน้าที่ (Dysfunctional Family) และ วิกฤตเอกลักษณ์ (Identity Crisis)

“แม้ว่าอาหารไทย จะเป็นที่ยกย่องว่ามีเอกลักษณ์โดดเด่นระดับโลก แต่ประเทศไทยก็ได้รับเอาอาหารใหม่ ๆ แปลก ๆ รวมทั้งลีลาและนิสัยในการกิน มาจากชาติอื่น ๆ นับร้อยนับพันอย่างด้วย การประสานกันอย่างกลมกลืน ได้สมดุล เป็นเอกลักษณ์ของการครัวแบบไทย ๆ แต่กระนั้น ภาวะสับสนก็ยังแฝงตัวอยู่

คนไทยถือว่าประเพณีการกินและการปรุงอาหารแบบในอดีต เป็นความสุข สนุกสนาน และมีคุณค่ากว่าอาหารสมัยใหม่ ความรู้สึกขบขึงกับอดีตเช่นนี้ติดตรึงอยู่ในใจคนไทยไม่มีวันเสื่อม

คล้าย แต่ขณะเดียวกันก็ฝังความเครียดลงไปในชีวิตคนไทยสมัยใหม่ด้วยเช่นกัน" ทีมวิจัยของโอ กิลวี เอเชีย แปซิฟิก สรุปภาวะสับสนของประเทศไทยเอาไว้เช่นนี้

ทางออก : คิดและทำตามความเป็นไปในท้องถิ่น

สำหรับบริษัทผู้ผลิตอาหาร และฝ่ายอื่น ๆ ที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารทางด้านแบรนด์สินค้า ประเภทอาหาร นัยสำคัญที่สุดที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ต้องคิดและทำตามความเป็นไปใน ท้องถิ่น (Think Local, Act Local) เพราะนัยสำคัญที่ชัดเจนที่สุดจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ทวีป เอเชียไม่ใช่ทวีปที่เป็นหนึ่งเดียว เชื้อชาติเดียว และไม่มีวันเป็นเช่นนั้นไปได้ ซึ่งการ"คิดและทำตาม ความเป็นไปในท้องถิ่น"ดังกล่าวสามารถทำได้หลาย ๆ วิธี ดังนี้

1. ต้องพิจารณาเลือกใช้คำ : "ศัพท์ภาษาอาหาร" ที่จะมาพิมพ์ลงบนหีบห่อให้ดี เพราะใน ตลาดแห่งหนึ่งอาจมีความหมายอย่างหนึ่ง แต่ในอีกแห่งหนึ่งอาจมีความหมายต่างกันไปได้ไกล อย่าง คำว่า healthy (เพื่อสุขภาพ) enriched (เสริมด้วย) หรือแม้แต่ nutritious (ให้คุณค่าทางโภชนาการ) สามารถตีความไปได้ต่าง ๆ อย่างกว้างขวางในตลาดทั่วทั้งเอเชีย

ถ้าไม่ตระหนักให้ดีแล้ว บริษัทผู้ผลิตที่บังคับให้ใช้คำศัพท์เดียวกันในทุกประเทศ อาจจะ ก่อให้เกิดภาวะสับสน เนื่องจากตั้งใจจะสื่อความหมายอย่างหนึ่ง กลับกลายเป็นอีกอย่างหนึ่ง เช่น คำว่า wholesome ในศรีลังกาหมายถึงไม่เป็นอันตราย แต่ในเกาหลีจะหมายความว่า มากมายก่าย กอง เป็นต้น

2.หาทางออกให้มากขึ้น ไม่ใช่แค่เพียงมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากขึ้น : การมีผลิตภัณฑ์ให้เลือก มากมายเกินไปจนเหลือล้นเป็นปัญหาของสินค้าในหมวดหมู่อาหารทั่วเอเชีย และในตลาดหลาย แห่ง คำว่า "ใหม่" ไม่มีคุณค่าในตัวเองอีกต่อไป ตรงกันข้ามยังมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมาก ยิ่งก่อให้เกิด ภาวะสับสน โดยผู้บริโภคในบางประเทศอย่าง ญี่ปุ่น เกาหลี และไต้หวัน ไม่มีความต้องการที่จะ ลองของใหม่ เพราะ "แก่นนี้ก็กินพอแล้ว"

นอกจากนี้ การมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากเกินไป ก็ทำให้ตลาดบางแห่งนี้เสียเสีย เพราะ ผู้บริโภคสับสนกับการลองของใหม่กันจนเพลิน สิ่งที่ทำทนายผู้ผลิตในตลาดประเภทนี้ คือ ทำอย่างไร จะวางสินค้าให้โดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งอีกมากมายได้

3.สร้างความเชื่อถือในระดับท้องถิ่น จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเต็มใจที่จะ ตอบสนองต่อคำแนะนำดี ๆ โดยเฉลี่ยชาวเอเชีย 65 % กล่าวว่า คำแนะนำดี ๆ สามารถเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมในการกินของตนได้ อย่างไรก็ดี แหล่งที่มาของคำแนะนำก็มีความสำคัญและแตกต่างกัน ในแต่ละตลาด จากการสำรวจพบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว คนที่ผู้บริโภคชาวเอเชียให้ความเชื่อถือสูงสุดคือ แม่ สูงเกือบ 85 % รองลงมาคือหัวหน้าครอบครัว ญาติพี่น้องและเพื่อน (รัฐบาลได้คะแนน 66 % สำหรับข้อนี้) ขณะที่โฆษณา อินเทอร์เน็ต และเจ้าของร้านค้า เป็น 3 อันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้

ความเชื่อถือ เพราะฉะนั้นบริษัทผู้ผลิตจำเป็นต้องคิดถึงบทบาทของรัฐบาล ร้านค้า และแม้แต่การประชาสัมพันธ์ แทนที่จะฝากชีวิตไว้กับโฆษณาของบริษัทแม่จากต่างประเทศแต่เพียงอย่างเดียว หากต้องการจะได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภค

4. ยื่นมือเข้าช่วยคุณแม่ เพราะคุณแม่ซึ่งมักเป็นผู้ที่ตัดสินใจในเรื่องของอาหารสำหรับครอบครัว เป็นคนที่สับสนมากที่สุดในเรื่องนี้ เพราะฉะนั้น บริษัทผู้ผลิต สื่อ และฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องเปิดเกมรุกเพื่อยื่นมือเข้าช่วยเหลือคุณแม่เหล่านี้ ด้วยการวัดดูว่า ในแต่ละประเทศมีทัศนคติเกี่ยวกับความสามารถในการปรุงอาหารของคุณแม่แตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจากการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มคือ ประเทศที่คุณแม่จัดอยู่ในภาวะวิกฤต เพราะสังคมมองว่าความสามารถในการปรุงอาหารของคุณแม่เป็นศูนย์รวมความผูกพันของคนในครอบครัว แต่ความสามารถของคุณแม่มีน้อย ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ และเกาหลี กลุ่มที่สอง คุณแม่มีความสามารถพอ แต่ถูกกดดันให้ต้องแสดงฝีมืออยู่ตลอดเวลา คือ อินโดนีเซีย จีน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินเดีย และศรีลังกา กลุ่มที่สามเป็นกลุ่มคุณแม่ที่พร้อมจะเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ที่ท้าทาย เพราะความสามารถในการปรุงอาหารของคุณแม่ไม่ได้มีผลต่อครอบครัว คือ ไต้หวันฮ่องกง และญี่ปุ่น

5. สร้างความตื่นตัวให้ "ของเก่า" เท่า ๆ กับ "ของใหม่" การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นช่องว่างระหว่างวัฒนธรรมอย่างชัดเจน แบรินด์สินค้าอาหารส่วนใหญ่ไม่สามารถสร้างความรู้สึกรักผูกพันทางวัฒนธรรมใด ๆ กับผู้บริโภคได้ แบรินด์สินค้าอาหารดูเหมือนเป็นคนนอก มากกว่าที่จะเป็น "พวกเดียวกับเรา" มีแบรินด์สินค้าอาหารเพียงไม่กี่แบรินด์ที่สามารถหาโอกาสสร้างความรู้สึกรักผูกพันทางวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม จนประสบความสำเร็จ ทั้ง ๆ ที่ยังมีโอกาสที่เปิดกว้างอีกมากให้แบรินด์สินค้าอาหารถกนวยไปใช้ประโยชน์ได้ โดยการสร้างความรู้สึกรักตื่นตัวเราใจให้กับวัฒนธรรมท้องถิ่น และให้ผู้บริโภคได้หวนคืนสู่วัฒนธรรมประจำชาติ ในบรรยากาศดั้งเดิมที่มีคุณค่าจิตใจ

ประเมินตลาดด้านอาหารใหม่

ภาวะสับสนว่าด้วยเรื่องการกินอาหารที่เกิดขึ้นในทวีปเอเชียดังกล่าวมาแล้ว ทำให้นักการตลาดทางด้านสินค้าอาหารต้องทำการประเมินทฤษฎีการตลาดทางด้านอาหารที่เป็นสูตรสำเร็จคลาสสิกเสียใหม่ จากเดิมที่การตลาดตามแบบแผนเดิมจะเริ่มต้นด้วยการระบุกลุ่มผู้บริโภค ที่เรียกว่า "กลุ่มเป้าหมาย" จากนั้นก็เจาะลึกเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของคนกลุ่มนั้น และสุดท้ายก็นำเสนอคำตอบที่เป็นทางออก เพราะจากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวเป็นเพียงครั้งเดียวของเรื่องราวทั้งหมด

โดยโอกิลวีได้นำเสนอกระบวนการในการหามุมมองใหม่ ๆ สำหรับนักการตลาดเอาไว้คร่าว ๆ 2 ประการสำคัญคือ

ประการแรกคือการทำทำความเข้าใจถึงภาวะสับสนในตลาดท้องถิ่น ซึ่งมีความเปราะบาง

อย่างยิ่ง เนื่องจากอาภัพกระทบกระเทือนวัฒนธรรมประจำชาติที่เฉพาะเจาะจงในจุดใดจุดหนึ่ง ด้วยความระมัดระวังและคำนึงถึงความรู้สึกที่สุด ต้องเข้าใจว่าผู้บริโภครู้สึกและแสดงออกอย่างไรในเรื่องของโยโย่ที่เกี่ยวข้องกับยุ่งเหยิงระหว่างข้อดีกับการประนีประนอมกับข้อเสีย

ประการที่ 2 คือความสามารถที่จะนำความรู้ความเข้าใจนี้มาสร้างแนวทางใหม่ให้กับแบรนด์เพื่อหาวิธีการนำเสนอข้อดีในมุมใหม่ ๆ ได้

2.4 วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของ คนไทย

ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรธรรมชาติ เป็นอยู่ข้าวอยู่น้ำ อีกทั้งคนไทยสมัยก่อนรู้จักนำพืชผักสมุนไพรที่หาได้ง่ายมาปรุงแต่งเป็นเมนูอาหารรับประทานภายในครอบครัว ส่งผลให้วิถีการใช้ชีวิตของคนไทยสอดคล้องกับวิถีความเปลี่ยนแปลงธรรมชาติ ซึ่งคนในสมัยก่อนมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยง่าย เพราะรู้จักนำสมุนไพรในท้องถิ่น ที่มีสรรพคุณในการรักษาโรคและใช้บำรุงร่างกายมาปรุงอาหารอีกด้วย

สมัยโบราณครอบครัวไทยนั่งรับประทานอาหารกับพื้น ใช้ผ้าสะอาดหรือเสื่อปูลาดบนพื้นบ้าน ผู้ที่จะรับประทานอาหารนั่งล้อมวงกัน ตักข้าวจากโถใส่จาน อาหารจัดมาเป็นสำรับ วางสำรับไว้ตรงกลางวง มีช้อนกลางสำหรับตักกับข้าวใส่จานของตน และเปิบอาหารด้วยมือ บางบ้านจะมีขันหรือจอกตักน้ำและกระโถนเตรียมไว้เพื่อรองน้ำล้างมือด้วย

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประเทศไทยได้ติดต่อกับประเทศทางซีกโลกตะวันตกมากยิ่งขึ้น วัฒนธรรมตะวันตกได้แพร่เข้ามา ทำให้วิถีรับประทานอาหารของคนไทยเปลี่ยนไป โดยดัดแปลงให้เหมาะสมกับอาหารไทย เช่น ใช้ช้อนส้อมแทนมีดและส้อมแบบตะวันตก เป็นต้น การนั่งรับประทานอาหารกับพื้นก็เลิกไป เปลี่ยนมาเป็นนั่งรับประทานอาหารกับโต๊ะแทน แต่ยังคงวางอาหารทุกอย่างไว้กลางโต๊ะ มีช้อนกลางสำหรับตักอาหารและมีถ้วยเล็กๆ สำหรับผู้ร่วมวงแต่ละคนเพื่อใส่กับ ข้าวที่แบ่งจากกลางวง เมื่อรับประทานอาหารเสร็จแล้ว ก็จะถอนของควาออกหมดและแจกของหวานสำหรับทุกคนต่อไป

มนุษยชาติ ดำรงชีพได้ด้วยพลังงานจากอาหาร วิถีชีวิตจึงล้วนดำเนินไป เพื่อการหาอาหาร บริโภค เรียกว่า "การทำมาหากิน" เมื่อวันเวลาผ่านเลย แนววิถีชีวิตได้ถูกสั่งสม ก่อกำเนิดเป็นอารยธรรมนานา "อาหาร" ก็ยังคงเป็นกระแสหลักแห่งเหตุ และผลในเนื้อหาทุกอารยธรรม รวมถึงวัฒนธรรมไทย

นอกจากประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อที่เกิดขึ้นเพื่อผลแห่งความอุดมสมบูรณ์ของธัญญาหารแล้ว องค์ความรู้ในการผลิต และปรุงแต่งอาหารไทย ก็นับเป็นหนึ่งในรูปธรรมของวัฒนธรรมไทย ที่บรรพบุรุษได้สั่งเกิด ทดลอง คัดสรร สิ่งที่เหมาะสมที่สุดต่อชีวิต และสภาพแวดล้อม ถ้ายทอดเป็น

ภูมิปัญญา ส่งต่อถึงลูกหลานมาหลายชั่วอายุ

การหันหนีภูมิปัญญาไทย ในช่วงหนึ่งของสังคมไทย ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า "เป็นการหลงทาง" อย่างร้ายแรง และกระทบต่อสังคมไทยอย่างยิ่ง องค์พระประมุขของสยามแผ่นดิน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ได้ทรงชี้แนะให้คนไทย หันกลับมามองคุณค่า และการดำเนินชีวิตตามองค์ความรู้ ภูมิปัญญาไทย บนพื้นฐาน "เศรษฐกิจแบบพอเพียง"

วัฒนธรรมการกินของคนไทย มีพัฒนาการยืนยาวมานานมาก แต่อย่างไรก็ตามก็กรรมวิธีการปรุงอาหารที่สืบทอดกันมา ก็หนีไม่พ้น "ต้ม ยำ ตำ แกง" อันเป็นวลิติดปากของคนไทยทั่วไป

ต้มเป็นกรรมวิธีการปรุงอาหารให้สุก โดยปรุงในน้ำเดือด ซึ่งได้รับอิทธิพลจากอาหารจีน อาหารญี่ปุ่น และนำมาปรับประยุกต์ให้กับเครื่องปรุงพื้นบ้าน ที่ให้รสชาติหลากหลาย เช่น ต้มจืด วุ้นเส้น, ต้มจืดตำลึง ที่ให้รสชาติจืด หรือต้มยำ ต้มโคล้งที่ให้รสชาติเปรี้ยว เค็ม เผ็ด รวมทั้ง บางอย่างก็เพิ่มกะทิเพิ่มความมัน เข้มข้น เช่น ต้มข่าไก่

ยำเป็นกรรมวิธีที่ใช้เครื่องพริก กระเทียมกับเนื้อสัตว์ หรือผลไม้ ไขมันขาว เกลือ น้ำปลา น้ำส้มสายชู เป็นตัวเชื่อมความกลมกล่อม เช่น ยำเนื้อ, ยำปลาคูฟุ, ยำสมุนไพร หรือปลา ที่นำ น้ำพริกเผามาผสมผสาน

ตำ วิธีพื้นฐานในการปรุงอาหาร โดยการตำ หรือโขลกให้ละเอียด แล้วคละเคล้ากันใน เครื่องครัวที่มีลักษณะเฉพาะ เรียกว่า "ครก" สำหรับคนไทยทุกภาค "น้ำพริก" นับเป็นอาหารหลักที่ใช้เทคนิคการตำ แล้วนำไปปรับประยุกต์ให้มีรสชาติแตกต่างกันไปในแต่ละภาค เช่น ส้มตำ, ตำแตงกวา, ตำผลไม้, น้ำพริกกุ้งเสียบ, น้ำพริกอ่อง เป็นต้น

แกง คือการนำน้ำพริกที่ผ่านการตำ มาผสมกับน้ำให้มีปริมาณมากขึ้นกว่าเดิม แล้วนำไปใช้ ความร้อนเพื่อให้เกิดเป็นอาหารอีกประเภท ที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น แกงส้ม, แกงหน่อไม้, แกงไตปลา เป็นต้น

2.5 อาหารญี่ปุ่นที่แท้จริง

กล่าวได้ว่า อาหารญี่ปุ่นที่แท้จริง ได้เริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้นอย่างสมบูรณ์ในช่วงสมัยนาระะ (พ.ศ.1879-2216) ของญี่ปุ่น ต่อมาในสมัยมุโระมะชิ (พ.ศ.1879 – 2116) “อาหารสนเส้น” (สนเส้น เรียวยว) ก็ได้ถูกยกให้เป็นอาหารญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการสำหรับใช้ในการเลี้ยงรับรองแขกทั้งอาหารอย่าง “โคเซะกิ เรียวยว” ที่เกิดขึ้นมาจากแบบแผนของวิธีชงชาและ “โคเซะกิ เรียวยว” ซึ่งเป็นอาหารสนเส้นแบบง่าย ก็จัดเป็นอาหารญี่ปุ่นที่แท้จริงด้วยเช่นกัน

หากแต่ไม่คำนึงถึงรูปแบบเช่นนี้ อาหารของชาวบ้าน อาหารตามประเพณีประจำฤดูกาล อย่างอาหารโอะเซะชิ, ดงบุริโมะโนะ อาหารปิ่นโตหรือที่ใส่ในกล่องจูบะโกะที่เรียกว่า "อะโอะโมะโนะ" โอะริทซึเมะ (อาหารที่บรรจุในกล่องโอะริทซึเมะ), ข้าวต้ม (คะยุ) ข้าวต้มทรงเครื่อง (โตะซุอิ), ซุชิ, นะเบะโมะโนะ (หม้อไฟ) และอาหารจำพวกเส้น (เม็งรุอิ) เหล่านี้ก็ล้วนเป็นอาหารญี่ปุ่นที่แท้จริงด้วย



ภาพที่ 2.4 อาหารฮนเส้น (ฮนเส้น เรียวริ)
ที่มา : www.japanican.com, 2557 : ออนไลน์

โต๊ะเส้น ของอาหารฮนเส้นนั้นงดงามมาก ตัวอาหารก็มีความเป็นศิลปะชั้นสูง ทั้งยังกำหนดรูปแบบและส่วนประกอบต่างๆ ของอาหารเอาไว้อย่างชัดเจน แต่ในปัจจุบันสามารถพบเห็นได้แค่เฉพาะในงานเลี้ยงที่เป็นทางการอย่างมากหรือในพิธีมงคลสมรสเท่านั้น

ส่วนประกอบของอาหารจะแตกต่างกันไปตามสูตรที่ได้รับการถ่ายทอดมา แต่โดยทั่วไปแล้วจะประกอบด้วย "คิชิโตะริ" ออร์เดิร์ฟที่นำวัตถุดิบจากภูเขา ที่ราบ และทะเล มารวมเข้าไว้ด้วยกันจนพร้อมเสิร์ฟ "ฉิริ" (ซุป) ซุปรสำหรับรับประทานกับข้าวสวย มี 3 ชนิดคือ มิโอะชิมิตะเตะ โฉจิรุ และมิโอะจิรุชิมิตะเตะ , "นะมะซุ" กล่าวกันว่า เป็นวิธีการทำอาหารที่เก่าแก่ที่สุดของญี่ปุ่น "นะมะ" คือ สด ส่วน "ซุ" คือ นำสัสมายของญี่ปุ่น เมื่อเอาเนื้อปลามาแล้วแล้วใส่น้ำสัสมายลงไป คลุกเคล้าก็จะได้อาหารชนิดนี้ขึ้นมา "ทซึโอะ" ผักต้มที่ใส่ในภาชนะมีฝาปิด "โอะฮิระ" วัตถุดิบจากภูเขา ที่ราบ และทะเล 5 ชนิด "โอะโอะ" ผักคองเป็นหัวใจหลัก "อะเอะโมะโนะ" (ยำผักและอาหารทะเลที่ผสมคลุกเคล้ากันด้วยซอสต่างๆ) และถั่วต้ม



ภาพที่ 2.5 อาหารไคเซกิ (ไคเซกิ เรียวริ)

ที่มา : theyummyfood.wordpress.com, 2557 : ออนไลน์

คำว่า "ไคเซกิ" เป็นคำที่มาจากลัทธิเซน รูปแบบของอาหารเกิดขึ้นจากการพัฒนาของพิธีชงชา (ชะโด) อาหารไคเซกิยึดเอาอาหารสนเส้นเป็นพื้นฐาน เน้นความสำคัญของคุณภาพมากกว่าปริมาณ และใช้วัตถุดิบประจำฤดูกาลมาประกอบอาหาร

อาหารแบบนี้เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับอาหารสนเส้นแล้วจะพบว่า เป็นอาหารที่มีความอิสระ ไม่ยึดติดกับรูปแบบและพิธีการมากกว่า เป็นอาหารที่หรรษาที่สามารถดื่มเหล้าไปพลางเพลิดเพลินกับอาหารไปพลาง

การเสิร์ฟอาหารไคเซกิมี 2 รูปแบบ คือแบบไฮเซ็น เป็นการนำอาหารทั้งหมดที่จัดเรียงไว้ออกมาเสิร์ฟในคราวเดียว ส่วนในแบบคูกิอิริ จะเริ่มต้นนำอาหารประเภทซูชิ ไซ ทซึคุริ หรือชะชิมิออกมาเสิร์ฟก่อน หลังจากรับประทานหมดแล้ว จึงค่อยนำอาหารรายการถัดไปออกมา เหมือนกับอาหารฟูลคอร์สเช่นอาหารฝรั่งเศส

รูปแบบพื้นฐานของการเสิร์ฟ

เริ่มจาก อันดับ 1 ออร์เดิร์ฟ หรืออาหารเรียกน้ำย่อย มีการเสิร์ฟดังนี้ เส้นไซ หรือ ชะคิสีเกะ คืออาหารที่นำออกมาเสิร์ฟก่อนเป็นอันดับแรกพร้อมกับเหล้า มีความหมายเหมือนกับออร์เดิร์ฟของอาหารตะวันตก หรือ เรไซ อาหารของจีน โดยทั่วไปจะใช้วัตถุดิบจากภูเขา ที่ราบ และทะเล อย่างละหน่อยพอคำมารวมไว้ด้วยกัน โดยเลือกสรรวัตถุดิบสดใหม่ประจำฤดูกาลเป็นหลัก



ภาพที่ 2.6 เส้นไซ อาหารที่เสิร์ฟเป็นอันดับแรกพร้อมเหล้า คือโมจิถั่วแดงร้อน

ที่มา : www.dotpng.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 2 ฌิรุโมะโนะ สามารถแบ่งออกได้อย่างกว้างๆเป็น ซุอิโมะโนะ ซุปใส กับฌิรุโมะโนะ ซุปสีเข้ม จำพวกซุปรมิโซะ (มิโซะฌิรุ) ซุปชะทซิมะ (ชะทซิมะจิรุ) และซุปรกะซุ (กะซุจิรุ)



ภาพที่ 2.7 ซุอิโมะโนะ ซุปใส

ที่มา : www.justonecookbook.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 2.8 ฌิรุโมะโนะ ซุปสีเข้ม (มิโซะซุปร)

ที่มา : www.mgonline.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 3 ทซึคุริ (ของจำพวกชะชิมิ) - มุโคสึเกะ สิ่งที่เรียกว่า มุโคสึเกะ คืออาหารที่นำมาวางไว้ริมด้านนอกของโต๊ะเสิร์ฟ ส่วนใหญ่จะเป็นอาหารจำพวกทซึคุริ ซึ่งก็คือชะชิมินั่นเอง



ภาพที่ 2.9 ทซึคุริ (ชะชิมิ)

ที่มา : www.bangkokbiznews.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 4 นิโมะโนะ (ของต้ม) นับเป็นตัวแทนของอาหารญี่ปุ่น ถึงขนาดกล่าวกันว่าอาหารญี่ปุ่นนั้นเริ่มต้นที่ของต้มและก็จบลงที่ของต้ม การต้มคือกรรมวิธีที่นำวัตถุดิบมาต้มลงในน้ำซุป ซึ่งวิธีการประกอบอาหารโดยสามารถดึงรสชาติที่แท้จริงออกมาได้มากที่สุดโดยไม่เสียรสของวัตถุดิบนั้น จะเป็นที่ต้องอาศัยฝีมือเป็นอย่างมาก และเพื่อจะต้มวัตถุดิบอันดับแรกก็ต้องทำน้ำซุปเสียก่อน การปรุงรสน้ำซุปรวมทั้งใช้เกลือ โมชู น้ำตาล มิริน หรือเหล้าไต้หวันไป ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่จะใช้ จากนั้นก็นำวัตถุดิบไปต้มในน้ำซุปที่ทำขึ้น



ภาพที่ 2.10 นิโมะโนะ อาหารประเภทต้ม

ที่มา : www.japan-mook.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 5 ชะกิโมะโนะ (ของย่าง) เป็นการนำวัตถุดิบมาอย่างด้วยความร้อน ซึ่งของย่างที่เด่นๆ ก็คือปลา แต่อาจจะใช้ผัก หรือเนื้อสัตว์ด้วยก็ได้ ส่วนวิธีการย่างนั้นก็จำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ย่างไฟโดยตรง กับย่างทางอ้อม เช่นห่อกระดาษฟลอยด์ย่าง



ภาพที่ 2.11 ชะกิโมะโนะ ของย่าง (ปลาชะบะย่างซีอิ๊ว)

ที่มา : thaigoodview.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 6 อะเคะโมะโนะ (ของทอด) เป็นการทำอาหารโดยใช้น้ำมัน ถือเป็นวิธีการประกอบอาหารที่นำเข้ามาจากต่างประเทศแล้วนำมาปรับปรุงให้เป็นอาหารญี่ปุ่น ของทอดที่ชุบแป้งสาลีที่ด้านนอกก็อย่างเช่น เท็นปุระ ส่วนของทอดที่ไม่ได้ชุบแป้ง หรือของทอดที่ชุบของพิเศษ ด้านนอกก็มี



ภาพที่ 2.12 อะเคะโมะโนะ ของทอด

ที่มา : www.mykoreabuddy.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 7 มุชิโมะโนะ (ของนึ่ง) หนึ่งในรายการอาหารที่ไม่สามารถตัดออกไปได้ในบรรดาอาหารญี่ปุ่นทั้งหมด ของนึ่งเป็นวิธีการประกอบอาหารด้วยการส่งผ่านความร้อนไปยังวัตถุดิบโดยอาศัยไอน้ำ มีทั้งแบบที่ปรุงรสชาติก่อนแล้วค่อยนำไปนึ่ง กับแบบนึ่งก่อนแล้วค่อยปรุงรสชาติ ของนึ่งที่มีชื่อเสียงก็อย่างเช่น ชะวังมุชิ (นึ่งในภาชนะรูปร่างแบบถ้วยชา) ที่ใช้ใบเปื้อยวัตถุดิบ หรือโคะบินมุชิ (นึ่งในภาชนะเครื่องปั้นดินเผารูปร่างแบบกาน้ำชา) เป็นต้น



ภาพที่ 2.13 มุฉิโมะโนะ ของนึ่ง แบบ ชะวังมุฉิ (นึ่งในภาชนะรูปร่างแบบถ้วยชา)

ที่มา : www.japan-mook.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 2.14 มุฉิโมะโนะ ของนึ่ง แบบ โตะบินมุฉิ (นึ่งในภาชนะเครื่องปั้นดินเผารูปร่างแบบกาน้ำชา)

ที่มา : www.matsumi.de, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 8 ชูโนะโมะโนะ (อาหารจำพวกยำ) เป็นอาหารที่ปรุงรสชาติด้วยน้ำส้มสายชู ไม่ใช่อาหารจานหลัก มักเสิร์ฟเป็นรายการแรก และรายการสุดท้ายของคอร์ส



ภาพที่ 2.15 ชูโนะโมะโนะ อาหารจำพวกยำ (ยำสาหร่าย)

ที่มา : www.duorecommend.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 9 โทะเมะวัง (ซุปรี่ที่เสิร์ฟเป็นรายการสุดท้ายของอาหารไคเซะกิ) เป็นอาหารประเภท ซุปรี่เช่นเดียวกับ ฌิรุโมะโนะ



ภาพที่ 2.16 โทะเมะวัง

ที่มา : kyotofoodie.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับ 10 โคะฮัง (ข้าวสวย) ข้าวสารที่หุงจะสุกโดยทั่วไปจะเป็นข้าวสวยสีขาวที่หุงสุกตามปกติ แต่ก็ยังมีข้าวสวยแบบ ทะกิโคะมิ โคะฮัง ที่นำวัตถุดิบอื่นๆ ไปหุงพร้อมกับข้าวสาร และแบบมะเสะโคะฮัง ที่หลังจากหุงข้าวสุกแล้วก็นำวัตถุดิบอื่นๆ ไปผสมคลุกเคล้าอีกด้วย นอกจากนี้ บางที่ก็อาจจะเสิร์ฟชะสุเกะ (ข้าวสวยราดด้วยน้ำซารุร้อนๆ) ข้าวต้ม หรือข้าวต้มทรงเครื่องก็ได้



ภาพที่ 2.17 ทะกิโคะมิ โคะฮัง

ที่มา : jtr-news.sg.sushiandsake.net, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 2.18 มะเสะ โคะฮัง

ที่มา : japamexkitchen.blogspot.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับที่ 11 โคะโนะโมะโนะ (ผักดอง) เป็นอาหารที่เกิดจากการนำผักมาดองกับมิโซะและเกลือ ซึ่งไม่ใช่อาหารจานหลัก แต่จะเอาไว้รับประทานกับข้าวสวย



ภาพที่ 2.19 โคะโนะโมะโนะ (ผักดอง)

ที่มา : mangerie.blogspot.com, 2557 : ออนไลน์

อันดับที่ 12 ผลไม้หรือขนมหวานญี่ปุ่น ของหวานหรือผลไม้ประจำฤดูกาลนั้นๆ จะถูกเสิร์ฟเป็นรายการสุดท้ายของคอร์ส บางทีอาจเสิร์ฟเป็นไอศกรีมหรือน้ำแข็งไสที่มีผลไม้เป็นวัตถุดิบก็ได้



ภาพที่ 2.20 ขนมหวานญี่ปุ่น

ที่มา : th.openrice.com, 2557 : ออนไลน์

2.6 อาหารญี่ปุ่นที่มาจากอาหารต่างประเทศ

ขณะที่อาหารญี่ปุ่นได้พัฒนาวิธีการประกอบอาหารที่มีมาแต่โบราณ ก็มีการสร้างอาหารใหม่ๆเพิ่มเติมขึ้นอีกหลายชนิด ทั้งมีการนำเอาอาหารจีนและอาหารตะวันตกไปผสมผสานให้เข้ากันกับวัตถุดิบของญี่ปุ่น จนออกมาเป็นอาหารญี่ปุ่นอีกมากมาย ซึ่งบางอย่างกลายเป็นอาหารญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศเป็นอย่างมาก เช่น เท็นปูระ หรือ ราเม็ง เป็นต้น แต่เดิมวัตถุดิบที่ไม่สามารถหาได้ในประเทศญี่ปุ่นจะถูกนำเข้ามาโดยประเทศตะวันตก เพื่อใช้ในการทำอาหารสไตส์ญี่ปุ่นกันมาก ทำให้เมนูอาหารญี่ปุ่นมีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น มัณฝรั่ง มัณเทศ (มัณหวาน, มัณต่อเผือก) ฟักทอง แดงโม ข้าวโพด และหอมหัวใหญ่ ทั้งนี้ญี่ปุ่นได้เริ่มทำการเพาะปลูกพืชดังกล่าวใน

ประเทศได้ราวปี พ.ศ. 2093

และเช่นเดียวกันกับมิโซะที่ได้รับการถ่ายทอดวิธีการทำมาจากประเทศจีนเมื่อราวศตวรรษที่ 6 การปรุงอาหารโดยการทอดด้วยน้ำมันก็ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างไปกระทั่งมาเป็นแบบเต็นปุระ และกลายเป็นอาหารญี่ปุ่นไปในที่สุด

วัตถุดิบและวิธีการประกอบอาหารที่ไม่มีในญี่ปุ่นเช่นนี้ มีทั้งที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากจีนเมื่อราวปี พ.ศ.1780 และอาหารตะวันตกที่แพร่หลายเข้ามาพร้อมๆกันกับการเผยแพร่ศาสนาคริสต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมีการสั่งห้ามเผยแพร่ศาสนาคริสต์ในญี่ปุ่น อาหารจำพวกเนื้อสัตว์ก็ถูกสั่งห้ามตามไปด้วย จนกระทั่งถึงช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 18 อาหารจำพวกเนื้อสัตว์ก็กลับมาได้รับความสนใจใหม่อีกครั้งอย่างจริงจังๆ ซึ่งในประวัติศาสตร์อาหารญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำพวกเนื้อสัตว์นั้น กล่าวได้ว่าเป็นอาหารชนิดใหม่ที่เพิ่งมีมาไม่ถึง 300 ปี แต่กลับพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีทั้ง สุกียากี้ และ ฌูบะบะบะ ที่มีชื่อเสียงระดับโลกในฐานะอาหารต้นตำหรับของญี่ปุ่น หรือจะเป็นอาหารอย่างแฮมเบอร์เกอร์ ข้าวห่อไข่ และข้าวผัดไก่ ที่ได้รับการปรับปรุงให้กลายเป็นอาหารแบบญี่ปุ่น โดยคำนึงถึงรสชาติและการปรุงรสให้เข้ากันได้ดีกับอาหารจำพวกข้าว

ขนมปังก็ไม่ใช่สิ่งที่มีในญี่ปุ่นมาแต่เดิม ร้านขนมปังเริ่มมีขึ้นในญี่ปุ่นเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2403 และอีกประมาณ 4 ปีให้หลัง คนญี่ปุ่นก็ได้คิดค้นขนมปังสูตรต้นตำหรับญี่ปุ่นแท้ๆ อย่าง อันปัง (ขนมปังไส้ถั่วแดง) ออกมาเป็นขนมปังของตัวเองจนได้

ส่วนราเม็งนั้น แม้ว่าในปัจจุบันจะเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกในฐานะอาหารญี่ปุ่น แต่ที่จริงแล้วก็เป็นอาหารจีนชนิดหนึ่งที่ใช้วัตถุดิบแตกต่างจากโซบะของญี่ปุ่น จึงเรียกกันว่า ซุคะ โซบะ มาจนกระทั่งถึงปี พ.ศ.2503 จากนั้นก็ได้ดัดแปลงให้มีรูปแบบเฉพาะตัวที่ลงตัวทั้งวัตถุดิบและรสชาติ จนกลายมาเป็นราเม็งในแบบที่ทุกคนรู้จักในปัจจุบัน

ข้าวหน้าแกงกะหรือนั้นกำเนิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2413 ถือเป็นประเภทอาหารที่ใหม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารชนิดอื่นๆ ในปัจจุบัน แฮมเบอร์เกอร์ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากอเมริกา ก็ได้ถูกนำมาปรับปรุงใหม่จนกลายเป็นแฮมเบอร์เกอร์แบบญี่ปุ่นที่ใช้ทั้งวัตถุดิบและวิธีการปรุงรสนาฬิกาในสไตล์ของญี่ปุ่น

2.7 วิธีการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่น

ชาวญี่ปุ่นจะรับประทานอาหารกันวันละ 3 มื้อ คือ เช้า กลางวัน เย็น และให้ความสำคัญกับอาหารมื้อเย็นมากที่สุด ในสมัยก่อนสงคราม ครอบครัวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ จะรับประทานอาหารญี่ปุ่นเป็นหลัก โดยมีข้าวเป็นอาหารหลักและมีปลา ผัก ฯลฯ เป็นกับข้าวควบคู่ไปกับ ซุปเต้าเจี้ยวกับผักดองต่างๆ แต่ตั้งแต่หลังสงครามเป็นต้นมา เนื่องจากอิทธิพลของโครงการอาหารกลางวันใน

โรงเรียน ทำให้มีการรับประทานอาหารขนมปัง เนื้อชนิดต่าง ๆ ไข่ และผลิตภัณฑ์นมกันมากขึ้น

การรับประทานอาหารมีความหลากหลายมากขึ้น ตามสภาพความเจริญทางเศรษฐกิจ ครอบครัวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในปัจจุบันไม่เฉพาะแต่อาหารญี่ปุ่นเท่านั้น ยังรับประทานอาหารของชาติต่างๆ กันเป็นเรื่องธรรมดาไม่ว่าจะเป็นอาหารปรุงสำเร็จ ซึ่งไม่ต้องใช้เวลานานในการปรุงก็มีอยู่มากมายด้วย ถ้าเข้าไปในเมือง จะพบว่าสามารถหาอาหารของชาติต่างๆ รับประทานได้ตามใจชอบ ตั้งแต่อาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็น ซูชิ เทมปุระ โซบะ อุด้ง ฯลฯ หรืออาหารจีน ฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมัน รัสเซีย อินเดีย ไทย เวียดนาม ฯลฯ หรืออาหารจานด่วน ประเภทไก่ทอด แฮมเบอร์เกอร์ ฯลฯ ก็มี

วิธีการรับประทานอาหารที่มีมาแต่ดั้งเดิมของชาวญี่ปุ่นคือ การรับประทานอาหารหลักควบคู่กับกับข้าว อาหารหลักคือข้าว ซึ่งโดยปกติแล้วจะเป็นข้าวธรรมดา หุงกับน้ำ กล่าวกันว่าประวัติศาสตร์การบริโภคข้าวของชาวญี่ปุ่นยาวนานมาก ตั้งแต่สมัยยะโยอิเป็นต้นมา แต่การรับประทานข้าวแบบปัจจุบันนั้นเริ่มขึ้นในสมัยเอโดะ สำหรับกับข้าวนั้น จะเห็นได้ว่ามีมากมายในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเนื้อ ผลิตภัณฑ์นม อาหารทะเลต่าง ๆ แต่ในสมัยก่อน การที่ประเทศญี่ปุ่นเป็นเกาะ ล้อมรอบด้วยทะเลทั้ง 4 ด้าน ทำให้รับประทานอาหารทะเลกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนจากสัตว์ที่จำเป็นต่อร่างกาย วิธีการทำอาหารทะเลนั้นมีหลายวิธี ทั้งปิ้งย่าง ต้ม นึ่ง เป็นต้น ในบรรดาเหล่านั้นอาหารประเภท “ซาซิมิ” ที่ใช้มีดหั่นอาหารทะเลเป็นชิ้นๆ แล้วนำมารับประทานกันสดๆ ถือเป็นอาหารพิเศษเฉพาะของญี่ปุ่น อาหารประเภทเนื้อก็รับประทานกันมานานเช่นกัน แต่เนื่องจากอิทธิพลของศาสนาพุทธที่ห้ามรับประทานเนื้อสัตว์ ทำให้ต้องพึ่งอาหารทะเลกันเช่นเดิม

นอกเหนือจากอาหารทะเลแล้ว ที่บริโภคกันมากรองลงมาก็คือผลิตภัณฑ์ถั่วเหลือง ตัวอย่างเช่น อะบูระเงะ (abura-age : เต้าหู้ทอด) ถั่วหมัก (natto) เป็นต้น อาหารประเภทถั่วเหลืองเหล่านี้เป็นแหล่งโปรตีนจากพืชที่มีคุณค่าสูงมากซึ่งขาดไม่ได้เลยในอาหารญี่ปุ่น นอกจากนี้ก็ยังนิยมนำผักมาปรุงมากเช่นกัน จะเห็นได้ว่าอาหารประเภทผักก็มากมาย เช่น อาหารต้ม อาหารคลุก เต้าเจี้ยวหรืองา (aemono) อาหารคลุกน้ำส้ม โอะฮิทะชิ (ohitashi) เป็นต้น



ภาพที่ 2.21 อะบุระเงะ (เต้าหู้ทอด)

ที่มา : savortheworld.net, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 2.22 นัตโตะ (ถั่วหมัก)

ที่มา : www.japanstyle.info, 2557 : ออนไลน์

โซยุ ราชาแห่งเครื่องปรุงรส เมื่อพูดถึงอาหารญี่ปุ่น สิ่งที่จะลืมไม่ได้มากกว่าข้าวและกับข้าว ก็คือโซยุกับเต้าเจี้ยวซึ่งเป็นเครื่องปรุงรส โดยเฉพาะอย่างยิ่งโซยุ นั้น ถึงกับเรียกกันว่าเป็น “ราชาแห่งเครื่องปรุงรส” เลยทีเดียว เนื่องจากใช้ปรุงอาหารได้แทบทุกประเภท ทั้งใช้ใส่ในอาหารและเป็นน้ำจิ้ม นอกจากนี้ โซยุยังมีบทบาทอย่างมากในการพัฒนาอาหารญี่ปุ่นมาจนกระทั่งบัดนี้ ถ้าจะว่าไปแล้วที่เมืองจีนก็มีซีอิ๊วแบบจีน หรือแถบประเทศตะวันออกเฉียงใต้ก็มีน้ำปลาเช่นเดียวกัน แต่กลิ่นและรสชาติจะแตกต่างกับโซยุของญี่ปุ่นโดยสิ้นเชิง ส่วนเต้าเจี้ยวนั้น ความสำคัญอาจน้อยกว่าโซยุ แต่ก็มีความบทบาทอย่างมากในการปรุง ซุปเต้าเจี้ยว อาหารย่าง หรือ อาหารประเภทคลุก เป็นต้น



ภาพที่ 2.23 โชยุ

ที่มา : www.marumura.com, 2557 : ออนไลน์

รูปแบบของอาหารญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหารการกินเป็นอย่างมาก อาหารจะได้รับการตกแต่งอย่างประณีต เน้นความสดและความสวยงาม ทำให้ผู้ที่ได้ชิมก็ได้รับรู้รสชาติได้เป็นอย่างดีและอร่อยมาก ร้านอาหารในญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะแขวนโคมแดงอยู่หน้าร้าน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์การกินดื่มของญี่ปุ่น อาหารที่นิยมทานกันในหมู่คนญี่ปุ่น ก็จะเป็นจำพวกปลา เช่น ปลาทอดตามแบบฉบับของญี่ปุ่น อาหารทะเล อาหารประเภทแป้งหรืออย่าง เช่น ยากิโทริ (yakitori- ไก่เสียบไม้ย่าง) ข้าวปั้นทอด ซาซิมิ (sashimi) และโซบะ ราเม็ง



ภาพที่ 2.24 ยากิโทริ (ไก่เสียบไม้ย่าง)

ที่มา : www.bangkokbiznews.com, 2557 : ออนไลน์

บะหมี่ : คนญี่ปุ่นนิยมกินบะหมี่กันตลอดทั้งปี บะหมี่มี 3 ชนิดหลักๆด้วยกัน คือ โซบะ, อุด้ง และ โซเม็ง

โซบะ : ทำจากบัควีท เส้นจะมีสีน้ำตาลบาง ผู้คนนิยมทานโซบะกันมากที่สุด เพราะคิดใจในแป้งบัควีท โดยเฉพาะรสชาติที่อร่อยของเส้นที่ไม่ผสมแป้งชนิดอื่นลงไปมากนัก โดยทั่วไปโซบะจะเสิร์ฟพร้อมวาซาบิ (wasabi) หอมหัวใหญ่ฝาน น้ำจิ้มทำจากมิริน (mirin- สาเกหวาน) และคัตสึโอะบูชิ (เกล็ดปลาแห้ง) โซบะแบบนี้หากเสิร์ฟแบบเย็นบนซารุหรือถาดไม้ไผ่ จะเรียกว่า

ซารุโซบะ (zarusoba) ซึ่งเป็นอาหารยอดนิยมในหน้าร้อน



ภาพที่ 2.25 เส้นโซบะ

ที่มา : www.ilovetogo.com, 2557 : ออนไลน์

อุด้ง : เป็นอาหารยอดนิยมในหน้าหนาว อุด้งทำจากข้าวสาลี และมีเส้นหนาถึงหนามาก โดยจะเสิร์ฟพร้อมน้ำซุปซอสถั่วเหลืองร้อนๆ หอมหัวใหญ่ฝาน ผักชนิดต่างๆและไข่ อุด้งจะต่างจากโซบะและราเม็งเวลารับประทานตรงที่ ไม่ต้องจุ่มเส้นในน้ำซุวก่อนรับประทาน เส้นอุด้งจะมีขนาดเส้นที่ใหญ่และเหนียวนุ่ม จึงให้ความอบอุ่นเป็นอย่างดีในหน้าหนาว



ภาพที่ 2.26 เส้นอุด้ง

ที่มา : Marugame Seiman, 2557 : ออนไลน์

โซเม็ง : เป็นบะหมี่นิยมนทานในหน้าร้อนเช่นกัน เส้นของโซเม็งทำจากข้าวสาลี (sobako-ข้าวสาลี) ดังนั้นเส้นจึงมีสีขาวนวลและเส้นจะบางกว่าโซบะ เส้นโซเม็งจะนุ่มสามารถดัดแปลงทำอาหารได้หลายอย่าง โซเม็งสามารถเสิร์ฟแบบโงะโมะคุ (gomoku- ห้ารส) โดยโรยไข่เจียวซอย เส้น ไก่ และผักต่างๆ หรือเสิร์ฟแบบโงะมะดาระ (gomadare) ที่มีมะเขือยาว ปลา และชิโสะ (shiso) เป็นเครื่องเคียง เสิร์ฟแบบเย็นก็มี เรียกว่า ฮิยะชิ-hiyashi ที่ใส่แต่ซอสถั่วเหลืองผสมน้ำมันงา โซเม็งเป็นอาหารเบาๆที่ช่วยทำให้สดชื่นในหน้าร้อน



ภาพที่ 2.27 เส้นโซเม็ง

ที่มา : amngle.org, 2557 : ออนไลน์

วิธีการกินบะหมี่ญี่ปุ่นให้อร่อย จะใช้ตะเกียบคีบและกลืนลงคอด้วยเสียงอันดังตามแบบญี่ปุ่น บางคนอาจจะเงินที่กินเสียงดัง ชู้ดชาด แต่ที่นี้ถือเป็นการยากที่ยอมรับกันทั่วไป ให้เกียรติแก่คนที่ทำบะหมี่อร่อยๆให้ทาน ผู้เชี่ยวชาญ(การกิน) กล่าวว่าเสียงยิ่งดัง ยิ่งอร่อย

ซูชิและซาซิมิ : เป็นการผสมผสานของรสชาติและหน้าตาอาหาร อาหารทั้งสองชนิดเป็นอาหารทะเลดิบที่คนญี่ปุ่นโปรดปราน และตอนนี้ก็น่าจะเป็นอาหารยอดนิยมในเมืองไทยด้วย ซูชิที่ต้องใช้ส่วนผสมคุณภาพดี ข้าวก็ต้องผ่านการอบและออกรสเปรี้ยวพอดี ส่วนเครื่องโรยหน้าก็ต้องสด คนที่ชอบปลาดิบและอาหารทะเลสดๆ ทานลูกั้วบวซา ถ้าไปที่ญี่ปุ่นแล้วยังไม่คุ้นกับเมนูไม่รู้จะทานอะไรดี ลองไปนั่งที่ไคเต็นซูชิยะ (kaitensushi-ya) ซึ่งเป็นร้านที่เป็นเคาน์เตอร์ มีจานซูชิหน้าต่างๆไหลไปตามสายพาน ชอบใจอันไหนก็หยิบมาได้เลย แถมราคาไม่แพงอีกด้วย

นาเบโมโนะ : เป็นอาหารประเภทหม้ออุ่นร้อนๆ ญี่ปุ่นมีอาหารจานร้อน (นาเบะเรียวริ-nabe-ryori) ให้ลิ้มลองทุกพื้นที่ นาเบะโมโนะเป็นอาหารของฤดูหนาวที่ขึ้นชื่อ นอกจากนี้ยังมี อิชิคารินาเบะ ที่ใส่ปลาแซลมอน หัวหอม ผักกาดขาว เต้าหู้ คอนยัค(หัวบุก) และซุนจิโก(ใบตั้งโอ้), โฮโต (hoto) ที่ใส่อดัง ไคกง(หัวไชเท้า) นินจิน(แครอท) โกะโบ หัวหอม ผักกาดขาว และไก่ และชิรินาเบะ ที่ใส่เนื้อปลาปักเป้าขาว ผักกาดขาว เห็ด เต้าหู้และเส้นหมี่ขาวส่วนอาหารจานด่วนแบบโตเกียวคือ โอเด็งนาเบะ ซึ่งใส่มันฝรั่ง เต้าหู้ บุก ไข่ต้ม ปลาหมึก แครอท หัวไชเท้า สาหร่ายทะเล และอื่นๆตามสูตร โอเด็งเป็นอาหารที่หาซื้อได้ง่าย มีขายตามร้านสะดวกซื้อ และให้ความอบอุ่นเป็นอย่างดีในหน้าหนาว



ภาพที่ 2.28 นาเบะเรียวริ

ที่มา : www.marumura.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 2.29 โอเค็งนาเบะ

ที่มา : www.gnavi.co.jp, 2557 : ออนไลน์

สึเกโมโนะ : ก็คือผักดองแบบญี่ปุ่น (tsukemono) อาหารญี่ปุ่นทุกมื้อจะเสิร์ฟพร้อมสึเกโมโนะ ซึ่งเป็นเครื่องเคียงเสริมหน้าตาและรสชาติให้อาหารน่ารับประทานมากขึ้น นอกจากนี้ผักดองยังช่วยล้างปาก ล้างควาเพื่อลิ้มลองอาหารชนิดใหม่ เช่น ถ้าทานปลาดิบ แล้วตามด้วยผักดอง จะช่วยล้างความคาวออกจากปาก เพื่อหันไปลองเมนูปรุงสุกๆ ที่ชิมความหวานของกุ้งได้เต็มปากเต็มคำ ส่วนผสมของผักดองจะต่างไปตามฤดูกาลและมีความหลากหลาย ที่นิยมทานกันทั่วไป คือ ผักกาดขาว ไข่ หัวผักกาด คิวริ (แตงกวาญี่ปุ่น) แสกเบอร์รี่ หัวไชเท้า ขิง นะสุ (มะเขือยาวญี่ปุ่น)

เบนโตะ : เนื่องจากความรีบเร่ง จึงเกิดอาหารจานด่วนที่จัดลงในกล่องสวยงาม อาหารกล่องอย่างเบนโตะราคาไม่แพง ซื้อหาสะดวกได้ตามร้านสะดวกซื้อ เบนโตะถึงแม้จะเป็นอาหารราคาประหยัด แต่ก็จัดเรียงอย่างสวยงาม ในกล่องที่มีช่องเล็กช่องน้อยเพื่อวางอาหารและเครื่องเคียงสังเกตว่าร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทย เบนโตะก็เป็นเมนูที่ได้รับความนิยมจากผู้ชื่นชอบอาหารญี่ปุ่น เพราะมีอาหารหลายอย่างบรรจุลงในกล่อง เรียกได้ว่าชิมอย่างละนิดละหน่อยแต่หลากหลาย



ภาพที่ 2.30 เบ็นโด้

ที่มา : www.ono-restaurant.nl, 2557 : ออนไลน์

รู้จักอาหารญี่ปุ่น

ปัจจุบัน อาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมเป็นอย่างดี ดังนั้นขอแนะนำ อาหารญี่ปุ่น เพื่อให้เกิดรสชาติที่ดี ในการสั่งอาหารญี่ปุ่นมารับประทาน

- คูชิ-อาหงะ ของทะเลและผักต่างๆ นามาเสียบไม้ คลุกแป้ง ไข่ และขนมปังป่น ทอดให้สุก
- อิ-งาจิ ขนมกรอบที่ทำจากข้าวต่างๆ น้ำตาล และกลูโคส มักทำไส้พิมพ์ ออกมาเป็นรูปต่างๆ
- มัทจะ เกียวคุโระ ชาคุณภาพดีที่สุดของญี่ปุ่น ดื่มกันในโอกาสพิเศษ
- คาวาริจะ ชาชนิดพิเศษ ใช้ดื่มโอกาสพิเศษ
- นามา-งาจิ ขนมหวาน ทำจากข้าวเหนียว แป้งสาเก วุ้น และถั่วบด ผสมน้ำตาล เสิร์ฟกับน้ำชา
- เซอิจู เหล้าที่ได้จากการหมักข้าว ลูกแป้ง และน้ำ รสหวาน นิยมดื่มอุ่นๆ
- เซนจะ ชาใบอ่อนที่มีรส และกลิ่นที่อ่อนละมุน
- โชจู เหล้าทำจากหลายอย่าง ดื่มได้ทั้งใส่น้ำแข็ง หรือดื่มเปล่าๆ หรือ อุ่นให้ร้อน โดยทั่วไปนิยมผสมน้ำร้อน หรือใช้เป็นเครื่องดื่มค็อกเทล
- กาจิทซุคุ เหล้าผลไม้ที่มีรส และกลิ่นชวนดื่ม
- โอยาโอะ-ดัง ไก่ต้มกับหอมหัวใหญ่ ตีไข่ใส่ลงไป 1 ฟอง เมื่อไข่สุกนำมาราดบนข้าวในชามกระเบื้องที่มีฝาปิด
- ทามาโอะ-ดัง คล้ายๆ กับ โอยาโอะ-ดัง แต่ไม่มีเนื้อไก่
- อม-ไรลี ข้าวไข่เจียว

- ชิคิน-ไรลี ข้าวผัดใส่ไก่
- อม-ไรลี และชิคิน-ไรลี ข้าวผัดใส่ไข่ และซอสมะเขือเทศ นำมาห่อในไข่เจียวแผ่นบางๆ แต่งหน้าด้วยซอสมะเขือเทศ 1-2 หยด
- โอคาหุ ข้าวต้มที่เกี่ยวจนเปียก ใส่ไข่ปรุงรส ด้วยเกลือ เสิร์ฟกับบ๊วยดอง
- โซซุซ ข้าวต้มใส่ปู ผัก และอื่นๆ อาทิ ไข่ แครอท เห็ดหอม ไก่ และหัวไชเท้า
- ฮาซาชิ-ไรลี เนื้อวัวหั่นบาง กับหอมหัวใหญ่ ผัดกับเนยปรุงรสด้วยซอสมะเขือเทศ ซีอิ้ว และเครื่องชูรสอื่นๆ ใส่แป้งให้เหนียว นำมาราดบนข้าว แล้วเสิร์ฟ
- สยามูจิ และโซเมง เหมือนอุด้ง แต่เส้นบางกว่า นำมาต้มจนเส้นนิ่ม ใส่น้ำเย็นผึ่งให้ สะเด็ดน้ำ รับประทานกับน้ำซุสเย็น
- โนริมากิ เป็นชื่อเรียก ข้าวห่อสาหร่าย
- เทะมากิ เป็นชื่อเรียก สาหร่ายกรวย
- กุนกันมากิ ซูชิที่มีสาหร่ายพันรอบข้าว

2.8 บทความเรื่อง ความลับทำไมคนญี่ปุ่นถึงอายุยืนที่สุดในโลก

หลายคนคงทราบกันคืออยู่แล้วว่า "ประเทศญี่ปุ่น" เป็นชาติที่มีอายุขัยยืนยาวมากที่สุดในโลก ซึ่งนี่ถือเป็นการครองแชมป์มากกว่า 20 ปี แล้ว โดยมีอายุเฉลี่ยเกิน 100 ปี มากกว่า 20,000 คนเลยทีเดียว และเมื่อแยกย่อยลงไป ในรายละเอียดต่าง ๆ จะพบว่าสุขภาพร่างกายของคนญี่ปุ่นมีคอเลสเตอรอลต่ำ ไม่ค่อยเป็นโรคอ้วนกับโรคหัวใจ

นี่เองที่ทำให้ใครต่อใครต่างอยากรู้เคล็ดลับว่าทำไม "คนญี่ปุ่นถึงมีสุขภาพที่ดีได้" กระทั่งผู้เชี่ยวชาญเรื่องอาหารญี่ปุ่นชาวอังกฤษคนหนึ่ง ได้ทำสำรวจเกี่ยวกับอายุขัยในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อเทียบวิเคราะห์ถึงเหตุผล และปัจจัยอันเกี่ยวกับอายุขัยที่ยืนยาวของคนญี่ปุ่นว่า"

เพราะอะไรคนญี่ปุ่นถึงมีคอเลสเตอรอลต่ำ?

เพราะอะไรคนญี่ปุ่นถึงมีอัตราการตายจากโรคหัวใจต่ำ?

และเพราะอะไรสุขภาพของคนญี่ปุ่นถึงเป็นแบบนี้ได้?

กระทั่งพบ "ความลับ" ว่า "อาหารญี่ปุ่น" คือ ตัวช่วยเสริมสุขภาพคนญี่ปุ่นให้ไม่มีปัญหาจากโรคร้ายที่กล่าวนมาได้ทั้งหมด อาหารที่ว่า เช่น ปลาดิบ-ซูชิ มิโซะ-เต้าหู้-สาหร่ายคอมบุ (จากน้ำอู่น) สาหร่ายโนริ (จากน้ำเย็น) เป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นอาหารที่มีคอเลสเตอรอลต่ำ ปราศจากไขมันอิ่มตัว มีไอโอดีนและแร่ธาตุสูงมาก อีกทั้งยังมีอนุมูลเล็ก ๆ ที่ช่วยเสริมสุขภาพให้ดี ช่วยให้ อาหารอร่อยยิ่งขึ้นด้วย

และเมื่อเจาะจงข้อมูลลงไปในพื้นที่ประเทศญี่ปุ่น ยังมีสิ่งที่น่าสนใจนั่นคือ พบว่า คนญี่ปุ่น

ที่อาศัยอยู่บนเกาะโอกินาวา อัตราการเสียชีวิตจากภาวะหัวใจวายเฉียบพลัน โรคมะเร็ง และโรคหัวใจ น้อยกว่าส่วนอื่นในพื้นที่ของประเทศญี่ปุ่นและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก

นั่นเพราะ ชาวโอกินาวา มีการบริโภคน้ำตาล 25% เกลือ 20% และรับประทานผักเป็น 3 เท่า รับประทานปลามากกว่าเป็น 2 เท่า โดยเฉพาะปลาทะเลน้ำลึก ซึ่งมีโอเมก้า 3 ที่สำคัญต่อโครงสร้างการทำงานของสมอง เสริมสร้างระบบประสาท ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอล และไตรเอซิลกลีเซอรอลในพลาสมา ควบคุมระดับไลโปโปรตีน และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงหน้าองค์ประกอบของเกล็ดเลือด ที่ช่วยลดความเสี่ยงของโรคทางเดินหายใจ โรคไขมันในเส้นเลือด และโรคหัวใจ ทั้งยังช่วยป้องกันโรคอัลไซเมอร์ โรคหัวใจ ที่ช่วยยับยั้งเซลล์มะเร็ง และโรคไขข้ออักเสบได้ด้วย

"อาหารทะเล" จึงเป็นเสมือนยาอายุวัฒนะ หรืออาหารวิเศษที่ช่วยป้องกันโรคร้ายต่าง ๆ ซึ่งทำให้ชาวโอกินาวา มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง

2.9 บทความเรื่อง สุขภาพดีด้วยอาหารญี่ปุ่น

ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีประชากรสุขภาพดีที่สุดในโลก คุณเคยสงสัยไหมว่าทำไม? หรือเป็นเพราะ อาหารญี่ปุ่นอย่างนั้นหรือ?

องค์การอนามัยโลก (WHO) ระบุว่า ผู้หญิงชาวญี่ปุ่นมีอายุยืนมากที่สุดและรักษาสุขภาพดีที่สุดในโลก นั่นเพราะหลายปีที่ผ่านมาพวกเขามักไม่ป่วยเป็นโรคร้ายแรง หรือต้องเข้าออกโรงพยาบาลบ่อยๆ เมื่อเปรียบ เทียบกับผู้หญิงในภูมิภาคอื่นพวกเขามีอัตราการเป็น มะเร็งเต้านม และโรคหัวใจต่ำ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนญี่ปุ่นมีอายุยืน อยู่ที่อาหาร การกินและรูปแบบการใช้ชีวิต จะสังเกตได้ว่าชาวญี่ปุ่น นิยมรับประทานปลา เต้าหู้ และผักเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะพวกผักใบเขียวที่ลวก แต่มีคุณค่าทางอาหารสูง อาหารญี่ปุ่นจะไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งมากมาย แต่จะนิยมรสชาติแท้ๆ ของวัตถุดิบ ทำให้คงประโยชน์ ของอาหารได้ดี โดยเฉพาะเต้าหู้ที่คนญี่ปุ่นนิยทาน จะ ช่วยลดไขมัน ส่งเสริมการทำงานของระบบประสาท ทำให้ความจำดีขึ้น และช่วยลดความเสี่ยงในการเป็นมะเร็ง เต้านมนอกจากนี้คนญี่ปุ่นชอบกินปลามากกว่าเนื้อ อื่นๆซึ่งข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ก็ยืนยันว่าปลาเป็น อาหารที่ให้โปรตีนและไม่มีผลข้างเคียงเหมือนเนื้อสัตว์ อื่นๆ ทั้งยังมีส่วนทำให้อายุยืนอีกด้วย แม้แต่เครื่องปรุง รสเผ็ดลิเจียวอย่างวาซาบิ ก็มีคุณประโยชน์ทางยาหลาย ประการ เช่นสามารถต่อต้านการติดเชื้อแบคทีเรีย บางชนิดและยังสามารถกำจัดพยาธิที่อาศัยอยู่ในปลา ได้ อีกด้วยและเมื่อไม่นานมานี้ยังมีการศึกษาพบว่า วาซาบิมีฤทธิ์ต่อต้านสารก่อมะเร็งเป็นผลดีต่อผิวหนัง และยังช่วยป้องกันเส้นเลือดอุดตันได้อีก

จากการบริโภคอาหารและรูปแบบการใช้ชีวิตของ คนญี่ปุ่น ทำให้ได้แง่คิดดีๆว่า หากเราบริโภคอาหาร และดื่มเครื่องดื่มที่ไม่ดีร่างกายของเราก็จะแย่ ไปด้วยไม่ช้าก็เร็ว แต่ถ้าหากเราดูแลตัวเอง ดีๆบริโภคแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ เรายัง จะมีความสุขและมีชีวิตที่ยืนยาว

คนญี่ปุ่นแนะนำว่าการควบคุมและรู้จักเลือก รับประทานอาหาร สามารถทำให้คุณมีสุขภาพดีได้ และต้องหลีกเลี่ยงอาหารที่ไม่เป็นประโยชน์ด้วย



ภาพที่ 2.31 ปลาแมคเคอเรล

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

การทานปลา ทำให้เรามีสุขภาพดีและให้ประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าเนื้อสัตว์ทั่วไปและอาหารญี่ปุ่นส่วนใหญ่ มักจะใช้ปลาเป็นส่วนประกอบ นักโภชนาการบอกว่า ในหนึ่งมื้ออาหารควรทานปลาประเภทที่มีไขมันมาก เช่น ปลาแซลมอน ปลาแมคเคอเรล และปลาทูน่าแบบที่สดๆ เพราะปลาที่มีไขมันมากจะให้โปรตีน วิตามิน และเกลือแร่ในปริมาณสูง โดยเฉพาะโอเมก้า-3 ที่บำรุงสมอง ป้องกันโรคหัวใจ ช่วยให้อวัยวะมีความต้านทานโรคสูง แต่ข้อควรระวังคือ ปลาที่มีไขมันสูงมักจะเก็บสารพิษ อย่างสารปรอท และสารไดออกซิน มากกว่าปลาที่มีไขมันต่ำ



ภาพที่ 2.32 ซูชิ

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

ซูชิ คือ ข้าวปั้นมีหน้า โดยที่ข้าวมีส่วนผสมของน้ำส้มสายชู และกินคู่กับปลา เนื้อ หรือ ของคาวชนิดต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่น ซูชิมักจะหมายถึงอาหารที่มีส่วนประกอบของ ซูชิเมะชิ (ข้าวที่ผสมน้ำส้มสายชู) และมีหน้าแบบต่างๆ เป็นหน้าที่นิยมได้แก่ ซูชิหน้าไข่ ซูชิหน้าปลาแซลมอน ซูชิหน้าปูอัด ซูชิหน้ากุ้ง เป็นต้น ประเภทของซูชิ ที่เรารู้จักกัน มี 5 ประเภท คือ นิจิริซูชิ (Nigiri Sushi) มากิซูชิ (Maki Sushi) จิราชิซูชิ (Chirashi Sushi) โอชิซูชิ (Oshi Sushi) และ อินะริซูชิ (inari Sushi)



ภาพที่ 2.33 สาหร่าย

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

สาหร่าย เป็นแหล่งของโปรตีนคล้ายเนื้อสัตว์ อาหารญี่ปุ่นมีเมนูอาหารที่ใช้สาหร่ายมากมาย ส่วนอาหารจีนก็เช่นเดียวกัน นอกจากปรุงอาหารแล้ว สมัยนี้ยังนิยมนำมาทำเป็นขนมปรุงรสด้วยซอสถั่วเหลือง น้ำตาล พริกไทย หรือเครื่องปรุงรสต่างๆ สาหร่ายเหล่านี้จะเป็นสายพันธุ์ Porphyra ชาวญี่ปุ่นเรียกว่า nori คือสาหร่ายสีแดง ส่วนอีกสายพันธุ์ คือ สายพันธุ์ Laminaria คือสาหร่ายสีน้ำตาล นอกจากนี้สาหร่ายยังมีไขมัน แป้ง และน้ำตาลน้อยมาก ซึ่งเหมาะกับผู้ที่ควบคุมน้ำหนัก หรือผู้ที่มิไขมันในเลือด และสาหร่ายยังให้พลังงานโดยรวมอยู่ระหว่าง 382-366 กิโลแคลอรีต่อสาหร่าย 100 กรัม



ภาพที่ 2.34 ซุปมิโซะ

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

มิ โชะ เป็นส่วนประกอบของอาหารหลากหลายชนิดในอาหารญี่ปุ่น ซึ่งได้มาจากการแปรรูปอย่างหนึ่งของถั่วเหลืองโดยใช้วิธีการหมัก มีคุณค่าทางโภชนาการและโปรตีนสูง มีรสชาติคล้ายสารสกัดจากเนื้อสัตว์ จึงใช้เป็นเครื่องปรุงอาหารสำหรับคนที่หลีกเลี่ยงเนื้อสัตว์เป็นอย่างดี เหมาะสำหรับคนทานเจ ชาวญี่ปุ่นมักนำมิโชะมาทำซุประเพราะมิโชะอุดมไปด้วยกรดอะมิโนที่ร่างกายต้องการถึง 17 ชนิด ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกายและไม่ก่อให้เกิดอันตรายแต่อย่างใด ซึ่งนอกจากจะทำให้อาหารได้รสชาติดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการเพิ่มโปรตีนในอาหารอีกด้วย



ภาพที่ 2.35 ซาเจียว

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

ซาเจียวเป็นเครื่องดื่มที่ชาวญี่ปุ่นมักนิยมดื่ม มีประโยชน์ต่อร่างกายมากเช่นกัน และอาจจะมากกว่าที่คุณคิด ซาเจียวได้รับการยกย่องว่าเป็นเครื่องดื่มที่มีสรรพคุณเป็นยาบำบัดมาช้านาน โดยเฉพาะคุณสมบัติที่โดดเด่นของซาเจียวก็คือการช่วยล้างพิษออกจากร่างกายได้ถึงระดับเซลล์เลยทีเดียว นอกจากนี้ ซาเจียวยังช่วยลดคอเลสเตอรอล LDL และเพิ่ม HDL ซึ่งเป็นไขมันที่ดี จึงช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคไขมันอุดตันหลอดเลือดได้ และยังเป็นผลดีต่อหัวใจและสมองเราด้วย



ภาพที่ 2.36 เต้าหู้

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

เต้าหู้ เป็นผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง ให้คุณค่าทางโภชนาการสูงโดยเฉพาะโปรตีนซึ่งมีมากกว่าเนื้อสัตว์บางชนิดถึง 2 เท่าในปริมาณที่เท่ากัน และยังมีราคาถูกอีกด้วย ถั่วเหลืองซึ่งนำมาผลิตเป็นเต้าหู้ยังมีเลซิธิน ซึ่งมีผลในการลดไขมันและช่วยส่งเสริมการทำงานของระบบประสาทที่เกี่ยวข้องกับความทรงจำ รวมทั้งฮอร์โมนจากพืชที่เรียกว่า ไฟโตเอสโตรเจน ที่มีการวิจัยพบว่ามีผลในการป้องกันมะเร็งและมีผลดีต่อผู้หญิงวัยทองคือช่วยชะลอภาวะหมดประจำเดือนและลดความเสี่ยงในการเป็นมะเร็งเต้านม



ภาพที่ 2.37 เห็ดหอม

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

เห็ดหอม คือ ส่วนประกอบพื้นฐานของการปรุงอาหารแบบญี่ปุ่น เห็ดหอมเป็นเห็ดที่มีรสชาติดี กลิ่นหอม และมีสรรพคุณในทางยาหลายประการ เช่น ช่วยลดไขมันในเลือดต่อต้านโรคภัยจากเชื้อไวรัสบางชนิด รักษาอาการหวัดได้ ป้องกันการเติบโตของเนื้อร้าย ด้านพิษณุ ป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจตีบ โรคมะเร็ง เห็ดหอมมีกรดอะมิโนชื่อ eritadenine ช่วยให้ไตย่อยคอเลสเตอรอลได้ดี มีสารเลนติแนน (Lentianan) ช่วยกระตุ้นการทำงานของเซลล์ในระบบภูมิคุ้มกันให้มีประสิทธิภาพ เพื่อต่อสู้กับเซลล์เนื้องอกต่างๆ เลนติแนนยังช่วยรักษาโรคไวรัสตับอักเสบบี (Hepatitis B) ได้ด้วย



ภาพที่ 2.38 โซบะ

ที่มา : campus.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

โชนะทำมาจากแป้งสาลี นำมาปรุงอาหารได้สะดวกและรวดเร็ว โดยทั่วไปจะเสิร์ฟพร้อมวซาบิ และสาหร่ายโนริ หากเสิร์ฟแบบเย็นบนถาดไม้ไผ่จะเรียกว่า ซารุโชนะ ซึ่งเป็นอาหารยอดนิยมในฤดูร้อน หากเสิร์ฟแบบร้อน จะมีโชนะหน้าต่างๆให้คุณได้เลือกรับประทาน เช่น เทมปุระโชนะ เป็นต้น โชนะเป็นแหล่งคาร์โบไฮเดรตที่ดีเยี่ยมพอๆ กับถั่วเขียว สเปกตตี้ มักกะโรนี และโรตีสี่ ซึ่งคุณสามารถรับประทานได้บ่อยๆ โดยไม่ต้องกังวลว่าจะอ้วน โชนะยังมีสารชนิดหนึ่งชื่อรูติน มีสรรพคุณช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรงและยืดหยุ่นดี ช่วยแก้ปัญหาความดันโลหิตสูงได้

2.10 10ประเด็นที่เอื้อให้ธุรกิจอาหารญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในประเทศไทย

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าอาหารต่างประเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทยคือ “อาหารญี่ปุ่น” ซึ่งอยู่ในเมืองไทยมากกว่า 30 ปี ครอบคลุมทุกระดับตั้งแต่ห้างหรูจนถึงซูชิข้างถนน โดยมีอัตราการเติบโตของตลาดอย่างต่อเนื่องปีละ 15% ซึ่งปัจจัยที่เอื้อให้ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นประสบความสำเร็จมีดังต่อไปนี้

- 1.คนไทยเชื่อว่าอาหารญี่ปุ่นคือ “Health Food” แม้ยังไม่สามารถสรุปได้อย่างแน่ชัด แต่จากข้อมูลที่เราทราบกันดีว่าคนญี่ปุ่นนั้นมีอายุเฉลี่ยยืนยาวกว่าคนในหลายร้อยประเทศ
- 2.ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคถูกวัฒนธรรม ญี่ปุ่นนั้นเข้ามาแทรกซึมวัฒนธรรมของเราอย่างไม่รู้ตัว ผ่านทางสินค้า IT, การ์ตูน,ละคร ทำให้คนไทยนั้นเกิดความรู้สึกผูกพันในความเป็นญี่ปุ่นและพร้อมจะทานอาหารญี่ปุ่นได้ไม่ยาก
- 3.ราคาถูกลง ด้วยการแข่งขันที่ดุเดือดขึ้น ทำให้ราคาของอาหารญี่ปุ่นนั้นมีราคาถูกลง จากแต่เดิมนั้นเมนูอาหารญี่ปุ่นจะมีราคาที่สูงมาก
- 4.Perception คนไทยมีความรู้สึกว่าการเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นตัวช่วยสะท้อนถึงการเป็นคนที่มีรสนิยม และบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมของผู้ใช้บริการ
- 5.ทุกร้านมีเมนูหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมคนไทยที่ชื่นชอบทานข้าวและการมีกับข้าวหลายจานในเวลาเดียวกัน
- 6.การโฆษณา Big Brand ในตลาดต่างทุ่มงบโฆษณาผ่านสื่อระดับ Mass พร้อมกับการกระจายสาขาอย่างรวดเร็วเพื่อกระตุ้นตลาด รวมไปถึงการสร้าง Category Killer รูปแบบการทานอาหารญี่ปุ่นที่มีความเฉพาะทางมากขึ้น
- 7.ทำเลที่ตั้งร้าน การขยายตัวของห้างสรรพสินค้าที่ตามพฤติกรรมชอบเดินห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค เอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก เพราะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น

8.รัฐบาล รัฐบาลญี่ปุ่นนอกจากจะช่วยเหลือลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบแล้ว ยังอำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทต่างๆ ในเรื่องการซื้อแฟรนไชส์ร้านอาหารญี่ปุ่นไปยังประเทศต่างๆ

9.การพัฒนาเมนูอาหาร ทีม R&D ของบรรดาเหล่า Big Player ต่างคิดเมนูใหม่ๆ ที่ไม่ใช่เมนูดั้งเดิมที่มีขายในประเทศญี่ปุ่น ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้สีกเบื่อและอยากทดลองทาน

10.ลูกค้ากลุ่มใหม่มากขึ้น จากราคาของอาหารญี่ปุ่นที่ลดลง ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงของกลุ่มที่มีรายได้น้อยลงมามีโอกาสในการเข้าถึงมากขึ้น

2.11 ข้อมูลร้านอาหารญี่ปุ่น(สัญชาติไทย)และ(สัญชาติญี่ปุ่น) ในประเทศไทย

ร้านอาหารญี่ปุ่น (สัญชาติไทย) ในประเทศไทย

1.ร้านอาหารญี่ปุ่น ฟุจิ (FUJI Japanese Restaurant)



ภาพที่ 2.39 FUJI Japanese Restaurant's Logo

ที่มา : www.fuji.co.th, 2557 : ออนไลน์

จากรากฐานอันมั่นคง ธุรกิจของฟูจิกิ๊ปได้รับการพัฒนาจนเติบโตใหญ่เรื่อยมา เราไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จทั้งในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นเพียงเท่านั้น หากเรายังมีธุรกิจอื่นๆ อันเป็นบริษัทย่อยต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อร่วมพัฒนาธุรกิจดั้งเดิมให้ดีและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บริษัทย่อยของเราแบ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มภายใต้แบรนด์ Fuji, บริษัทรับบริหารเกี่ยวกับงานระบบไอที, บริษัทรับตกแต่งภายในรวมถึงบริษัทรับวางแผนโฆษณาและการตลาด

เอกลักษณ์เฉพาะตัวของบริษัทย่อยทั้งหลายเหล่านี้ ช่วยให้เรา มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

“Because we believe that, the road to success is much easier with a good companion.”

Kenji Tanaka,
Chairman of Fuji Group

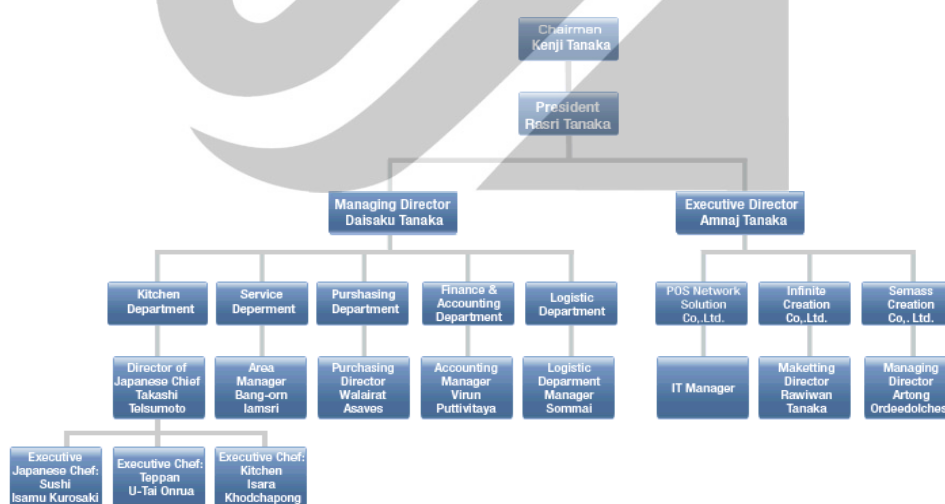
ภาพที่ 2.40 ภาพข้อความวิสัยทัศน์ของ Kenji Tanaka

ที่มา : www.fuji.co.th, 2557 : ออนไลน์

Vision

เราเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการร้านอาหารที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก เราตั้งราคามาตรฐานไว้เพื่อให้เข้ากับวิถีการใช้ชีวิตของลูกค้าผู้ทันสมัย นอกจากจะมีรายการอาหารที่หลากหลายแล้ว เรายังเน้นเรื่องของการจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้แน่ใจว่าระบบการเงินหมุนเวียนของบริษัทนั้นเป็นไปอย่างราบรื่นเสมอ นโยบายของฟูจิ กรุ๊ปคือ ไม่กู้เงินจากธนาคารเพื่อมาใช้ในการลงทุน เราเลือกใช้วิธีคือขยายกิจการอย่างต่อเนื่อง หากเป็นไปอย่างมั่นคง

Organization Chart of Fuji Group

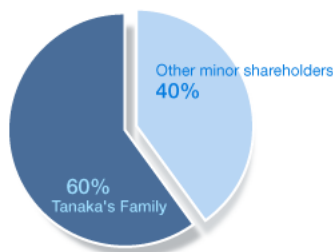


ภาพที่ 2.41 ภาพOrganization Chart of Fuji Group

ที่มา : www.fuji.co.th, 2557 : ออนไลน์

Top Power

ถึงแม้ว่าฟูจิกรุ๊ปดำเนินการด้านร้านอาหารเป็นธุรกิจหลัก แต่เรายังมีหน่วยธุรกิจย่อยเพื่อให้การดำเนินการทั้งหมดนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด



ภาพที่ 2.42 ภาพแสดงสัดส่วนการดำเนินธุรกิจของFuji

ที่มา : www.fuji.co.th, 2557 : ออนไลน์

Top Ideas

ที่ฟูจิกรุ๊ป เรามีความพยายามอย่างไม่หยุดนิ่งที่จะสร้างนิสัยการบริโภคที่ดีให้กับลูกค้าทั้งในเมืองไทยและต่างประเทศ เพราะฉะนั้นเราจึงพยายามสรรหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อตกย้ำในส่วนนี้

Top Quality

ระบบการจัดซื้อของเรานั้นเน้นที่คุณภาพและประสิทธิภาพในการบริหารค่าใช้จ่ายผ่านการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพควบคู่กับประสิทธิภาพจริงถึงสามทศวรรษในการบริหารธุรกิจร้านอาหาร เราสามารถจัดหาวัตถุดิบคุณภาพดีในราคาถูกที่สุดจากแหล่งที่เราพอใจ มีการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าเพียงหนึ่งวัน เพื่อให้แน่ใจว่าเราจะได้สิ่งที่สดใหม่ เนื่องจากอาหารดิบนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของร้านเรา นอกจากนี้เรายังคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพสูงจากทั่วโลกเพื่อให้ได้มาซึ่งรสชาติอันยอดเยี่ยมและมีความปลอดภัยสูงในการบริโภค

ทั้งนี้การควบคุมคุณภาพคือหลักในการจัดการระบบของเราซึ่งเริ่มตั้งแต่การสั่งซื้อไปจนถึงการปรุงรส เรามีการกวดขันที่เข้มงวดเพื่อการันตีถึงความสดใหม่และความสะอาดของอาหาร ที่สำคัญคืออาหารจะต้องมีมาตรฐานรสชาติเหมือนเดิมทุกวันและเหมือนกันทุกสาขา

ดังนั้นเราจึงมีระบบจัดส่งที่เริ่มต้นจากโกดังใหญ่เพื่อส่งวัตถุดิบไปยังร้านอาหารในเครือทุกสาขาอย่างพอดีซึ่งระบบนี้ทำให้เราสามารถรักษาคุณภาพของอาหารอย่างคงที่ อีกทั้งยังสามารถประหยัดต้นทุนค่าขนส่งได้ดีอีกด้วย โดยวัตถุดิบเหล่านี้จะถูกนำส่งไปยังสาขาร้านอาหารในกรุงเทพทุกวัน และนอกกรุงเทพสองครั้งต่อสัปดาห์

Warehousing

โกดังของเราแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.พื้นที่ทั่วไป สำหรับเก็บของแห้งเช่น เครื่องปรุงต่างๆ ขวดเครื่องดื่ม รวมไปถึงตู้เก็บวัตถุดิบทั่วไป และเครื่องครัว

2.Chill Room ห้องควบคุมอุณหภูมิ เพื่อคงความสดใหม่และสภาพดั้งเดิมของวัตถุดิบให้คงอยู่อย่างสมบูรณ์

3.Freezer สำหรับเก็บเนื้อต่างๆ

Accounting

ส่วนระบบบัญชีของเรานั้นได้มาตรฐาน Thai accounting standard ระบบการเงินและการบัญชีของเราถูกตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบที่มีใบอนุญาต ใบเสร็จทุกใบจากร้านอาหารทุกสาขาจะถูกจัดส่งไปยังฝ่ายตรวจสอบภายในเพื่อป้องกันความผิดพลาดและเข้าใจผิดก่อนจะถูกส่งต่อไปยังฝ่ายบัญชีเพื่อทำการจัดเก็บ วิธีนี้จะช่วยแจกแจงข้อมูลทางการเงินและจัดเตรียมแถลงการณ์ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

Training

Fuji Group Training Center ตั้งอยู่บนตึกสามชั้น ในบริเวณใกล้เคียงกับโกดัง เรามีการฝึกอบรม 2 ส่วนด้วยกันคือ

1.ฝ่ายฝึกอบรมด้านบริการให้แก่ให้แก่พนักงาน

บริเวณนี้จะประกอบไปด้วยห้องสัมมนาขนาดใหญ่ที่สามารถจุคนได้มากถึง 500 คน ที่ฟูจิกรุ๊ป การบริการคือหัวใจหลักของเรา เพราะฉะนั้นพนักงานแต่ละคนจึงถูกฝึกมาอย่างดีเพื่อให้บริการอันยอดเยี่ยมแก่ลูกค้า พวกเขาได้รับการฝึกฝนในการสร้างให้มีบุคลิกภาพที่แจ่มใสและมีพฤติกรรมที่เหมาะสม รวมไปถึงความสามารถในการรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้หลักสูตรการอบรมทั้งทางด้านทฤษฎีและปฏิบัติของเรานั้นถูกคิดค้นและดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ

2.ฝ่ายฝึกอบรมพ่อครัว

พ่อครัวของเราเข้าคอร์สฝึกอบรมในห้องฝึกอบรมที่จำลองมาจากห้องครัวในร้านอาหารฟูจิ เรามีจอพลาสมาขนาดใหญ่ถึง 4 จอเพื่อใช้เป็นสื่อการสอน โดยผู้สอนคืออาจารย์ผู้เชี่ยวชาญจากประเทศญี่ปุ่นที่มีประสบการณ์ด้านการทำอาหารมากกว่า 30 ปี นอกจากนี้เรายังมีหัวหน้าพ่อครัวที่คอยประจำตามสาขาต่างๆ อีกด้วย ห้องนี้สามารถจุคนได้ถึง 100 คนในการอบรมหนึ่งครั้ง

ที่ร้านอาหารฟูจิ เรามีนโยบายในการจัดสรรพ่อครัวตามจำนวนที่เหมาะสม เราคัดเลือกพ่อครัวที่ฉลาด มีความรับผิดชอบ ซึ่งนอกจากจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพแล้วยังมีมารยาทที่ดี พวกเขา

ถูกฝึกให้รู้จักการทำงานเป็นทีมร่วมกับเพื่อนผู้ฝึกอบรมด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์รสชาติอาหารตามมาตรฐานที่เราได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ เรายังมั่นใจว่าพวกเขาจะสามารถรับผิดชอบระบบการจัดการในห้องครัวทั้งหมดได้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้อุปกรณ์ต่างๆอย่างชำนาญตลอดทั้งการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ รวมไปถึงเทคนิคการทำอาหารและการตกแต่งอาหาร

คอร์สอบรมพ่อกครัวนี้แบ่งหมวดออกเป็น 3 หมวดขึ้นอยู่กับหน้าที่ของแต่ละคนได้แก่

1.ฝ่าย Hot Kitchen แบ่งเป็น 5 ส่วนคือ

Agemono: ส่วนสำหรับอาหารจำพวกของทอด

Nimoni : ส่วนสำหรับอาหารนั่ง ต้ม อาหารร้อนรวมไปถึงซูปและซอสต่างๆ

Yakimono : ส่วนสำหรับอาหารปิ้งย่าง

Tempura : ส่วนสำหรับอาหารจำพวกทอดชุบแป้ง

Bento & Salad: ดูแลในส่วนของสลัดและเบนโตะเซ็ท

2.Sushi Kitchen ครัวนี้จะดูแลในส่วนของการเตรียมซูชิ ซาซิมิและมาคิตต่างๆ เราจะใช้พ่อครัวที่ถนัดขวาเท่านั้น

3.Teppan Kitchen ส่วนนี้ดูแลเรื่องการเตรียมอาหารประเภทสเต็กและอาหารจานหลัก จำพวกเนื้อทั้งหลายและอาหารทั้งหมดจะปรุงบน Teppan Pan เท่านั้น

Research and Development (R&D)

ในส่วนของบริษัทนี้นั้น เราแบ่งหน้าที่รับผิดชอบออกเป็นสองส่วน คือส่วนธุรกิจร้านอาหารและส่วนของเครื่องดื่ม

1.ธุรกิจร้านอาหาร

เรามีการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษามาตรฐานของรสชาติ ความสดใหม่ ความสะอาดและการบริการ เพื่อที่จะทำให้เราสามารถสร้างจุดแข็งและเล็งเห็นถึงจุดอ่อนขององค์กรเพื่อการพัฒนาต่อไปในอนาคต

เรามีพ่อครัวผู้มีประสบการณ์ที่จะสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ เพื่อให้เข้ากับลูกค้าคนไทย ในขณะเดียวกันก็ขึ้นหัดในรสชาติดั้งเดิมแบบญี่ปุ่น ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์เทรนด์ใหม่ของอาหารที่เป็นการผสมผสานอย่างลงตัวระหว่างความเป็นไทยและความเป็นญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

ทุกๆ หนึ่งปีครั้ง ร้านอาหารฟูจิจะเปลี่ยนแปลงรายการอาหารประมาณ 20% ของเมนูทั้งหมด ขณะที่รายการอาหาร 50% ของเมนูหลักจะถูกเปลี่ยนทุก 3 ปี เพื่อที่จะทำให้เกิดความหลากหลายและมีการอัปเดตในสิ่งที่ลูกค้าต้องการอยู่เสมอ

2.เครื่องดื่มและเครื่องปรุง

แผนก R&D ของเรามีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่มีประสบการณ์มาก ซึ่งพวกเขาเหล่านั้นเป็น

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยผลิตอาหารคุณภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการไปจนถึงการควบคุมคุณภาพของรสชาติเครื่องดื่มและเครื่องปรุงต่างๆ

Top Flavor

Thailand

ด้วยสภาพสังคมกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปและทันสมัยขึ้น ทำให้คนไทยใช้เวลาในการทำอาหารน้อยลงกว่าเดิม แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าพวกเขาจะเลือกบริโภคแต่ฟาสต์ฟู้ดและอาหารสำเร็จรูป ดังนั้น เราจึงได้วางแผนโครงการในอนาคตเพื่อตอบสนองความต้องการนี้

Overseas

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตลาดเอเชีย เราพบว่าร้านอาหารญี่ปุ่นและผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นนั้นมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่ประชากรโลกเพิ่มขึ้นและช่วงระบบเศรษฐกิจเฟื่องฟู ดังนั้นเราจึงมีแผนการสร้างโอกาสทางธุรกิจจากจุดนั้นคือ

Fuji Japanese Restaurants

ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจินั้นประสบความสำเร็จอย่างสูงในประเทศไทย นั่นหมายความว่าธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในประเทศอื่นๆ เช่นกันจุดเด่นของเราคือคอนเซ็ปต์ที่เก๋ไก๋ การตกแต่งร้านที่ดูสบาย เป็นกันเองและที่สำคัญที่สุดคือรสชาติอาหารอันโอชะบนพื้นฐานราคาที่เหมาะสม ทั้งหมดนี้คือสิ่งที่ทำให้เรามั่นใจได้ว่าเราจะได้รับการตอบรับอย่างดีจากทั้งในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ในทวีปเอเชียเช่นกัน

Export of Products

ตอนที่ริเริ่มโครงการร้านอาหารฟูจินั้น สิ่งที่เราคำนึงถึงมากที่สุดคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมไปถึงเครื่องปรุงอย่างซอสญี่ปุ่น น้ำสลัดญี่ปุ่น รวมไปถึงน้ำชาเขียวแท้ทั้งแบบขวดและแบบซอง เราจึงนำเข้าวัตถุดิบและส่วนผสมทั้งหมดจากประเทศญี่ปุ่นโดยตรง

ปัจจุบัน เมื่อภัตตาคารฯ ได้ขยายสาขามากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อควบคุมคุณภาพและรสชาติอาหารให้ได้มาตรฐานเท่ากันทุกสาขา เครื่องปรุงที่ใช้ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นโซยุหรือซอสเทรียกิด่าง ๆ ทางภัตตาคารฯ จึงปรับมาใช้วัตถุดิบที่ผลิตในประเทศไทย ผ่านการแปรรูป ปรุงแต่งรสชาติและผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่น ณ โรงงานผลิตของแบรนด์ จากญี่ปุ่นที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย

เพราะฉะนั้นลูกค้าฟูจิจึงมั่นใจได้ว่าเมื่อเข้ามารับประทานอาหาร พวกเขาจะได้ลิ้มรสอาหารรสชาติเยี่ยมและมีคุณค่าทางโภชนาการในแบบญี่ปุ่นแท้ๆมาตรฐานเดียวกับร้านอาหารฟูจิในประเทศไทย ร้านอาหารญี่ปุ่นฟูจิสร้างรากฐานในตลาดร้านอาหารในประเทศไทยด้วยรสชาติอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม เมนูของเราถูกสร้างสรรค์โดยพ่อครัวผู้ชำนาญและมีความเชี่ยวชาญเรื่อง

อาหารญี่ปุ่น เราจึงได้รายการอาหารที่ความหลากหลายและน่าดึงดูดใจ ขณะเดียวกันก็ตั้งอยู่บนพื้นฐานราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าของผู้บริโภค

การตกแต่งภายในร้านนั้นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เราให้ความสำคัญ เราออกแบบร้านอาหารเพื่อให้ดูมีสไตล์และน่าดึงดูด เมื่อเข้ามาในร้านจะได้บรรยากาศกลิ่นอายความเป็นญี่ปุ่น โดยเราใช้ไม้ไผ่มาเป็นสัญลักษณ์ของร้าน

2 ร้านอาหารญี่ปุ่น เซน (ZEN Japanese Restaurant)



ร้านอาหารญี่ปุ่น ZEN น่าจะเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่โด่งดังติดอันดับ TOP 3 ของไทย และเป็นคู่แข่งโดยตรงของ FUJI ซึ่งเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นแบบไม่บุฟเฟต์ที่มีสาขาและมีฐานลูกค้ามากที่สุดของไทยในปัจจุบัน เวลาที่ทาน ZEN จึงมักจะนึกเอาไปเปรียบเทียบกับ FUJI ซึ่งมีเมนูที่คล้ายกันและมีราคาค่อนข้างใกล้เคียงกัน มีกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกันคือกลุ่มครอบครัว แถมนั่นสองร้านยังมีสาขาอยู่ในห้างพอๆ กันด้วย แต่เอาเข้าจริงลึกๆ แล้ว ZEN ก็มีจุดเด่นที่แตกต่างจากร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยร้านอื่นๆ อยู่พอสมควรเช่นกัน

ZEN เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่ถ้าจะให้พูดตามตรงน่าจะเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นประยุกต์ที่มีการจัดแต่งร้านสไตล์ญี่ปุ่น-อเมริกัน ต่างจากร้านอาหารญี่ปุ่นอื่นๆ ที่มักจะตกแต่งร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์โบราณเน้นบรรยากาศแบบคลาสสิก แต่ ZEN เลือกที่จะใช้โทนสีส้มและการจัดแต่งร้านสไตล์ทันสมัยผสมผสานกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นดั้งเดิม ทำให้บรรยากาศร้านดูสว่างสดใส โปร่งสบาย ในขณะที่อาหารก็มีให้เลือกเสิร์ฟตั้งแต่อาหารญี่ปุ่นสไตล์ดั้งเดิม ประเภทซูชิ ปลาดิบ ไปจนถึงอาหารว่าง อาหารจานเดียว และอาหารสไตล์ญี่ปุ่นประยุกต์ ซึ่ง ZEN มีความโดดเด่นในเรื่องความหลากหลายของเมนูอาหารที่มีให้เลือกอย่างมากมาย และมีระดับราคาที่แตกต่างกันตั้งแต่ราคาหลักสิบไปจนถึงหลักพัน แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับ 200-300 บาทขึ้นไป ซึ่งนี่คือความแตกต่างจาก

ZEN BUFFET ที่ชัดเจน เพราะแค่ปลาดิบแชล่ม่อนจานเดียว ราคาที่แพงกว่าสามร้อยแล้ว ซึ่งหากพูดตามตรงแล้ว เมนูส่วนใหญ่ของที่นี่ล้วนแต่แพงกว่า ZEN BUFFET (399 บาท รวมเครื่องดื่ม และไม่มีชาร์ต) ดังนั้นจะไปคาดหวังให้อาหารในไลน์ ZEN BUFFET มีคุณภาพดีเท่ากับ ZEN คงเป็นไปได้

อาหารในร้าน ZEN จะมีด้วยกันสองเล่มหลัก คืออาหารปรกติในเมนูเล่มหนา ซึ่งเป็นเมนูหลักที่มีการจัดแบ่งหน้าเมนูตามประเภทอาหารและชนิดปลาต่างๆ เช่น เมนูหน้าแชล่ม่อนก็จะมีแต่รายการอาหารที่ทำจากแชล่ม่อน หรือเมนูหน้าโอโทโร่(เนื้อส่วนใต้ท้องของปลาทูน่าครีบน้ำเงิน)ก็จะมีแต่อาหารที่ทำจากโอโทโร่ เป็นต้น ส่วนเมนูเล่มบางจะเป็นเมนูอาหารเซ็ท ซึ่งในเซ็ทจะประกอบด้วยอาหารจานหลัก ซุปมิโซะและกิมจิด้วยน้อยๆ ซึ่งส่วนใหญ่ถ้าไม่ยากทานอะไรที่มันพิเศษจริงๆ ก็มักจะสั่งในเซ็ทนี้ สะดวกและง่าย ส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกซูชิเซ็ทหน้าต่างๆ เป็นหลัก อาหารที่นี้จะเน้นแบบญี่ปุ่นประยุกต์ จึงมีวัตถุดิบที่แปลกและหลากหลายกว่าร้านซูชิสไตล์โอเค อาทิเช่น ปูอัดซึ่งจะเป็นตัวยืนพื้นในเมนูเซ็ทราคาถูกแทบจะทุก หรือโอวาโดที่เป็นวัตถุดิบยอดนิยมของซูชิตำรับอเมริกันที่ชาวตะวันตกชื่นชอบมาก ซึ่งซูชิของที่นี่ใช้วัตถุดิบที่ค่อนข้างมีคุณภาพ สัมกับราคา และมีการเก็บรายละเอียดงานค่อนข้างดี อาทิ การตกแต่งอาหารที่ดูประณีตและเอาใจใส่ ปลาดิบชิ้นหนาสะใจไม่มีเหนียว หรือการเอาใจใส่เรื่องเล็กน้อยอย่างการเสิร์ฟปลาดิบ (ซาซิมิ) ในชามน้ำแข็งเพื่อรักษาความสดใหม่ก็เหมาะกับประเทศเมืองร้อนแบบไทยแม้ว่าจะเสียดูแลความเย็นแต่ต้นตำรับไปบ้างก็ตามที

เมนูอาหารของที่นี่ จะมีการให้ข้อมูลของอาหารไว้ค่อนข้างละเอียด ว่าทำจากอะไรและมีสรรพคุณอย่างไร ซึ่งช่วยให้สามารถเลือกสั่งอาหารได้ง่ายขึ้น และสะดวกใจสำหรับคนที่ไม่คุ้นชินกับอาหารญี่ปุ่น อาทิญาติผู้ใหญ่ที่มีอายุที่ไม่คุ้นเคยกับชื่ออาหารที่เป็นภาษาญี่ปุ่นก็สามารถสั่งอาหารได้ อีกทั้งยังมีเมนูอื่นๆ ที่น่าสนใจอาทิพวกเมนูของทอด อย่าง กระต่ายร้อน รวมถึงเมนูข้าวหน้าต่างๆ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับคนที่ไม่ทานปลาดิบ โดยเฉพาะเด็กและผู้สูงอายุที่ระบบการย่อยอาจไม่ค่อยดี ZEN จึงเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เหมาะสมสำหรับการรับประทานอาหารญี่ปุ่นพร้อมหน้ากันทั้งครอบครัว แม้ว่าอาจจะไม่ได้ความรู้สึกแบบต้นตำรับมากนักแต่ก็ชดเชยด้วยความหลากหลายของเมนูอาหารที่มีมากเกินพอที่จะแวะเวียนมาทานได้เรื่อยๆ ไม่น่าเบื่อ...และที่สำคัญ ชาเขียวที่นี่ยังเป็นแบบฟรีฟิลล์ ในขณะที่ร้านคู่แข่ง เปลี่ยนไปใช้แบบขวด (ไมรีฟิลล์)กันหมดแล้ว

จุดเด่น : โปรมิชั่นส่วนลดบัตรเครดิตและสปอนเซอร์เยอะมาก มีชาเขียวฟรีฟิลล์ อาหารมีตั้งแต่ราคาปรกติยันโคตรแพง อาหารหลากหลายเหมาะที่จะทานกันทั้งครอบครัว

จุดด้อย : มีเซอร์วิสชาร์ต 10% บริการยังไม่ทันใจ ราคาอาหารส่วนใหญ่ถือว่าแพงพอสมควร

ราคาเฉลี่ยต่อหัว : 300 – 500 บาท

พิกัดอร่อย : ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป (โดยเฉพาะเครือเซ็นทรัล น่าจะมีเกือบทุกห้าง ยกเว้นสาขาที่มีขนาดเล็กหรือมีข้อจำกัดด้านพื้นที่) และบางสาขายังพ่วงแบบบุฟเฟต์ไว้ในร้านเดียวกันด้วย

3.ร้านอาหารญี่ปุ่น ยาโยอิ (Yayoi)



ตำนานร้านยาโยอิ

ยุคสมัยเมจิในญี่ปุ่น (ประมาณ 125 ปีที่แล้ว) เป็นช่วงที่ความเจริญของตะวันตกได้หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศญี่ปุ่น คุณทามิจิโรชิโออิ ได้กลับจากการศึกษาการเป็นเชฟจากฝรั่งเศส และได้ริเริ่มเปิดร้าน ‘ยาโยอิ’ สาขาแรกที่โตเกียวในบริเวณที่เรียกว่าคา야บาจิ สาขาแรกนี้เสิร์ฟเมนูตะวันตกเพียงชุดละ 1 เชนเท่านั้น ด้วยฝีมือปรุงอาหารซึ่งพิถีพิถันทำให้ร้าน ‘ยาโยอิ’ เป็นที่นิยมของชาวโตเกียวรวมทั้งนักเขียนชื่อดัง จุนอิชิโร ทานิกากิ และนายกรัฐมนตรี ในสมัยนั้นก็เป็นลูกค้าประจำ หลานชายของคุณทามิจิโร คือ คุณสุเอยุกิ ชิโออิได้ดำเนินกิจการของคุณปู่ในเวลาต่อมาจนปัจจุบันมีสาขากว่า 200 สาขาและจะเปิดครบ 500 สาขา ในอนาคตเมนูที่ขึ้นชื่อและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันจะผสมผสานความเป็นตะวันตกและตะวันออก เข้าด้วยกัน โดยยังคงรักษาความอร่อยของอาหารจากฝีมือที่เป็นเลิศเสมอมาจากร้าน ‘ยาโยอิ’ แล้ว คุณสุเอยุกิยังดำเนินธุรกิจเครือข่ายร้านอาหารข้าวกล้อง(เป็นโตะ) ทั่วประเทศญี่ปุ่นกว่า 2,400 สาขาซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และบริษัทได้จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศญี่ปุ่น ชาวญี่ปุ่นรู้จักกันดีในชื่อว่า ‘Hotto Motto’

ปณิธาน

ยาโยอิเป็นร้านอาหารจากประเทศญี่ปุ่น ที่เสิร์ฟอาหารจานร้อน และรสชาติได้ลิ้มรับด้วยราคาที่คุ้มค่าโดยมีหลากหลายของเมนูให้ทุกคนได้เลือกสรร ไม่ใช่เพียงเท่านั้นยาโยอิยังคัดสรร

วัตถุประสงค์คุณภาพดีเพื่อมาทำอาหาร และรับประกันในรสชาติ ที่อร่อยอร่อยของเราว่าจะโดนใจทุกคน ที่ได้แวะมาใช้บริการยาโยอิ

ข้อมูลร้านอาหารญี่ปุ่น (สัญชาติญี่ปุ่น) ในประเทศไทย

1.OOTOYA Japanese Home Cooking Restaurant



ภาพที่ 2.45 OOTOYA Japanese Home Cooking Restaurant's Logo

ที่มา : www.ootoya.co.th, 2557 : ออนไลน์

Profile

2547 มีนาคม	ได้ดำเนินการก่อตั้ง บริษัท โอโตยะ (ไทยแลนด์) จำกัด
2548 มกราคม	ได้ดำเนินการเปิดร้าน โอโตยะ โกดังโคโคโระ สาขาแรกที่ ทองหล่อ
2548 สิงหาคม	ได้ดำเนินการก่อตั้ง บริษัท เบทาโกร โอโตยะ จำกัด
2548 ธันวาคม	ได้ดำเนินการเปิดร้าน โอโตยะ คิซเซ่น สาขาแรกที่ สยามพารากอน ก่อน รวมทั้ง โอโตยะ เดลี่ ที่แรก ที่ สยามพารากอน เช่นกัน
2550 มกราคม	ได้ดำเนินการก่อตั้ง บริษัท เบทาโกร โอโตยะ (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่ง เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัท เบทาโกร อะโกรกรุ๊ปและ บริษัท โอโตยะ (ไทยแลนด์) จำกัด

Vision & Mission ปรัชญาของโอโตยะ

เรามุ่งมั่นที่จะส่งเสริม ให้ทุกคน มีสุขภาพจิต และ ร่างกายที่สมบูรณ์ แข็งแรงโดยผ่านการ
นำเสนอ อาหาร และ การบริการที่ดี เพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้า และเพื่อการพัฒนา มนุษยชาติ
ส่วนรวม

นโยบายหลัก

พวกเราจะบริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน อย่างจริงใจให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ

พวกเราจะบริการด้วยอาหารที่อร่อยรวดเร็วอย่างจริงใจในราคาที่เป็นธรรม ให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ

พวกเราจะทำจิตใจให้เบิกบาน และดูแลร้านให้สะอาดสดใสน่าอยู่เสมอ ให้ลูกค้าได้รับความประทับใจ

พวกเราจะเพียรพยายาม ถ่ายทอดสิ่งที่เป็นประโยชน์ ต่อสังคมและดูแลร้านให้มีคุณภาพดี อยู่เสมอ เพื่อสร้าง ความรัก ความประทับใจ และความสงบร่มเย็นในสังคม

คำขอบคุณ ขอบคุนเท่าไร ก็ไม่มีวันจบ

ร้านอาหารที่เหมือนร้านของเรา มีอยู่มากมาย แต่ลูกค้าก็เลือกที่จะมาร้านของเรา อุดมสำห้เดินทางมาจากที่ไกล ไกล การโค้งคำนับ เท่าไรก็ไม่พอ คำขอบคุณเท่าไรก็ไม่พอถือเป็นเรื่องที่ต้องขอบพระคุณยินดี ถือเป็นโอกาสที่หาได้ยากที่มีลูกค้าเหล่านี้ ให้การอุปการะคุณค่าจุน ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของเราดีขึ้นทุกวัน ทุกวัน ขอบคุนเท่าไร ก็ไม่มีวันจบ ARIGATOGOZAI MAS OKIAKUSAMA

Company History

โอโตะยะ... เริ่มเปิดร้านแรก ในปี ค.ศ. 1958 โดย Mr. Eiichi Mitsumori ในชื่อ “OOTOYA Shokudo” ที่ย่าน Ikebukuro, Tokyoซึ่งขายอาหาร ทุกเมนูในราคาเดียว คือ 50 เยน จึงกลายเป็นที่รู้จักกัน ในชื่อ “¥50 Shokudo” ซึ่งชื่อ “โอโตะยะ” มาจากชื่อ “สวนองุ่น” ของบิดา มร. มิตซุโมริ และ ยังมีความหมาย ในภาษาญี่ปุ่น ที่แปลว่า“ประตูใหญ่” จึงเปรียบเสมือนเป็น ประตูบานใหญ่ ที่เปิดต้อนรับ ลูกค้าทุกท่าน

หลังจากนั้น ในปี ค.ศ. 1979 ลูกชายคนโตของท่านประธาน Mr. Eiichi Mitsumori ซึ่ง เป็นประธาน ของ OOTOYA ในปัจจุบันชื่อ ท่านประธาน Mr. Hisami Mitsumori เป็นผู้สืบทอด รุ่นที่ 2 ท่านได้ ก่อตั้ง OOTOYA เป็น OOTOYA Corporation ขึ้น ในเดือน พฤษภาคมปี ค.ศ. 1983 แต่ยังคงเป็น ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เน้นความเป็น Home made style และมีคุณภาพที่ดี ในราคาที่เป็นธรรม

ปัจจุบันมีสาขาในประเทศญี่ปุ่นประมาณ 250 สาขาและได้ขยายสาขาในต่างประเทศ เริ่มจากประเทศไทย โดยเปิดสาขาแรกที่ J Avenue ทองหล่อ เดือน มกราคม 2548 และต่อมา ได้เปิดสาขาในประเทศไต้หวัน, ฮองกง, อินโดนีเซีย, และสิงคโปร์ ซึ่งในประเทศไทย ขณะนี้มีทั้งหมดรวม 29 สาขา

2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติภพ สงเคราะห์ (2555 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “Factors affecting consumers’ service using behavior at Japanese restaurants in Pathumthani Provinces” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยเข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นจำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ/ค่าเฉลี่ย/ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ Independent Samples t-test, /One-way ANOVA/(F-test) ทดสอบความแตกต่าง/และใช้/Chi-square/ในการหาความสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 24 – 29 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า อันดับหนึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกันและให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้ และด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

ศิริเพชร เตชาพลาเลิศ (2551 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “Factors Affecting Customer Decision Making toward Japanese Restaurant : Pathumthani province” เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาประชาชนที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้าในเขตจังหวัดปทุมธานีจำนวน 400 ตัวอย่าง และสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-Test และ F-Test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในการบริโภคคือ เลือกรับประทานสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์หรือโอกาสในการใช้บริการ เพราะต้องการรับประทานอาหารญี่ปุ่น สำหรับจำนวนผู้ที่มาใช้บริการร่วมกันในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 2 – 3 คน ซึ่งส่วนใหญ่จะรับประทานร่วมกันกับเพื่อน สำหรับความถี่ในการรับประทานมักจะไม่นั่งนอน หรือนาน ๆ ครั้ง ซึ่งจะนิยมมาใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 – 19.00 น. โดยใช้บริการต่อครั้งประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ประมาณ 200 – 499 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคพบว่า ภาพรวมมีความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการบริการ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแตกต่างกัน ยกเว้นด้านเพศ และสถานภาพการสมรส 2) พฤติกรรมในการบริโภคที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นแตกต่างกันในทุกปัจจัย แต่ด้านความถี่ในการรับประทาน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการบริการ

ชนสรณ์ โตกราน (2552 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “Consumer Behavior of Japanese Foods consumption in Amphur Muang, Chonburi province” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับ รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 398 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นสำรวจรายการ (Check-list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร สถิติที่ใช้คือ ไคร้-สแควร์ (Chi-square)

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้ระหว่าง 25,001-

35,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามชอบรับประทานอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิมากที่สุด ความถี่ในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นคือ นานๆ ครั้ง และจะรับประทานอาหารญี่ปุ่นเฉพาะวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ช่วงเวลาเย็น ใช้ระยะเวลาในการรับประทาน 1-2 ชั่วโมง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อคือ เพื่อน โดยจะไปร้านอาหารญี่ปุ่นตามศูนย์การค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นประมาณ 201-300 บาทต่อคนและผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักอาหารญี่ปุ่นจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

ผลจากการศึกษาในด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาด สดใหม่ของอาหาร 2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้าน และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ ด้านเพศ สถานภาพ และอาชีพ ต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ส่วน ด้านอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการในการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบการพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งจะทำให้การศึกษาจากบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับความรู้ ความเห็น ทรรศนคติและประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษา และ เริ่มต้นธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย แต่ได้มาตรฐานในระดับญี่ปุ่นอย่างแท้จริง

โดยจะใช้บทสัมภาษณ์ถึงข้อมูลส่วนบุคคลในเรื่องของข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญท่านนั้น ประสบการณ์ มุมมองความคิดเห็นต่างๆที่มีต่ออาหารญี่ปุ่น ความสนใจในอาหารญี่ปุ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยเพื่อคนไทยแต่มาตรฐานระดับญี่ปุ่น โดยการนำข้อมูลจากบทสัมภาษณ์นั้นมาสรุปและวิเคราะห์ให้เห็นข้อเท็จจริง

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sampling)

ประชากร (Population)

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร (Culinary Expert) ทั้งหมด 10 ท่าน สามารถแบ่งแต่ละท่านออกเป็นสาขาอาชีพได้ 4 ประเภทคือ ผู้มีความรู้ด้านอาหาร เชฟ ผู้ประกอบกิจการด้านอาหารญี่ปุ่น และพิธีกรรายการอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วย

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1.เชฟบุญธรรม ภาคโพธิ์ | 2.Chef Akihiko Iizaka และคุณศิริพร วงศ์ยังอยู่ |
| 3.คุณสันติ เสวตวิมล | 4.มล.ภาสันต์ สวัสดิวัตน์ |
| 5.อาจารย์ (เชฟ) จำนง นิรังสรรค์ | 6.คุณอนันต์โรจน์ ทังสุพานิช |
| 7.ดร.วิโรจน์ กุศลมนมัย | 8.คุณศันสนีย์ สิริวิจักษณ์ |
| 9.คุณชาคริต เข้มนาม | 10.เชฟบรรณ บริบูรณ์ |

วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling method)

เนื่องจากการสัมภาษณ์ที่นำข้อมูลมาจากผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทางด้านอาหารโดยตรง ผู้ที่ถูกคัดเลือกมาทั้งหมดทั้งสิ้น 10 ท่านนั้น จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญที่จะสามารถให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ มีความแม่นยำ ถูกต้อง และชัดเจนที่สุด ซึ่งผู้วิจัยจะเปลี่ยนคำเรียกกลุ่มคนเหล่านี้จาก “กลุ่มตัวอย่าง” เป็น “ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ”

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง ข้อคำถาม ในการสัมภาษณ์

2. ร่างข้อคำถาม นำเสนอกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข โดยแบ่งคำถามได้เป็น 2 ประเภท คือประเภทที่ถามผู้เชี่ยวชาญทั่วไป และประเภทที่ถามผู้เชี่ยวชาญ ด้านการทำอาหารญี่ปุ่นโดยตรง (เชฟ) โดยข้อคำถามจะถูกแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เชี่ยวชาญ เช่น ชื่อ อาชีพในปัจจุบัน ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับมุมมองต่อความสนใจในอาหารญี่ปุ่น ประเภทที่ชื่นชอบรสชาติที่ชื่นชอบ ร้านอาหาร บรรยากาศที่เห็นว่ามีควมน่าสนใจในสายตาผู้เชี่ยวชาญท่านนั้นๆ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปในอาหารญี่ปุ่น ความเป็นต้นตำหรับ วัฒนธรรมในการรับประทาน และความเชื่อต่างๆของอาหารญี่ปุ่น

ซึ่งการใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นบทสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าที่จะทำได้มาซึ่งคำตอบที่เปิดกว้างทางความคิด ทักษะคิด ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อที่ผู้วิจัยจะนำเอาข้อมูลที่ครบถ้วน เหล่านั้นมาวิเคราะห์ และสรุปผลในงานวิจัยนั่นเอง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ทำจดหมายขออนุญาตในการขอสัมภาษณ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ (ในบางท่าน)
2. การเข้าพื้นที่เพื่อขอสัมภาษณ์ โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการอธิบายให้ผู้ที่มีส่วนในพื้นที่นั้นๆ เข้าใจต่อเจตนารมณ์ในการศึกษา และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล
3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 จนถึงวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2557
4. นำข้อมูลการสัมภาษณ์ที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 10 ชุด ไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential statistics) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ มาประมาณค่า คิด ตีความ สิ่งที่ได้สังเกตเห็นและรวบรวมข้อมูลไว้ เพื่อให้ทราบถึงประสบการณ์ มุมมอง ความคิด และทัศนคติต่างๆต่ออาหารญี่ปุ่น มีการดำเนินการดังนี้

- 1.ถอดเทปการสัมภาษณ์และการสนทนาอย่างละเอียด
- 2.บันทึกการสัมภาษณ์ สนทนาให้เป็นลายลักษณ์อักษร ปรับปรุงภาษาได้เล็กน้อย
- 3.อ่านบททวนข้อมูล เพื่อศึกษาข้อความที่เข้าข่ายและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย
- 4.การให้รหัส คือการแตกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สนทนา แต่ละเรื่องออกเป็นส่วนย่อยๆที่มีความหมายเฉพาะ ในตัว ซึ่งนักวิจัยต้องเลือกเอาส่วนที่มีความหมายที่จะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อตอบโจทย์ในการวิจัยได้เท่านั้น
- 5.กำหนดรหัสให้กับส่วนย่อยที่เลือกมาเหล่านั้นซึ่งส่วนย่อยที่มีความหมายเดียวกันจะถูกใช้รหัสตัวเดียวกันเพื่อง่ายต่อการเรียกมาใช้
- 6.นำข้อมูลที่แตกออกเป็นหน่วยย่อยๆ ที่มีความหมายเฉพาะและได้ให้รหัสไว้แล้วในขั้นก่อนหน้านี้ กลับเข้ามารวมกันเป็นกลุ่มๆ ตามความหมายที่บอกเรื่องเดียวกัน เพื่อให้ข้อมูลเหล่านั้นบอกความหมายเป็นเรื่อง เป็นประเด็น ซึ่งนักวิจัยต้องคิดและวิเคราะห์อย่างแยบคายว่าข้อมูลหน่วยย่อย พุค หรือบอกให้ทราบอะไร เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับหน่วยอื่นในระดับเดียวกันอย่างไร หน่วยย่อยที่บอกเรื่องเดียวกันเมื่อจัดเป็นกลุ่มหรือประเภทเดียวกันจะทำให้ได้เรื่องราวที่ละเอียดเป็นเรื่องๆ
- 7.เมื่อนำเอาแต่ละเรื่องเหล่านั้นมาเชื่อมโยงเข้ากันทั้งหมด ตามแนวคิดที่สัมพันธ์กันก็จะได้เรื่องที่สมบูรณ์ที่ตอบ โจทย์การวิจัยได้
- 8.นำมาตรวจสอบผลการวิจัยเพื่อความมั่นใจ โดยการถามตัวเองว่า ผลที่ได้จากการวิจัยมีอะไรที่ไม่น่าเชื่อถือบ้างหรือไม่ สิ่งนั้นคืออะไร วิพากษ์ตัวเองว่าทำไมผลในเรื่องนั้นจึงไม่น่าเชื่อถือ ตรวจสอบกระบวนการวิจัยว่ามีอะไรเป็นจุดอ่อน จุดแข็งอะไรบ้าง (เช่นออกแบบชุดคำถามสัมภาษณ์ดีหรือไม่ เลือกกลุ่มตัวอย่างพิถีพิถันพอหรือไม่ วิธีการเก็บข้อมูลเต็มศักยภาพหรือไม่ การวิเคราะห์ได้ใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาเรื่องความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านอาหาร แต่ละแขนงต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 10 ท่าน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการนำเสนอข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดเป็นผู้บริโภคในระดับกลางจนถึงระดับสูงที่จะเลือกร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นร้านที่มีราคา มีคุณภาพที่ดีที่เป็นมาตรฐาน ไปจนถึงรสนิยมในการรับประทานที่สูงด้วยเช่นกัน ดังนั้นแล้วข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จึงค่อนข้างจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นหัวข้อดังนี้

ด้านประสบการณ์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละท่านนั้นหลากหลายอาชีพและประสบการณ์ แต่ทุกท่านมีความสนใจในเรื่องอาหารเหมือนกัน ซึ่งก็มีความถนัดในประเภทของอาหารที่แตกต่างกัน ดังเช่น เชฟบุญธรรม ที่มีความชำนาญและมีความรู้ในด้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุด เนื่องจากเชฟบุญธรรมนั้นเป็นเชฟอาหารญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์การทำงานด้านอาหารญี่ปุ่นมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เชฟบุญธรรมได้ศึกษาถึงรากลึกของวิธีการทำอาหารญี่ปุ่นในประเภทต่างๆและมีความถนัดในการทำอาหารญี่ปุ่นในทุกประเภท อีกทั้งยังมีความรู้ในส่วนของคุณสมบัติของอาหารญี่ปุ่นเป็นอย่างดี ซึ่งจะมีความแตกต่างกับ ม.ล.ภาสกร คุณสันติ คุณอนันต์โรจน์ และ ดร.วิโรจน์ที่ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหาร แต่บุคคลเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบและได้ชิมอาหารมาแล้วหลากหลายประเภท กลุ่มเหล่านี้เองจะมีความรู้ในเชิงข้อมูล ความรู้ในเรื่องอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม ที่อาจกล่าวได้ว่าเริ่มต้นเดิมทีแล้วอาหารญี่ปุ่นจะเริ่มจากการรับประทานปลา ด้วยภูมิประเทศญี่ปุ่นที่เป็นลักษณะของเกาะ ก็จะเริ่มต้นจากการจับปลามารับประทาน ปลาที่ญี่ปุ่นจะมีความสดและสะอาดมากเนื่องจากมีทะเลที่มีความสะอาด สามารถจับปลาขึ้นมาจากทะเลแล้วสามารถบริโภคได้ทันทีโดยไม่ต้องผ่านการปรุงให้เสียรสชาติของเนื้อปลา ผู้วิจัยได้เคยมีประสบการณ์ในการไปถ่ายรายการ เชฟกะทะเหล็ก ที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีโอกาสได้ไปลงเรือกับชาวประมงที่จับปลาแซลมอนที่จังหวัด อิชิคิริ บนเกาะฮ

อกไกโค เมื่อขึ้นมาจากฝั่งชาวประมงจะแยกปลาตัวผู้กับตัวเมียไว้ แล้วนำปลาตัวเมียที่มีไข่แยกไข่ออกจากตัว ส่วนตัวผู้จะนำเนื้อไปขาย ในตอนนั้นชาวประมงได้นำปลามาอย่างไฟให้ผู้วิจัยรับประทานโดยไม่ต้องปรุงและใช้น้ำจิ้มใดๆเลย ไม่น่าเชื่อว่าปลาแซลมอนที่ไม่ได้ผ่านกรรมวิธีการปรุงใดๆมากมายรวมถึงไม่ได้มีเครื่องเคียงหรือน้ำจิ้มเพื่อเพิ่มรสชาติจะอร่อยมากขนาดนี้ ผู้วิจัยสามารถสัมผัสได้ถึงรสชาติที่มาจากทะเลอย่างแท้จริง

มด.ภาสันต์ ได้กล่าวถึงตลาด สึคิจิ ซึ่งเป็นตลาดที่มีการประมูลปลาทูน่า (Makuro) กันในทุกๆสัปดาห์ ผู้วิจัยมีโอกาสได้ไปชมการประมูลแล้วจึงเห็นว่า ชาวประมงที่นั่นจะทำการออกเรือเพื่อไปหาปลาทูน่า (Makuro) ซึ่งมีความยากและต้องออกทะเลไปไกล ไปในที่ๆน้ำลึก ต้องใช้กำลังคนเยอะ เนื่องจากปลามีขนาดตัวที่ใหญ่และว่ายน้ำเร็ว เมื่อนำเข้าฝั่งมาประมูลก็จะมีบรรดาร้านค้าที่ให้ความสนใจที่จะนำไปประกอบอาหาร ตัวละหลายแสนบาทหรือบางตัวมีราคาเป็นล้าน ซึ่งถ้าหากจับได้ปลาที่มีขนาดไม่ได้ตามมาตรฐานก็จะนำมาแรมและขายเป็นส่วนๆ ญี่ปุ่นจะให้ความสนใจในการกินปลาครบทุกส่วน ไม่เว้นแม้กระทั่งส่วนหัวหรือ ในส่วนก้างปลาก็ยังสามารถนำไปต้มเป็นน้ำซุปได้



ภาพที่ 4.1 บรรยากาศของตลาด สึคิจิ

ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองโอมะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.2 การประมูลปลามากูโระที่ตลาดสี่กจิ

ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองโอมะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



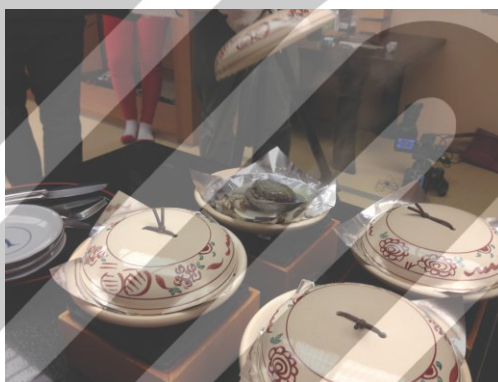
ภาพที่ 4.3 การแรปลาออกเป็นชั้นเพื่อจำหน่าย

ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองโอมะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)

“ญี่ปุ่นเป็นชาติที่บริโภคอาหารทะเลมากที่สุด” คุณคันสนิช ผู้ที่นำเข้าวัตถุดิบอาหารจากทั่วโลกได้กล่าวไว้แท้ที่จริงแล้วจากที่ได้ไปสัมผัสกับประเทศญี่ปุ่นชาวญี่ปุ่นค่อนข้างเห็นความสำคัญต่อทรัพยากรธรรมชาติเป็นอย่างมาก เราจะเห็นถึงความสะอาดของทะเลซึ่งเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของชาวญี่ปุ่น นอกจากปลาแล้ว สัตว์น้ำทะเลหลากหลายชนิด ยังสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศญี่ปุ่นอย่างมากมายมหาศาล ทั้งกุ้ง หอย ปู ที่มีความอร่อยเลื่องชื่อซึ่งก็เป็นสินค้าที่มาจากประเทศญี่ปุ่นทั้งสิ้น



ภาพที่ 4.4 ภาพกุ้งมังกร จากอ่าววากู ประเทศญี่ปุ่น
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.5 หอยเป่าฮืออบเนย
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.6 ปูทาราบะ (King Crab) จากเกาะฮอกไกโด ประเทศญี่ปุ่น
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฮาโกดาเตะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)

นอกจากแหล่งวัตถุดิบจากทะเลแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังอุดมไปด้วยวัตถุดิบที่ทรงคุณค่าจากแหล่งอื่นๆ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านลงความเห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียด อย่างที่ มล.ภาสันต์ได้กล่าวถึงการเลี้ยงวัว ซึ่งอย่างที่ทราบกันอยู่แล้วว่าญี่ปุ่นมีสายพันธุ์วัวที่ดีและมีชื่อเสียงหลายสายพันธุ์มาก ไม่ว่าจะเป็นมัดชิซากะ มียาซากิ โกเบ ฯลฯ ทั้งหมดล้วนแล้วแต่ขึ้นชื่อเรื่องความอร่อย เนื้อนุ่ม ซึ่งก็มาจากการเลี้ยงดูที่ การให้วัวได้กินอาหารดีๆ อยู่อาศัยในที่ดีๆ บำรุงให้เนื้อของมันมีความนุ่ม หอม และอร่อย เรียกได้ว่าชาติญี่ปุ่นเป็นชาติที่ใส่ใจในรายละเอียดเรื่องการบ่มเพาะวัตถุดิบเป็นอย่างมาก นอกจากนี้แล้วยังมีหมูดำ กุโรบุตะ ที่ขึ้นชื่อในเรื่องรสชาติที่อร่อยมากๆ เพราะถูกเลี้ยงมาอย่างดีที่มาจากความตั้งใจเพื่อให้วัตถุดิบมีคุณค่า ในส่วนของเกษตรกรรม ที่ประเทศญี่ปุ่นมีผลไม้ขึ้นชื่อหลายชนิด เซฟบุญธรรมได้ให้ตัวอย่างไว้ในเรื่องของการปลูกผลไม้ เมล่อน ของคนญี่ปุ่นว่าใส่ใจและพิถีพิถันมาก เกษตรกรชาวญี่ปุ่นจะใช้วิธีปลูกเมล่อน 1 ผล ต่อ 1 ต้น และจะตัดลูกอื่นๆ ทั้งหมดเหลือไว้เพียงแค่ลูกที่ต้องการ เพื่อให้สารอาหารสามารถเขาไปหล่อเลี้ยงได้อย่างเต็มศักยภาพ และเพื่อให้ได้ผลเมล่อนที่มีความอร่อยอย่างแท้จริง คนญี่ปุ่นจะมีวิธีการปลูกที่ใส่ใจในรายละเอียด และทำให้ผลผลิตมีคุณภาพ เพิ่มมูลค่าต่อไป หรือแม้กระทั่ง สตอเบอร์รี่ อามาโอะ(Amao) ซึ่งเป็นสตอเบอร์รี่ที่มีขนาดใหญ่ มีรสชาติที่หวานซ่า และที่สำคัญคือราคาแพงมาก และเมื่อผู้วิจัยได้ไปเห็นขั้นตอนในการดูแลผลไม้ชนิดนี้ก็ต้องยอมรับว่าสมราคาจริงๆ เพราะเขาปลูกด้วยพื้นที่ที่ควบคุมอุณหภูมิอยู่ตลอดเวลา มีระบบการให้น้ำที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงการผสมเกสรก็ใช้วิธีธรรมชาติคือจะเลี้ยงผึ้งและปล่อยให้ผึ้งเข้ามาผสมเกสรด้วยตัวเอง ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากความใส่ใจเพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตที่มีคุณภาพนั่นเอง



ภาพที่ 4.7 วัวมัดชิซากะ และเนื้อมัดชิซากะ จากเมือง มัตชิซากะ ประเทศญี่ปุ่น

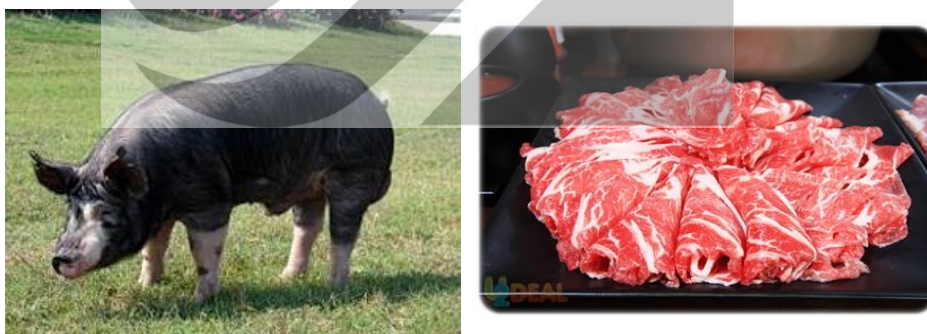
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองมัตชิซากะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.8 วัวมิยาซากิ และเนื้อมิยาซากิ จากเมือง มิยาซากิ ประเทศญี่ปุ่น
ที่มา : www.th.openrice.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.9 เนื้อโกเบ เกรด A5
ที่มา : ผู้วิจัย, เมือง โกเบ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.10 หมูดำคุโรบุตะ และเนื้อหมูดำคุโรบุตะ
ที่มา : www.u2deal.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.11 เมล่อนญี่ปุ่น

ที่มา : marigreenland.blogspot.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.12 สตอเบอรี่ และไร่สตอเบอรี่ อามาโอะ จากเมืองฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น

ที่มา : ผู้วิจัย, เมืองฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)

วัฒนธรรมในการรับประทาน

ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารที่แตกต่างกันไป แต่สิ่งที่แทบจะทุกท่านลงมติเป็นเสียงเดียวกันเลยก็คือ คนญี่ปุ่นมีความพิถีพิถันในเรื่องของวัตถุดิบ ให้ความสำคัญในการเลือกวัตถุดิบ วัตถุดิบบางชนิดสามารถทานได้แค่บางฤดูกาลเท่านั้น ซึ่งจะเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพจริงๆ จึงจะนำมาใช้ โดยที่เมื่อนำมาใช้แล้วนั้น จะไม่มีการปรุงแต่งมาก เพราะคนญี่ปุ่นไม่ต้องการให้รสชาติที่ดีที่เป็นธรรมชาติของตัววัตถุดิบนั้นๆ เสื่อมสลายหายไป ชาวญี่ปุ่นจึงนิยมรับประทาน ปลาดิบ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นอาหารที่มาจากท้องทะเล แต่ใครจะทราบว่าอาหารญี่ปุ่นที่ไม่ใช่อาหารทะเลบางชนิดก็ยังสามารถรับประทานดิบๆ ได้ เช่น เนื้อวัว เนื้อม้า เนื่องจากที่ประเทศญี่ปุ่นมีวัตถุดิบที่สะอาดและถูกเลี้ยงมาอย่างมีคุณภาพ จึงมั่นใจได้ว่าการรับประทานแบบดิบๆ เช่นนี้จะไม่มีความอันตรายอย่างแน่นอน หากชาวญี่ปุ่นจะต้องการปรุงอาหาร ก็จะไม่ใส่เครื่องปรุงรสมากมาย อาจจะมีแค่โชยุ หรือ เกลือ เพราะเขาไม่ต้องการให้ตัวรสชาติที่เป็นธรรมชาติในตัววัตถุดิบนั้นๆ หายไป ด้วยเหตุนี้เอง ทั้งเชฟปญญกรรม หม่อมหลวงภาสันต์ หรือคุณชาคริตเอง ต่างก็ลงความเห็นว่าการรับประทานอาหารญี่ปุ่นสามารถรับประทานกันได้ทั่วโลก ด้วย

ความเรียบง่ายแต่ลงตัว ความไม่ต้องปรุงแต่งมาก เน้นความเป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่สำคัญของอาหารญี่ปุ่น



ภาพที่ 4.13 เนื้อปลา Tuna Yellow fin ส่วน โอโทโร่ (Otoro) และ อากาเมะ (Akami)

ที่มา : ผู้วิจัย, จากระายการ เชฟกระทะเหล็กประเทศไทย (2557)



ภาพที่ 4.14 เนื้อปลา

ที่มา : happy-giraffe.ru, 2557 : ออนไลน์

สิ่งที่สำคัญอีกหนึ่งสิ่งสำหรับอาหารญี่ปุ่นก็คือคนญี่ปุ่นไม่ใช่อร่อยแค่ปาก ไม่ใช่แค่ชื่นชมที่รสชาติของอาหาร แต่คนญี่ปุ่นใส่ใจถึงการตกแต่งที่สวยงามด้วย กล่าวคือพวกเขาคิดว่าการทำอาหารคืองานศิลปะ ทุกอย่างต้องดูสวย น่าดู น่าทาน การจัดวางรวมถึงพิธีกรรมในการกินจึงค่อนข้างมากพอสมควร ต้องมีขั้นตอน ตัวอย่างเช่นอาหาร ไคเซกิ ที่เป็นอาหารของชาววัง ใช้สำหรับเสิร์ฟให้จักรพรรดินั้น ก็ต้องมีลำดับขั้นตอนการกิน การจัดวางอาหาร เป็นโต๊ะ ก็ต้องมีการจัดวางที่สวยงาม มีข้อควรปฏิบัติตามเพื่อที่จะทำให้การรับประทานอาหารนั้นมีความสมบูรณ์แบบและด้วยเหตุนี้จึงทำให้อาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารที่ค่อนข้างครบ 5 หมู่ เพราะภายใน 1 มื้อ คนญี่ปุ่นจะ

รับประทานอาหารด้วยกันหลายชนิดเรียงกันไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ของเรียกน้ำย่อย ไปจนถึงของหวาน ผลไม้ ถ้าจะพูดว่าอาหารญี่ปุ่นแท้ที่จริงนั้นเป็นอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายเพราะมีสารอาหารที่ครบถ้วนก็อาจเป็นไปได้



ภาพที่ 4.15 ศิลปะการจัดวางที่สวยงามของญี่ปุ่น

ที่มา : [imgur.com, 2557](https://imgur.com/2557) : ออนไลน์



ภาพที่ 4.16 ชุดอาหารแบบ ไคเซกิ

ที่มา : [at-bangkok.com, 2557](https://at-bangkok.com/2557) : ออนไลน์

ความคิดเห็นและทัศนคติ

ในส่วนของความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละท่านเกี่ยวกับด้านอาหารญี่ปุ่นนั้น อย่างที่ได้กล่าวไว้แล้วว่าผู้วิจัยได้เลือกผู้ที่มีความชอบ ความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องกับอาหารญี่ปุ่น อยู่แล้ว หากแต่ว่าบางท่านอาจจะมีสายอาชีพที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับอาหารญี่ปุ่นโดยตรง แต่ก็เรียกได้ว่าทั้ง 10 ท่านนั้นเป็นผู้ที่ชื่นชอบในรสชาติของอาหารญี่ปุ่นและเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นเป็นประจำ เห็นถึงคุณประโยชน์ของอาหารญี่ปุ่น ซึ่งจากบทสัมภาษณ์ในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าทุกๆท่านเห็นประโยชน์ที่ได้รับจากการรับประทาน ปลา เซฟบรรม ได้ให้ความรู้ไว้ว่า “ปลา มีโปรตีนสูงซึ่งดีต่อร่างกาย ปลาบางชนิดอาจจะมีไขมันแทรกเพราะด้วยประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีอากาศหนาว และโดยเฉพาะอย่างยิ่งปลาที่อยู่ในน้ำที่มีอุณหภูมิต่ำก็จะสร้างชั้นไขมันที่เยอะ แต่ไขมันที่อยู่ในตัวปลานั้นเป็นไขมันที่ดีต่อร่างกาย อุดมไปด้วยโอเมก้า3ที่ช่วยพัฒนาด้านสมอง

สาขาศา และพิวพรรณ” นอกจากนี้คุณสันติก็ยังเสริมความรู้ไว้ว่า “คนในวัยสูงอายุและเด็กที่อยู่ในวัยเจริญเติบโตสมควรที่จะกินปลาเป็นอย่างยิ่งเพราะมีประโยชน์สูงมาก สำหรับคนสูงอายุปลาเป็นสัตว์ที่ย่อยง่ายและเกิดโรคแทรกซ้อนน้อยที่สุด” ซึ่งในผู้เชี่ยวชาญคนอื่นๆมองว่าอาหารญี่ปุ่นนั้นดีต่อสุขภาพเพราะใช้วัตถุดิบที่สดและเป็นธรรมชาติ หากแต่จะแตกต่างจากอาหารไทยตรงที่ คนไทยจะใส่ใจและให้ความสำคัญกับรสชาติมากกว่า คุณชาคริตได้พูดถึงเรื่องนี้ไว้ว่า “คนไทยนั้นจะบริโภคอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน ถึงเครื่อง เพราะคนไทยมีต่อมรับรสที่กว้าง สามารถรับรสได้ถึงความจัดสุดไปจนถึงเผ็ดสุดๆ หากต้องทำอาหารเพื่อให้ถูกปากคนไทยแล้วจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรสชาติที่เข้มข้น” และม.ล.ภาสกรได้เพิ่มเติมในส่วนนี้ไว้สั้นๆว่า “คนไทยติดน้ำจิ้ม” ซึ่งในส่วนนี้ จะมีความแตกต่างกันอย่างมากกับชาวญี่ปุ่นที่ต้องการให้ผู้รับประทานได้รับรสชาติของตัววัตถุดิบอย่างเต็มที่



ภาพที่ 4.17 ภาพอาหารไทยที่มีความเข้มข้น (ต้มยำกุ้ง แพนงหมู ต้มข่าไก่)

ที่มา : janbua.blogspot.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.18 อาหารไทยที่ต้องมีน้ำจิ้ม (ทอดมัน)

ที่มา : thaifood4cook.blogspot.com, 2557 : ออนไลน์

ดังนั้นแล้ว ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่น (เฉพาะทาง) อย่างดร.วิโรจน์มองว่า "ทุกอย่างขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภค" ในเมื่อเราต้องทำอาหารเพื่อให้กลุ่มคนไทยที่ชอบรับประทานอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน ก็ต้องมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงบางอย่างเพื่อที่จะทำให้อาหารนั้นถูกปากคนไทย เชฟบุญธรรมก็ได้ให้ความเห็นในส่วนนี้ว่า "เราสามารถที่จะทำอาหารในแบบฉบับที่เป็นต้นตำหรับจากญี่ปุ่นได้ แต่เราก็ต้องรู้จักปรับปรุงให้เข้ากับตลาดในบ้านเรา

ปรับปรุงให้ทันคนรุ่นใหม่ จริงๆแล้วร้านอาหารญี่ปุ่นที่เปิดในเมืองไทย ส่วนใหญ่ลูกค้าก็จะเป็นคนไทย ดังนั้นเราก็ต้องปรับเพื่อตลาดส่วนใหญ่ก่อน จึงจะทำให้ธุรกิจอยู่ได้" ดังนั้นแล้วเราจะเห็นร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยที่เป็นที่รู้จักและมีลูกค้ามารับประทานกันเป็นจำนวนมาก ทั้งในห้างสรรพสินค้าต่างๆ อาหารญี่ปุ่นของเขาจะมีการปรับรสชาติให้มีความเข้มข้นและรสชาติถูกปากคนไทย

เมื่อเราทราบถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนของการทำธุรกิจอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยและอาหารญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นแล้ว จะเห็นข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนคือ ข้อดีของอาหารญี่ปุ่นที่ 10 ผู้เชี่ยวชาญพูดเป็นเสียงเดียวกันคือ ความใส่ใจในคุณภาพ ใส่ใจในทุกกระบวนการในการทำ มีความพิถีพิถันในการกิน แต่ของไทยนั้นจะไม่ได้สนใจในเรื่องนี้เท่าที่ควร ดังที่คุณศันสนีย์ ได้ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศที่ C and D คือ Copy and Do ได้ไวมาก” เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่ทำอะไรโดยอาศัยวิธีการ ครูพักลักจำ เมื่อเห็นอะไรดีก็ทำตาม แต่ไม่ได้ศึกษาถึงรากถึงแก่น จึงเป็นข้อแตกต่าง หากเราต้องการพัฒนาร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย หัวใจหลักในการเริ่มต้นคือ การใส่ใจ



ภาพที่ 4.19 ร้าน AKAONI ที่ประเทศญี่ปุ่น

ที่มา : board.trekkingthai.com, 2557 : ออนไลน์



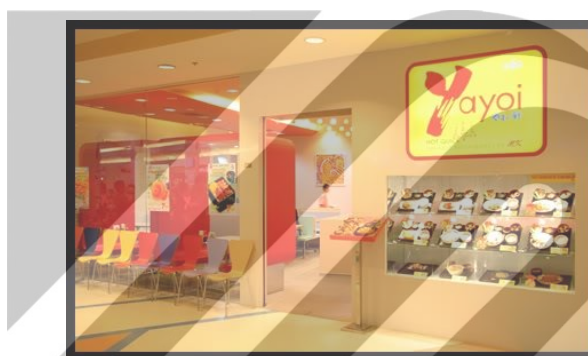
ภาพที่ 4.20 ร้านอาหารญี่ปุ่น Fuji

ที่มา : www.fuji.co.th, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.21 ร้านอาหารญี่ปุ่น Zen

ที่มา : windowsitpro.in.th, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.22 ร้านอาหารญี่ปุ่น ยาโยอิ

ที่มา : www.hoteltrip.com, 2557 : ออนไลน์

ในส่วนของความเชื่อนั้น ภาพรวมของการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจะเห็นว่าอาหารญี่ปุ่นค่อนข้างจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากวัตถุดิบต่างๆมาจากแหล่งที่ดี ได้รับการดูแลอย่างพิถีพิถัน อาหารญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเป็นปลา ซึ่งปลาเป็นสัตว์ที่มีโปรตีนสูง ปลาบางชนิดที่มีไขมันก็เป็นไขมันที่ดีต่อร่างกาย มีสารอาหารที่เป็นประโยชน์ แต่ผู้เชี่ยวชาญบางท่าน เช่น มล.ภาสันต์ ดร. วิโรจน์ จะให้ความเห็นว่าอาหารญี่ปุ่นมีประโยชน์ก็ต่อเมื่อขึ้นอยู่กับการเลือกรับประทานและรับประทานในปริมาณที่เหมาะสม แต่ไม่ใช่ว่าอาหารญี่ปุ่นจะมีแต่ข้อดีเสมอไป คุณอนันท์โรจน์ คุณสันติ ต่างให้ความเห็นในเรื่องของราคาว่าเป็นอาหารที่มีราคาแพง ถ้าเป็นวัตถุดิบชั้นดี มาจากแหล่งที่ดี การดูแลที่ดี แน่นอนว่าต้องมีราคาที่แพง เพราะฉะนั้นการที่ดำเนินกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นนั้นเราต้องคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าหลักที่เราต้องการเช่นกัน เพราะถ้ากลุ่มลูกค้าเราเป็นกลุ่มคนชั้นกลางที่มีเงินเดือนไม่สูงนัก กับสภาพเศรษฐกิจในตอนนี้ การที่เราจะสร้างร้านอาหารญี่ปุ่นที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพก็ต้องใช้เงินทุนที่ค่อนข้างสูง และมาตรฐานราคาก็ต้องสูงตามไปด้วย หากฐานลูกค้าเป็นกลุ่มคนชั้นสูงที่มีกำลังในการจ่ายก็สามารถที่จะนำวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงมาจำหน่ายได้ ทั้งหมด

ทั้งนี้ต้องสำรวจเป้าหมายว่ากลุ่มลูกค้าหลักเป็นลูกค้าประเภทใดที่จะมาใช้บริการในกิจการที่เราต้องการจะทำ



ภาพที่ 4.23 ภาพร้าน ฮอนโมโน ซูชิ ของเชฟบุญธรรม ที่ทองหล่อ

ที่มา : travel.sanook.com, 2557 : ออนไลน์

รสนิยม

ในด้านความชอบที่มีต่ออาหารญี่ปุ่นและร้านอาหารญี่ปุ่นนั้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละท่าน ต่างก็มีรสนิยมความชอบที่ต่างกัน ไป แต่โดยรวมแล้วจะพุ่งตรงไปที่ร้านที่มีความเป็นญี่ปุ่น ไม่ต้องมีการดัดแปลงมาก อาจจะเป็นร้านเล็กๆ ที่มีเชฟผู้ดูแลแต่ไม่กี่คน บรรยากาศและตกแต่งร้านไม่ฉูดฉาด มีความเรียบง่ายแต่สวยงาม อาจจะเป็นร้านที่มีการตกแต่งด้วยไม้ มีประติมากรรมเล็กๆ หน้าร้านมีบ่อเลี้ยงปลาครีฟ ซึ่งก็ล้วนแล้วแต่ให้บรรยากาศในความเป็นญี่ปุ่น แต่บางท่านเช่นคุณ ศันสนีย์ เธอไม่ได้ให้ความสนใจในการแต่งร้าน แต่เธอจะสนใจร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ดีมาปรุงอาหารมากกว่า ซึ่งก็จะทำให้อาหารในร้านนั้นๆเองมีความอร่อยที่เป็นเอกลักษณ์จากวัตถุดิบที่ดี หรือในรายชื่อของคุณ ศันสนีย์ คุณอนันต์โรจน์ คุณชาคริตและเชฟบรรณจะชอบร้าน ซูชิบาร์ ที่เป็นร้านเล็กๆ ที่มีความเป็นกันเอง เชฟจะสรรสร้างเมนูต่างๆมาให้บริการและเราสามารถพูดคุยกับเชฟได้ เหมือนกับว่าให้อารมณ์รับประทานอาหารอยู่ในบ้านมีความอบอุ่นเหมือนเป็นครอบครัว แต่ดร. วิโรจน์และอาจารย์จ่านจะชอบร้านที่มีสไตล์ เทป็นยาก ก็คือเชฟจะมีลีลาในการทำเป็นยาก เป็นการแสดงโชว์ย่อยๆ ซึ่งนอกจากนี้เรายังจะได้รับประทานอาหารที่ร้อนๆ ร้านสไตล์นี้จะมีบรรยากาศสนุกสนานเพราะเหมือนกับว่าเราจะได้ดูโชว์และรับประทานอาหารในเวลาเดียวกัน และเชฟ Akihiko ที่มาเป็นเชฟได้เพราะมีความประทับใจในร้านรามึง ที่จะต้องมีการส่งเสียงต้อนรับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ก็สร้างบรรยากาศที่คึกคักไม่เงียบเหงา เหมือนที่เราไม่ได้รับประทานอาหารอยู่คนเดียว



ภาพที่ 4.24 บรรยากาศร้านอาหารญี่ปุ่น สไตล์ญี่ปุ่น
ที่มา : www.zdwired.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.25 ร้านอาหารแบบซูชิบาร์
ที่มา : www.wongnai.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.26 ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์ เทป็นยากิ
ที่มา : www.bloggang.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.27 บรรยากาศร้านราเม็ง
ที่มา : www.ilolovetogo.com vetogo.com, 2557 : ออนไลน์

2. ข้อสรุป

เมื่อได้วิจัยโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ในเรื่องความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยแล้ว ผู้วิจัยมีความมั่นใจว่าความคิดเห็นที่ได้รับรู้นั้นจะเอื้อประโยชน์ต่อผู้สนใจที่จะประกอบกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย เราได้เห็นถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ได้เห็นถึงทัศนคติต่อร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทย ได้ฟังประสบการณ์อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงร้านอาหารญี่ปุ่นให้มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับต่อกลุ่มตลาดใหญ่ในเมืองไทย

อาหารญี่ปุ่นมีข้อดีที่ชัดเจนในเรื่องวัตถุดิบของอาหาร อาหารญี่ปุ่นที่มีคุณภาพ มาจากการเลือกวัตถุดิบที่ดี วัตถุดิบที่ดีมาจากการดูแลที่ใส่ใจในรายละเอียด ใส่ใจในทุกๆ ขั้นตอน อีกทั้งยังใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล หากหมดฤดูกาลในการกินหรือจับสัตว์ชนิดนั้นๆ ก็จะไม่สามารถหาทานได้

นอกจากนำมาแช่แข็ง ซึ่งประเทศญี่ปุ่นมีบุคลากรในชาติที่ใส่ใจในรายละเอียด ตัวอย่างเช่นการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์และการประมง เกษตรกร ชาวประมงของญี่ปุ่นจะได้รับการดูแลเป็นอย่างดีจากรัฐบาลของญี่ปุ่น ทำให้คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่มีอาชีพที่หาเลี้ยงตัวเองได้อย่างสบาย ไม่ลำบาก ต่างจากของไทยเราที่ไม่ได้รับการดูแลและสนใจจากรัฐบาลเท่าที่ควร จึงทำให้เกษตรกรไม่มีกำลังใจที่จะสร้างสรรค์วัตถุดิบที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับที่ญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดายเพราะเนื่องด้วยภูมิประเทศของไทยของเรานั้นอุดมไปด้วยแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดี หากได้รับการดูแล การสนับสนุนที่ดีจากรัฐบาลก็เชื่อได้เลยว่าประเทศไทยของเราจะเป็นแหล่งที่ผลิตวัตถุดิบดีๆ ได้มากมาย ทัดเทียมกับชาติอื่นๆ และนำมาซึ่งอัตราเงินเข้าสู่ประเทศของเรา

เมื่อมีวัตถุดิบที่ดีแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องปรุงแต่งอาหารให้มีความนุ่มนวล ให้เสีรสชาติของความเป็นวัตถุดิบนั้นๆ ไป ฉะนั้นวิธีการประกอบอาหารของคนญี่ปุ่นจึงมีไม่มากเท่ากับของคนไทย และรสชาติก็มีความเป็นกลาง ไม่จัดจ้านเท่ากับอาหารไทย แต่เมื่อเราต้องการทำอาหารญี่ปุ่นที่รองรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนไทยด้วย ก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยน เพิ่มรสชาติที่เข้มข้นขึ้นเพื่อให้ถูกปากคนไทย ไม่เช่นนั้นเราก็จะสูญเสียกลุ่มลูกค้าที่เป็นฐานใหญ่ไป เพราะคนไทยเมื่อรับประทานแล้วไม่เกิดความรู้สึกประทับใจก็น้อยนักที่จะกลับมารับประทานต่อ แต่หากถ้าอยากคงรสชาติดั้งเดิมของตัววัตถุดิบนั้นไว้ ก็ไม่จำเป็นต้องปรุงแต่งวัตถุดิบแต่ต้องเชื่อมั่นว่าวัตถุดิบนั้นมีคุณภาพ มีความสดใหม่และมีความอร่อยในตัวของมันเองจึงจะสามารถมัดใจกลุ่มลูกค้าชาวไทยได้ไม่ยาก

การตกแต่งที่สวยงาม เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญ เพราะชาวญี่ปุ่นไม่ได้รับประทานแค่รสชาติของอาหาร แต่หน้าตาของอาหารต้องมีความน่ารับประทานด้วย และในช่วงของฤดูกาลก็จะมีการตกแต่งที่ให้บรรยากาศของฤดูกาลนั้น เช่นฤดูดอกซากุระ ก็จะมีการตกแต่งจานที่มีดอกซากุระที่สวยงาม ถ้าเราไปญี่ปุ่นเราจะเห็นว่าอาหารทุกอย่าง ทุกประเภทหรือแม้กระทั่งขนมที่ญี่ปุ่นจะมีความสวยงามน่ารัก น่ารับประทานมากๆ เนื่องมาจากความใส่ใจของชาวญี่ปุ่น ในส่วนนี้จะค่อนข้างต่างจากของไทยที่ไม่พิถีพิถันเรื่องหน้าตาของอาหาร ขอเพียงแค่มีรสชาติที่อร่อย จัดจ้าน ถึงเครื่อง เป็นพอ



ภาพที่ 4.28 อาหารญี่ปุ่นที่มีการตกแต่งที่สวยงาม

ที่มา : foodswallpaper.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.29 น้ำแข็งไสของญี่ปุ่น

ที่มา : en.paperblog.com, 2557 : ออนไลน์



ภาพที่ 4.30 ห่อขนมของญี่ปุ่นที่มีความสวยงาม

ที่มา : anngle.org, 2557 : ออนไลน์

ผู้วิจัยมองว่าคนญี่ปุ่นต้องใช้ระยะเวลาและสั่งสมประสบการณ์ เรียกว่าไม่ใช่เรื่องง่ายๆ เลยกว่าที่จะได้มาเป็นผู้ทำอาหารต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้หลายปี เรียนรู้ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานทุกกระบวนการให้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้คนญี่ปุ่นทำอาหารออกมามีคุณภาพ มีความอร่อย เช่นเชฟบุญธรรมที่กว่าจะได้มาเป็นเชฟต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ตั้งแต่การล้างจาน และเป็น

ผู้ช่วยเชฟอยู่หลายปี กว่าจะประสบความสำเร็จในปัจจุบัน และเชฟ Akihiko ที่สนใจในราเมง ซึ่งต้องไปเป็นเชฟผู้ช่วย ศึกษาในเรื่องการทำราเมงถึง 5 ปีด้วยกันกว่าที่จะได้เป็นหัวหน้าเชฟ และจากที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสไปที่ญี่ปุ่นก็รู้ว่า เชฟชาวญี่ปุ่นที่ทำอาหารจากปลาปักเป้านั้น ต้องใช้เวลาหลายปี อีกทั้งยังต้องมีใบประกาศนียบัตร ใบอนุญาตในการทำ จึงจะสามารถทำอาหารจากปลาปักเป้าได้ และจะสามารถทำได้แค่เมืองที่อยู่ในใบอนุญาตเท่านั้น เพราะว่าปลาปักเป้าเป็นปลาที่มีพิษ หากมีความผิดพลาดในการปรุงอาจทำให้ถึงแก่ชีวิตได้ และเมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้นมา เชฟจะมีความผิดตามกฎหมาย แต่ในขณะเดียวกันก็มีค่าตอบแทนที่สูงด้วย ดังนั้นแล้ว ความชำนาญ และความรู้อย่างถึงแก่นจริงๆ เป็นข้อดีที่หาเลียนแบบได้ยากจากพ่อครัวชาวญี่ปุ่น พร้อมทั้งความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบต่อสังคม ดังที่คุณศันสนีย์ได้กล่าวไว้ว่า "เชฟชาวญี่ปุ่น เมื่อเขาไม่รู้ เขาจะไม่ทำ"

โดยเฉพาะเราจะเห็นว่าที่ญี่ปุ่นจะมีร้านที่เป็นเฉพาะ เช่นร้านนี้ขายแต่ราเมง ร้านนี้ขายซูชิ ร้านนี้ขายเทปันยากิ ซึ่งถ้าคุณต้องการกินอาหารแบบไหน คุณก็ต้องไปที่ร้านนั้น จะแตกต่างกับเมืองไทยที่ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีหลายเมนูรวมอยู่ด้วยกันหมด คนไทยเป็นประเภทที่ชอบทานหลายๆอย่างในที่เดียว แต่ญี่ปุ่นนั้นแต่ละร้านจะมีความชำนาญที่เป็นแบบเฉพาะของร้านนั้น ตัวอย่างเช่นร้านราเมงอาจจะมีการทำน้ำซุชิที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษและมีความอร่อยที่เป็นต้นตำหรับอย่างแท้จริง



ภาพที่ 4.31 ปลาปักเป้า

ที่มา : ผู้วิจัย, เมืองฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.32 เชฟที่ได้รับอนุญาตให้ทำปลาปักเป้าที่เมืองฟุกุโอกะ
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)

การตกแต่งร้าน อย่างที่ได้กล่าวไว้อยู่ตลอดในงานวิจัยนี้ว่าชาติญี่ปุ่นเป็นชนชาติที่สรรสร้างงานศิลปะที่เรียบง่าย ไม่หวือหวา แต่มีความลงตัว ดังนั้นรูปแบบการตกแต่งร้านต้องมีความเป็นญี่ปุ่นแบบโบราณ อาจจะมีการตกแต่งด้วยไม้ ประดับบานเลื่อน นั่งรับประทานอาหารกับพื้นหรือบนเสื่อ พนักงานเสิร์ฟใส่ชุดยูกะตะ มีการทักทายเมื่อลูกค้าเข้ามาในร้านว่า อิระโชมามาเซะ หรืออาจจะเป็นร้านที่มีพ่อครัว 1-2คน แต่มีความชำนาญในการทำอาหารจากวัตถุดิบ และให้บรรยากาศอบอุ่นเมื่อรับประทานอาหารอยู่ที่บ้าน



ภาพที่ 4.33 บรรยากาศร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่น แบบนั่งพื้น
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.34 ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)



ภาพที่ 4.35 พนักงานที่เสิร์ฟใส่ชุดญี่ปุ่นมาคอยให้บริการ
ที่มา : ผู้วิจัย,เมืองฟูกูโอกะ ประเทศญี่ปุ่น (2556)

การเลือกรับประทานอาหารญี่ปุ่นเป็นอีกสิ่งที่คุณควรให้ความสำคัญ เพราะว่าคุณจะได้ประโยชน์อย่างเต็มขั้นขึ้นอยู่ที่ว่าคุณเลือกรับประทานอะไร หากรับประทานอาหารจำพวกอาหารทะเลที่สด และมาจากธรรมชาติ เลี่ยงด้วยขั้นตอนธรรมชาติไม่ผ่านสารเคมี ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคในทางธุรกิจเนื่องจากจะได้ผลผลิตที่น้อย หรือไม่สวยงามเท่ากับผลผลิตที่มีสารเคมี หากเราเลือกรับประทานอาหารที่มาจากแหล่งที่สด สะอาด ก็ช่วยให้คุณได้รับประโยชน์จากอาหารญี่ปุ่นได้ไม่ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับประทานปลา ความเชื่ออย่างแรกของการทานปลาคือทานแล้วฉลาด เนื่องจากปลามีสารอาหารที่มีประโยชน์ค่อนข้างสูง ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาทั้งร่างกายและสมอง ทำให้ชาวญี่ปุ่นที่รับประทานปลาเป็นอาหารหลักเป็นชนชาติที่ฉลาดและสามารถคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆออกมาได้อย่างมากมายเสมอ แต่ถ้าหากเราเลือกรับประทานอาหารบางประเภทที่อาจจะทำให้เกิดโทษต่อร่างกาย อย่างเช่น เนื้อวัว หรืออาหารประเภท ปิ้งย่าง ก็อาจทำให้เกิดไขมันสะสม หรือเสี่ยงต่อการเป็นโรคต่างๆได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารทั้ง 10 ท่าน ที่มีอาชีพที่ต่างกันไป แต่ทุกท่านล้วนแล้วแต่หลงเสน่ห์ในรสชาติและความประณีตบรรจงของอาหารญี่ปุ่นทั้งสิ้น จากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้จะถูกวิเคราะห์และกลั่นกรองออกมาเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจในธุรกิจอาหารญี่ปุ่นจะสามารถได้รับประโยชน์จากงานวิจัยในครั้งนี้

5.1 สรุปผลของการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่องความเห็นและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย นั้นสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์

หัวใจหลักคือ การใส่ใจ ทั้งในเรื่องของคุณภาพวัตถุดิบ กรรมวิธีในการปรุงอาหาร คือ ต้องเลือกแต่สิ่งที่ดีมาให้ผู้บริโภค เมื่อเลือกสิ่งที่ดีแล้ว จะทำให้อาหารมีรสชาติที่อร่อย สร้างความประทับใจต่อผู้รับประทาน คำนึงถึงการสร้างความสวยงามในการตกแต่งอาหาร และถ้าหากผู้ประกอบการมีความต้องการฐานลูกค้าที่เป็นคนไทยก็จะต้องมีการปรับรสชาติบางอย่างที่เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่เป็นคนไทยด้วย อาจมีการเพิ่มในส่วนของน้ำจิ้ม หรือเพิ่มเมนูที่มีความเข้มข้นลงไปบ้าง แต่ก็ยังคงคงความเป็นต้นตำรับของญี่ปุ่นเอาไว้ให้มากที่สุด

2.ด้านบริการ

เชฟญี่ปุ่นให้ความเห็นว่าคนไทยยังไม่ใส่ใจในการให้บริการเท่าที่ควร มาตรฐานการบริการของญี่ปุ่นนั้นสูงมาก เขาจะบริการลูกค้าทุกคนด้วยความใกล้ชิด ใส่ใจ และห่วงใย เพื่อที่จะสร้างความสุขให้กับลูกค้าต่ออาหารของเขาอย่างแท้จริง เมื่อเราสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการแล้ว ก็จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อกิจการได้ไม่ยาก อาจจะเริ่มจากการทักทาย พุดคุย สักเกตการณ์ และอาจจะเสริมเรื่องการบริการเพื่อสร้างความประทับใจในโอกาสต่างๆ เช่นอาจมีเมนูพิเศษเป็นของแถมในช่วงวันเกิดหรือวันพิเศษต่างๆ ในช่วงเทศกาลอาจมีการบริการที่จะสร้างความประทับใจในรูปแบบต่างๆ เช่น การแต่งกายของพนักงานเสิร์ฟ การมีโชว์เล็กๆ จากพนักงานเพื่อสร้างความสุข ความสนุกสนานในระหว่างการรับประทาน

อาหาร หรืออาจจะมีกิจกรรมเล็กๆน้อยๆที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า เช่นการให้ลูกค้าได้ใส่ผ้ากันเปื้อนที่ออกแบบในรูปแบบชุดยูคาตะ ของญี่ปุ่น หรือมีการให้ลูกค้าในร้านที่ไม่ได้มาด้วยกันร่วมกิจกรรมบางอย่างภายในร้านร่วมกันก็เป็นเรื่องที่ดีเช่นกัน

3.ด้านการตกแต่งและบรรยากาศร้าน

จากการสัมภาษณ์ จะเห็นว่าผู้บริโภคไม่ใช่แค่รับประทานอาหาร บรรยากาศร้านก็เป็นสิ่งที่สำคัญ ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการชิมชั้บรรยากาศที่เป็นญี่ปุ่นของแท้ มีการตกแต่งที่เป็นสไตล์ญี่ปุ่นที่ดูแล้วเรียบง่าย แต่ลงตัว ตัวร้านอาจจะไม่ต้องใหญ่โต ไม่ต้องมีคนเยอะพลุกพล่าน รองรับลูกค้าแค่จำนวนจำกัดในแต่ละวัน มีความเป็นส่วนตัว การตกแต่งเป็นไม้ ประดับบานเลื่อน มีรูปวาด รูปเขียนที่เป็นศิลปะสไตล์ญี่ปุ่น อาจมีการเปิดเพลงญี่ปุ่นโบราณคลอเบาๆ ก็จะช่วยสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจได้

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ มีความรู้ทางด้านอาหารในเรื่องของมุมมอง ความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่ออาหารญี่ปุ่น ทำให้พบว่าเมื่อเราเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่ถึงแม้จะมีอาชีพที่แตกต่างกัน แต่ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้มีความรู้ ก็จะทำให้เกิดเป็นรสนิยมที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของKotler, Philip(2010) ในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของบุคคลที่ว่าด้วยเรื่องปัจจัยด้านสังคม ซึ่งได้กล่าวว่า บุคคลภายในชั้นสังคมเดียวกันมีแนวโน้มที่จะประพฤติเหมือนกันและบริโภคคล้ายคลึงกัน ในการวิจัยนี้โดยรวมจะพบว่า ผู้เชี่ยวชาญที่มาให้คำสัมภาษณ์นั้นส่วนใหญ่แล้วจะได้คำตอบที่มาจากผู้มีรสนิยมทางอาหารสูง คำตอบหรือตัวอย่างในสิ่งที่เขาเหล่านั้นแนะนำจะมาจากประสบการณ์ที่สูง จากการที่ได้เคยเห็นหรือรับประทานอาหารในระดับหรูเลิศ เรียกได้ว่าแทบจะทุกท่านเป็นกลุ่มคนชั้นสูงในแวดวงสังคม ดังนั้นสิ่งที่สามารถสรุปได้จากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ อาจจะไม่ได้ครอบคลุมความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มลูกค้าทั้งหมด แต่ก็ก็เป็นความคิดเห็นและความรู้ที่มาจากบุคคลที่มีความรู้และมีความน่าเชื่อถือได้

กล่าวโดยสรุป การศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านอาหาร เมื่อคำสัมภาษณ์มาจากกลุ่มบุคคลที่มีระดับสังคมใกล้เคียงกัน ก็จะได้บทสรุปที่มีความคล้ายคลึงกันหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่หากจะกล่าวหาว่าไม่สามารถได้บทสรุปที่มีความชัดเจนมากเสียทีเดียวเลยก็มิได้ เพราะในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ความรู้ด้านอาหารที่มาจากมหาวิทยาลัย หากแต่ถ้าต้องการข้อมูลที่มีความครอบคลุมกับกลุ่มลูกค้าที่กว้าง การคละกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายชนชั้นทางสังคม ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถออกแบบธุรกิจเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าได้หลายกลุ่มมากขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าผู้วิจัยต้องการที่จะให้ข้อมูลเพื่อทำร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทใดและรองรับกลุ่มลูกค้า

กลุ่มใด ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้ในงานวิจัยในอนาคต แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้การได้รับข้อมูลที่มาจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ มีประสบการณ์ด้านอาหารโดยตรง มีทัศนคติต่างๆที่เกิดจากกลุ่มบุคคลเหล่านั้น ก็ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์แบบอย่างมากมายที่สุดแล้ว

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. คิดค้นอาหารที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้นจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ แต่ต้องไม่ทำให้รสชาติของวัตถุดิบหายไป

2. ปรับปรุงในเรื่องของราคา หากกลุ่มลูกค้ามีฐานกำลังซื้อที่ไม่สูงนัก

3. มีปริมาณอาหารให้เลือกเป็นไซส์ เนื่องจากบางคนชอบทานมากน้อยไม่เท่ากัน

ด้านบริการ

1. จัดการฝึกอบรมให้พนักงานมีจิตใจที่เอาใจใส่ต่อการบริการ มีสุขภาพจิตที่ดี มีความรู้ด้านอาหารอย่างถ่องแท้

ด้านการตกแต่งร้านและบรรยากาศ

1. ตกแต่งร้านให้มีความเป็นธรรมชาติไม่ปรุงแต่งมาก ให้คนได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง ในปัจจุบันนี้คนอยู่แต่ในเมือง ห่างไกลกับธรรมชาติ การที่คนได้สัมผัสกับธรรมชาติจะช่วยเพิ่มพลังในร่างกายจากอาหาร และพลังในจิตใจ เพื่อที่จะทำให้สามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุขต่อไป

2. มีการจัดร้านตามเทศกาล และมีกิจกรรมเล็กๆน้อยๆเกี่ยวกับเทศกาลนั้นๆด้วย เช่น มีการรดน้ำ ปะแป้งในช่วงสงกรานต์ หรือมีการตกแต่งอาหารให้เข้ากับเทศกาล คริสมาสต์หรือ Halloween เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในอนาคตควรมีการทำการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคทั้งคนไทยและชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย ว่ามีความต้องการอย่างไรต่อร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย เราจะได้เห็นมุมมองที่กว้างและมีกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่ม หลากหลายระดับ และหลากหลายอาชีพ อาจจะใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ จัดทำแบบสอบถาม สามารถนำงานวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาสร้างแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งต่อไปได้ เพื่อที่จะได้เห็นจุดที่ควรพัฒนา และจุดที่น่าสนใจที่จะนำมาเป็นข้อมูลในการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจนต่อไป

บรรณานุกรม

- กัญญาณิส ศรีกุล. (2555). การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางการ จัดตั้ง ร้าน เอฟ แอนด์ บี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ บางคล้า จังหวัด ฉะเชิงเทรา.วิทยานิพนธ์คหกรรมมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ บางคล้า จังหวัด ฉะเชิงเทรา
- แก้วตา จินดาวัฒน์. (2548). ความคิดเห็นในการเปิดให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- กิตติภพ สงเคราะห์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ชนสรณ์ โตกราน. (2552). พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ชลบุรี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม \ วิทยาเขตชลบุรี
- จิตร์รัตน์ กำเงิน. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของนักศึกษา มหาวิทยาลัย เชียงใหม่. แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่
- ทิพย์สุดา บุณยธรรม. (2553). กิน ของคนเอเชียอร่อยแต่ลำบาก. ค้นเมื่อ 5 เมษายน 2557 จาก <http://thipsuda-joy.blogspot.com/2010/09/blog-post.html>
- ศิริจรรย์ ผลพันธ์. (2553). *ครบเครื่องเรื่องอาหาร*. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : ส.พิจิตรการพิมพ์.
- ศิริเพชร เตชะพลาเลิศ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในเขตจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : Diamond In Business World
- ศาสตราจารย์โรเบิร์ต ฮาวิกเฮิร์ส (Robert havighurst 1953-1972) *ทฤษฎีพัฒนาการตามวัยของโรเบิร์ต เจ. ฮาวิกเฮิร์ส (Havighurst's Theory of Development task)*
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. (2550). *มนุษย์กับอาหาร*. ค้น เมื่อ 4 ตุลาคม 2557 จาก http://www.sac.or.th/main/article_detail.php?article_id=38&category_id=11

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สารานุกรมไทย ฉบับเยาวชนเล่มที่ 13. (2556). *ประเพณีการรับประทานอาหารของคนไทย*. ค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2557 จาก <http://guru.sanook.com/512/ประเพณีการรับประทานอาหารของคนไทย/>
- สุยดา คำนวณธรรม. (2556). *อาหารญี่ปุ่นรสมือแม่*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มติชน.
- สำนักข่าวไทย. (2552). *ความลับทำไมคนญี่ปุ่นถึงอายุยืนที่สุดในโลก*. ค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2557 จาก <http://health.kapook.com/view930.html>
- อาภา เทียมสิงห์. (2554). *Japanese Foods ศิลปกรรมความอร่อยจากดินแดนชะอุ่ม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อมรินทร์บุ๊ก เซ็นเตอร์ จำกัด.
- AroiJapan. (2553). *สุขภาพดีด้วยอาหารญี่ปุ่น*. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2557 จาก <http://campus.sanook.com/925115/สุขภาพดีด้วยอาหารญี่ปุ่น/>
- EazyThaiCooking. (2557). *เกี่ยวกับอาหารไทย*. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2557 จาก http://www.eazythaicooking.com/index_th.html
- David Levinson and Melvin Ember (eds.) (1996). *Encyclopedia of Cultural Anthropology*. Henry Holt and Company, New York. Pp.503-507
- Kotler, P. Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From Products to costomer to the Human Spirit*. New Jersey : John Wiley and sons.



ภาคผนวก ก
คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ในงานวิจัย

คำถามที่ใช้สัมภาษณ์

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 10 ท่าน

แบบทั่วไป

- 1.ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น
- 2.พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม
- 3.ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น
- 4.เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่นและร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับอาหารญี่ปุ่นและร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่น
- 5.ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ
- 6.วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ
- 7.ความเชื่อเกี่ยวกับการรับประทานอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคนเองหรือคนทั่วไป

คำถาม เชฟ

- 1.ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น
- 2.จุดเริ่มต้นของความสนใจในด้านเชฟอาหารญี่ปุ่น
- 3.เชฟทำอาหารญี่ปุ่นประเภทใดบ้าง
- 4.พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม
- 5.ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น
- 6.เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่นและร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับอาหารญี่ปุ่นและร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่น
- 7.ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ
- 8.วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ
- 9.ความเชื่อเกี่ยวกับการรับประทานอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคนเองหรือคนทั่วไป



ภาคผนวก ข

ประวัติ บทสัมภาษณ์ ข้อเสนอของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 10 ท่าน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในงานวิจัย

1.เชฟบุญธรรม ภาคโพธิ์



เชฟกะทะเหล็กประเทศไทย ประเภทอาหารญี่ปุ่น
ประธานบริหาร บริษัทฮอนโมโนกรุ๊ป ประเทศไทย
เจ้าของร้าน ฮอนโมโนซูชิ

บทสัมภาษณ์เชฟบุญธรรม ภาคโพธิ์

ประสบการณ์การทำงานด้านอาหารญี่ปุ่น

ก็คือ ผมทำงานด้านอาหารญี่ปุ่นมาปีนี้ปีที่29 นะครับ แล้วก็ทำมาตั้งแต่เด็กล้างจาน จนถึงวันที่เราคิดว่าวันหนึ่งเราต้องเป็นเจ้าของร้าน ก็เลยตัดสินใจเปิดร้าน วันที่เราเก็บเงินได้แล้วอะนะครับ ก็จนถึงวันที่เป็นผู้บริหารร้านด้วย แล้วก็ทุกวันนี้ก็ยังทำอาหารอะไรอย่างนี้ครับ

ทำไม ถึงมีความคิดที่จะสนใจในด้านเชฟอาหารญี่ปุ่น

คือจริงๆ ไม่ได้คิดว่าจะทำอาหารญี่ปุ่นอะครับ แต่ด้วยความที่เป็นคนต่างจังหวัดนี่คืองานสมัยก่อนเนี่ยะเลือกไม่ได้ สมัยที่คาร์เนลล์ที่ผมมาอยู่ครั้งแรกยัง1บาท50สตางค์อยู่นะครับ เมื่อก่อนนี้งานร้านอาหารก็น้อย ไม่ว่าจะเป็นอาหารอะไรก็แล้วนะครับ แต่ว่าคืออาหารญี่ปุ่นในบ้านเราเมื่อก่อน ก็ยังมีไม่ถึง10ที่ด้วย ก็ได้ไปเป็นผู้ช่วยก็ด้วยความที่มีอาชีพที่ทำงานร้านอาหารอยู่แล้วก็ได้เข้าไปสัมผัส ก็เลยคิดว่า ถ้าวันเราทำอาหารเป็นอาชีพดีกว่าไม่ได้เห็นเหมือนที่เราทำไร โถนอะไรอย่างนี้นะครับ แล้วพอทำไปแล้วเนี่ยะ รู้สึกว่าอาหารญี่ปุ่น 1 คือตอนที่ทำคือที่แรกก็คิดว่าจะทำอาหารเป็นอาชีพแล้วอะนะครับ แล้วพอทำอาหารแล้วรู้สึกว่ามันมีเสน่ห์ และมีศิลปะอะไรอย่างเนี่ยะครับ ซึ่งมันก็จะแยกแยะว่าอันนี้ครัวเย็นนะ ก็โซว์ลูกคำ อันนี้ครัวร้อนนะก็อยู่ในครัวอย่างเนี่ยะครับ ถ้าเป็นเทพินซากิก็ได้ทำตะหลิว โซว์ตะหลิว ซึ่งผมก็มองว่าถ้าอาหารไทยก็อยู่ในครัวอย่างเดียวนะครับ ถ้าเป็นอาหารญี่ปุ่นนี่คือนอกจากเป็นศิลปะแล้วเนี่ยะ คือผมคิดว่าวันหนึ่งนี่คือคนจะกินได้ทั่วโลก เพราะว่า 1 วัสดุไม่ได้จัดจ้านมาก แล้วก็คือมันไม่มีความเผ็ด ถ้าอาหารไทยถ้าทำในญี่ปุ่นก็ต้องดรอปรสชาติลงมา แต่อาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะอยู่ไหนคือรสชาติก็ดั้งเดิม คือทุกคนทั่วโลกนี่กินได้หมด ก็เลยคิดว่าอาหารญี่ปุ่น อนาคตนี้น่าจะดี

ในตอนนี้เชฟทำอาหารญี่ปุ่นประเภทใดบ้าง

คือผมทำได้ ถ้าเป็นอาหารญี่ปุ่นก็จะทำได้ทุกอย่างอะครับ ทำได้ทุกแผนก ไม่ว่าจะเป็นครัวเย็น ครัวร้อน เทป็นซากิ หรือว่าแบบ ไคเซกิ อย่างนี้นะครับ

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

อาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม คือญี่ปุ่นเนี่ยเขาจะมีอาหารคืออาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมหรือว่า ไคเซกิ เนี่ยนะครับ จริงๆอาหารญี่ปุ่นเขาจะแยกออกเป็นประเภท คือ ไคเซกิ เขาก็จะเสิร์ฟแบบอาหารชาววัง อาหารผู้ดีนะครับ เขาเรียกอาหาร ไคเซกิ คือเวลาเข้าไปเนี่ยก็ต้องจองก่อนล่วงหน้า คือจะเป็นร้านอาหารแบบเขาจะบอกว่าต้องจองก่อนล่วงหน้ากี่วัน เพื่อเขาจะได้เตรียมไว้จะนะครับ แล้วก็ ไคเซกิ จะออกเมนูทุกๆ2เดือนหรือว่าทุกเดือน หรือ 3 เดือนบ้าง แต่จะต้องเปลี่ยนทุกเดือนนะครับ เปลี่ยนไปตามฤดูกาลของวัตถุดิบด้วยจะนะครับ อาหารคือเป็นอาหารดั้งเดิมที่ญี่ปุ่นเขาทานกัน ไคเซกิ คืออาหารแบบชาววังให้จักรพรรดิอะไรแบบนี้ครับ เขาก็จะเป็น course มา เริ่มจากของทานเล่น ก็มีซูชิ แล้วก็ ซาซิมิ พอ ซาซิมิ เสร็จก็จะเป็นของย่าง ย่างแล้วก็ทอด ทอดแล้วก็ต้ม แล้วก็ปิ้ง แล้วก็ปิ้งข้าว เขาเรียกว่า ซุกุจิข้าว แล้วก็ผลไม้ จบเลย course หนึ่งก็ประมาณ 7-8 อย่างไม่เกินนี้

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

คือความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่นอย่างที่ผมแบ่งตอนแรกจะนะครับคือ 1 มันมีศิลปะในตัวอาหาร แล้วก็อีกอย่างหนึ่งก็คือ สามารถที่จะคนทานได้ทั่วโลก โดยที่ไม่ต้องบอกว่าอันนี้ไม่ต้องใส่ อันนั้นไม่ต้องใส่ ซึ่งพอทำออกมาแล้วเนี่ย เราว่ามันจะเสน่ห์อาหารญี่ปุ่นนอกจากมันมีเรื่องราว มีวัฒนธรรมการกิน เหมือนกับเขาบอกหอยเป่าฮื้อ ทำไมเขาทานหอยเป่าฮื้อ ทำไมหอยเป่าฮื้อมี9รุ่นๆ ทำไมหอยเป่าฮื้อเขาบอกว่าเหมือนหอยออกหักอะไรอย่างเนี่ย คือหอยเป่าฮื้อมันจะมีฝาข้างเดียว แต่ถ้าหอยเซลล์เขาบอกว่าถ้าทานหอยเซลล์แล้วคุณจะมีสมหวังนะ เพราะว่ามันมีฝา2ข้าง(หัวเราะ) คืออาหารทุกอย่างญี่ปุ่นเขาก็จะมีเรื่องราวความเป็นมาว่าแบบนี้แบบนี้ เวลาคนทานก็จะรู้สึกดี เหมือนวันเกิดของเด็กก็จะเป็นพวกปลาตัวเล็กๆ ถ้าผู้ใหญ่ขึ้นมาหน่อยเขาก็จะทาน โทได นะอย่างทำเป็นกระเพาะอะไรอย่างเนี่ย พาถูกไปทาน คือมันจะมีเรื่องราว มีเสน่ห์ในอาหารแต่ละตัวของเขา

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

คืออาหารญี่ปุ่นในบ้านเรานี้เนี่ยก็จะมีหลายระดับเหมือนกันนะครับ คือถ้าเป็นอาหารญี่ปุ่นในบ้านเรา ผมยกตัวอย่างที่อยู่ตามห้างทั่วไป อันนั้นคืออาหารญี่ปุ่นเพื่อคนไทย คือเพื่อคนพื้นที่ เพื่อปากคนไทย รสชาติก็จะมี ความจี๊ดจ๊าดขึ้นมานิดนึง แต่ว่าถ้าเป็นร้านอาหารอีกแนวหนึ่งที่ญี่ปุ่นมาทำเลยในบ้านเรานี้เนี่ยก็เหมือนญี่ปุ่นเลย เพราะว่าวัตถุดิบอะไรอย่างเนี่ยก็จะมีการนำเข้าจากญี่ปุ่น ก็ไม่แตกต่างกัน แต่ว่าถ้าญี่ปุ่นนี่ก็คือเวลาที่เขาทำอาหารที่ประเทศญี่ปุ่นนี่คือ ร้านเทมปุระก็ร้านเทมปุระ ร้านอุด้งก็อุด้ง สุกี้ก็สุกี้ ซุชิก็ซุชิ ซาซิมิก็ซาซิมิ แต่บ้านเราเวลาทำในบ้านเราก็คือจะต้องเอามารวมกัน เพราะว่าบ้านเราก็คือทุกคนไปก็อยากทานร้านเดียวให้จบเลย ไม่ต้องไปหลายๆอย่างนี้ะครับ ไปร้านเดียวแล้วก็ได้ครบทุกอย่าง แต่ถ้าญี่ปุ่นไม่ใช่อย่างนั้น ญี่ปุ่นเขาก็จะแบ่งแยกไปเลย อันนี้คือความแตกต่างระหว่างบ้านเรากับบ้านเขาเวลาทำร้านอาหารญี่ปุ่น

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหนด บรรยากาศแบบไหนดที่ตรงใจคุณ

คือผมว่ายังคงความเป็นญี่ปุ่นอยู่อะไรอย่างนี้ะครับ เวลาตกแต่งร้านออกมาคือต้องมี เขาเรียกว่ามีไม้ หน่ออย่างเนี่ยะครับ ญี่ปุ่นจะชอบอะไรเป็นไม้ๆ แล้วก็แบบออกแบบบ้านๆ สมมติว่ามีก็จะมีคานามิโนะนั่นนะอะไรอย่างเนี่ยะครับ คือเข้าไปแล้วเขาบอกว่าให้รู้สึกเหมือนกับทานข้าวอยู่ที่บ้าน เป็นร้านอาหารจะนะครับ ถึงจะเป็นร้านอาหารแต่ก็ให้มีความรู้สึก มีกลิ่นอายเหมือนกับว่าคุณทานอยู่ที่บ้านนะ แล้วก็เขาบอกว่ามันจะได้ทานแล้วก็มีมีความสุขอะไรอย่างนี้ครับ คือถ้าทำอยู่ในบ้านเราจะนะครับ ปัจจุบันนี้เวลาทำร้านอาหารคือข้างในร้านเนี่ยก็

ให้มีความเป็นญี่ปุ่นอยู่ด้วยนะครับ อย่างที่ผมบอกคือมีไม่มีอะไร ตรงเค้าท์เตอร์อะไรอย่างนี้ครับ แต่ว่าสิ่งหนึ่งก็คือบ้านเราทุกวันนี้ก็ต้องให้มีกระจก แล้วก็ให้โล่ง อย่างที่บ ถ้าเราไปญี่ปุ่นเราจะเห็นเลยว่าร้านอาหารญี่ปุ่นมีแต่ โน เร็ง ข้างหน้าร้าน ถ้าอยู่ข้างนอกไม่รู้ว่ามีลูกค้ารีเปล่าอย่างเนี่ยะครับ ถ้าไม่เปิดประตูนะไม่รู้เลย แต่ว่าในบ้านเรา ในประเทศไทยทุกวันนี้ก็ต้องมีกระจก ซึ่งคนไทยเนี่ยเขาเรียกว่าต้องให้คนเห็น ต้องโปร่งๆ ไว้ก่อน มองเห็นว่าร้านนี้ห่วยคนเยอะนะ ถ้าคนเยอะก็แสดงว่าขายดี ของสดนะ ของดีนะ ก็เข้าไป อันนี้คือถ้าอยู่ในบ้านเรา ส่วนรสชาติอาหารก็อันนั้นก็คือสิ่งที่ตามมาที่ต้องรู้จักปรับปรุงแล้วก็ให้มันทันตลาดในบ้านเรา หรือทันคนรุ่นใหม่อย่างเนี่ยะครับ คือตลาดส่วนใหญ่ถึงจะเปิดร้านญี่ปุ่นในเมืองไทย ตลาดส่วนใหญ่ก็คือคนไทยนะครับที่จะต้องมารับประทาน เพราะฉะนั้นเนี่ยะ เราจะต้องปรับใส่ตลาดส่วนใหญ่ก่อนเพื่อมันจะได้อยู่ได้

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

คือคนญี่ปุ่นเวลาเขารับประทานอาหาร แม้แต่ไปนั่งโต๊ะอย่างเนี่ยะนะครับ ก็จะไม่เคยเห็นคนญี่ปุ่นคนไหนกิน ساเก่ก่อนเลย ถ้าจะดื่มอะนะครับ ถ้าไปนั่งเป็นกลุ่มผู้ชายมา เขาจะต้องเบียร์ก่อนแก้วแรก ทุกคนเหมือนกันหมด เขาบอกว่าเบียร์เหมือนกับช่วยผ่อนคลายก่อน ทำให้เรียกน้ำย่อย ในเบียร์เนี่ยะเหมือนกับว่าจะมีลมมีอากาศ หลังจากแก้วนี้ทั้งหมดเขาก็จะหยุดเลยที่นี้ก็เป็นสาเกะอะไรอย่างเนี่ยะครับ ไม่งั้นก็เป็น โชจู ก็ว่าไป อันนี้คือคนญี่ปุ่นเขาจะเป็นวัฒนธรรมเขาเลยในการทาน เสร็จก็จะไปชานิจิมะอะไรอย่างเนี่ยะ ก็จะทานไม่ได้เยอะมากเล็กๆน้อยๆ เป็นชาชิมิ นอกจากนั้นถึงจะเป็นของย่าง พอคบท้ายแล้วเนี่ยะคนญี่ปุ่นไม่ว่าใครก็แล้วแต่เวลาทานพวกนี้เสร็จจะต้องเป็นเส้น เป็นอุด้ง เป็นโซบะ ไม่งั้นก็เป็นซูชิ หรือว่าไม่อย่างนั้นก็จะไปพวกเขาเรียก จัคชีเกะ ข้าวคั้มอะไรอย่างเนี่ยะครับ ก็จบเลย นี่ก็คือวัฒนธรรมที่เขารับประทานอาหารในโต๊ะหนึ่งอะนะครับ แต่ว่าถ้าแบบนั่งซูชิเขาก็จะมีเสน่ห์ของเขาแบบที่เวลาเขานั่งเค้าท์เตอร์ คือบางร้านเนี่ยะเขาก็จะบอกคือเลือกไม่ได้ ญี่ปุ่นที่ห้ามเลือก เข้าไปแล้วคุณต้องกินแบบเนี่ยะ ถ้าคุณบอกว่าไม่กินหอมคุณก็ไปกินร้านอื่น คือเขาจะคือร้านฉันใส่หอมถ้าคุณไม่กินหอมคุณบอกไม่ได้นะว่าแบบห้ามใส่หอม ผมไม่กินหอม ไม่ได้ คุณต้องรู้ว่าก่อนคุณจะมากินเนี่ยะ ร้านนี้ขายอะไรอยู่ ขายแบบไหนอะไรอย่างนี้ครับ คุณก็ต้องเหมือนกับยอมรับในตรงนั้น ต้องศึกษามาก่อน อันนี้คือสิ่งที่ญี่ปุ่นเขาค่อนข้างแข็งแรงมาก แต่ถ้าเป็นบ้านเรา ห่วยไม่อยากขายไม่ขายแล้ว ไม่มาอีกแล้ว แต่ญี่ปุ่นเขาจะไม่สนใจเลย แล้วก็ถ้าบอกว่าต้องใช้มีมือก็คือต้องใช้มีมือทั้งหมดในการทานซูชิ ถ้าใช้ตะเกียบก็ต้องห้ามใช้มีมือ แต่ละร้านก็จะมึวัฒนธรรมมีอะไรที่ไม่เหมือนกัน แล้วก็ตรงเค้าท์เตอร์ซูชิเนี่ยะญี่ปุ่นนี่เขาจะ ร้านที่แบบเก่าๆเก่าๆนี่เขาจะให้เกียรติกับเค้าท์เตอร์เขามากเขาจะไม่ให้ผู้หญิงขึ้น แล้วก็เหมือนกับแม่ย่านางโช้ไหมครับ ถ้าบ้านเราหัวเรือจะไม่ให้ผู้หญิงขึ้นไปอย่างเนี่ยะครับ แล้วก่อนที่จะเข้าไปทำงานเขาก็จะโค้งคำนับเหมือนกับทำความเคารพก่อนแล้วก็ค่อยเดินขึ้น แล้วก็ญี่ปุ่นเนี่ยะ วัตถุประสงค์ของเขาเป็นอะไรที่แบบเวลาเขาทำเนี่ยะเขาใส่ใจมาก แล้วก็คือเวลาเขาทำคือไม่ต้องจำนวนเยอะ เหมือนกับสมมติว่าเขาปลูกเมล่อนอะนะครับ เมล่อนญี่ปุ่นเนี่ยะ ถ้าบ้านเราปลูกก็ยิ่งดี แต่ญี่ปุ่นยังปลูกสมมติว่าต้นเนี่ยะเขาอยากได้สัก 5 ลูก เขาก็จะเด็ดทั้งหมดเลย เหลือไว้แค่ 5 ลูก ถ้าเขาบอกว่าเขาจะทำให้แพงที่สุดต้นนี้จะเหลือลูกเดียวเขาก็จะเด็ดทั้งหมดเลยเหลือไว้แค่ลูกเดียว อันนั้นคือความพิถีพิถันแล้วก็ความเป็นเอกลักษณ์ของเขาเลยอะนะครับ แล้วก็เลี้ยงวัวอะไรอย่างเนี่ยะ เหมือนกับที่เรากล่าวว่าวัวญี่ปุ่นทำไมมันอร่อย คือเขาก็จะทำเป็นแบบเป็นกิจลักษณะอะไรอย่างนี้ คือคนทำก็ทำแบบเป็นกิจลักษณะไปเลย คือเขาจริงจัง เหมือนผมไปญี่ปุ่นอย่างนี้เอ๊ะทำไมเขาทำนาบนภูเขาโช้ไหมครับ เอ๊ะทำไมเขาทำได้ แต่เขาก็ทำเป็นระบบ โดยไม่ต้องเยอะ บ้านหลังหนึ่งทำนาไม่เกิน 5 ไร่ แต่เขาทำได้เยอะ แล้วรัฐบาลเขาก็จะมาช่วยในการทำนา ช่วยดูแลอะไรอย่างนี้ แคร่ ไร่นี้นะไป

เลข พร้อมขายด้วยอะไรอย่างนี้ะครับ แล้วก็ได้ราคาแพง ถ้าพูดถึงปลาเขาก็ทำแบบ เหมือน อะยุ อะไรอย่างนี้ะ เป็นปลาที่จะต้องไปตกเป็นน้ำใสๆ ต้องมานั่งมีความอดทนนะ พอหมด หุคเลย ห้ามจับ ถ้ารู้ว่าใครจับ ใครกิน แบบเขาก็จับคนนั้น มีบทลงโทษนะครับ คือเขาก่อนข้างจะיעדต่อเรื่องพวกนี้ เรื่องวัตถุดิบ เรื่องอาหาร เวลาให้ จับก็ให้จับ ไม่ให้จับก็ต้องหยุดเลย โดยในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลของวัตถุดิบก็จะหาวัตถุดิบนั้นทานไม่ได้เลย คือ นอกจากจะเป็นแซ่แข็งไรอย่างนี้ะครับ ถ้าเป็นสดๆนี่ไม่มีเลย แต่ด้วยปัจจุบันนี้คือการแซ่แข็ง แปรรูปไว้ นะครับ

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

คือในแง่ของอาหารญี่ปุ่นนี่คือความเชื่อที่ผมบอกว่ามีที่มันไปนะครับว่า อาหารแต่ละชนิด อาหารแต่ละ อย่าง อาหารชนิดนี้ทำเพื่อวันอะไร คือถ้าในร้านอาหารญี่ปุ่นที่เก่าแก่เขาก็จะค่อนข้างซีเรียสกับเรื่องพวกนี้ะนะ ครับ แม้แต่ปลาดิบที่วางอะนะครับ คุณต้องตัดก็ขึ้นถึงจะวางเป็น ซาซิมิได้ แล้วก็วางกลับข้างไม่ได้จะหมายถึงคน กินแล้วโชคไม่ดี เดี่ยวจะมีอุบัติเหตุมีอะไร คือสมัยแรกๆที่ผมเข้ามาด้วยวัฒนธรรมอาหารญี่ปุ่นเพิ่งเข้าไม่เคยนะ ครับ อาจารย์ญี่ปุ่นเขาจะซีเรียสมากเรื่องพวกนี้ แค่นี้ะ ไม่ให้ตัดคู่ ตัดยังงี้ก็ต้องเป็นคู่ แต่ว่า มาก ที่ เป็น โรล อะนะครับก็เวลาตัดออกมาแล้วต้องเป็นคู่ละห้ามก็ แต่ว่าของท่านเล่นเนี่ยะตัดออกมาต้องให้เป็นคู่ห้ามเป็นคู่ เพราะเป็นคู่หมายถึงให้คนตายกินอะไรอย่างนี้ะ คือญี่ปุ่นคนเก่าๆเนี่ยะเขาจะมีความเชื่อเรื่องพวกนี้ค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นอาหารมัน ผมว่าอาหารญี่ปุ่นมันก็มีเสน่ห์ในตัว แต่ถ้าเป็นอาหารไทยก็มีความเชื่อใหม่ แต่ด้วยความที่ ผมไม่ค่อยศึกษาเท่าไหร่นะครับ แต่เราก็เป็นคนไทย แต่ก็ไม่ได้ถึงกับซีเรียสขนาดนั้น ที่เราเห็นว่าอาหาร ไทย ดัม ยำก็กินดัมยำไป ผัดอะไรก็กินผัดอะไรไป ก็ไม่ได้ซีเรียสถึงขนาดแบบญี่ปุ่น

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์เชฟบุญธรรม ภาคโพธิ์

เชฟบุญธรรม เชฟกะทะเหล็กอาหารญี่ปุ่นที่สั่งสมประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นมากกว่า 29 ปี โดยเริ่ม จากการเป็นเด็กล้างจาน จนมาถึงผู้ช่วยก๊วก และเมื่อมีโอกาสได้ทดลองงานด้านอาหารญี่ปุ่นก็ได้สัมผัสกับเสน่ห์ที่ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีศิลปะ และมีความคิดว่าอาหารญี่ปุ่นสามารถกินได้ทั้งโลกเนื่องจากรสชาติไม่จัดจ้าน เมื่อมี โอกาสเชฟบุญธรรมก็ได้เปิดกิจการร้านอาหารญี่ปุ่นเป็นของตัวเอง ซึ่งเชฟบุญธรรมสามารถทำอาหารญี่ปุ่นเรียก ได้ว่าแทบจะทุกประเภท เชฟบุญธรรมได้เล่าถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมหรือที่เรียกว่า ไคเซกิ ว่าเป็นอาหารชาววัง เอาไว้ใช้เสิร์ฟให้กับจักรพรรดิในสมัยก่อน แต่ในปัจจุบันหากต้องการรับประทานอาหารประเภทนี้จำเป็นต้องมี การจองล่วงหน้าเพื่อที่เชฟจะได้สามารถจัดเตรียมวัตถุดิบได้ตามที่ต้องการ และวัตถุดิบที่นำมาปรุงต้องตรงตาม ฤดูกาลด้วย ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่นนั้นนอกจากจะอยู่ที่ตัววัตถุดิบแล้ว ศิลปะการตกแต่งอาหารให้มีความ น่าทานก็น่าสนใจไม่แพ้กัน ซึ่งอาหารญี่ปุ่นก็เป็นอาหารที่คนในทุกชนชาติสามารถรับประทานได้เนื่องจากมี รสชาติที่อ่อนน้อม นอกจากนี้อาหารญี่ปุ่นยังเต็มไปด้วยเรื่องราวความเป็นมา เช่นความเชื่อในการกินหอยเป่าสื่อ เชื่อว่าเป็นหอยออกหักเนื่องจากมีฝาเดียว ส่วนหอยเชลล์นั้นเป็นหอยสมหวังเนื่องจากมี2ฝา ส่วนในเรื่องความ แตกต่างระหว่างร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยและร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นนั้น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทส ไทยที่เราเห็นทั่วไปต้องห้ามสรรพสินค้าเป็นอาหารญี่ปุ่นที่ค่อนข้างทำออกมาเพื่อให้ถูกปากของคนไทย รสชาติจึงมีความเข้มข้นมากกว่าอาหารญี่ปุ่นแบบแท้ๆ แต่ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยที่ทำโดยชาวญี่ปุ่นนั้น ค่อนข้างไม่แตกต่างกันเลยกับร้านที่ญี่ปุ่น เพราะร้านเหล่านี้จะนำเข้าวัตถุดิบที่มาจากประเทศญี่ปุ่น และที่แตกต่าง

อีกอย่างคือนิสสันไทยเวลาไปรับประทานอาหารก็ต้องรับประทานหลายๆได้หมดภายในร้านเดียวกัน แต่ที่ญี่ปุ่นจะมีร้านอาหารเฉพาะประเภท ดังนั้นแล้วที่ญี่ปุ่นก่อนที่คุณจะมากินอะไรคุณควรศึกษาให้ดีกว่าร้านนี้มีขายอะไร ขึ้นชื่อเรื่องอะไรเพราะญี่ปุ่นจะไม่จู้ลูกค้า และทำในแบบตามสูตรของตนเอง การคัดสรรวัตถุดิบต้องมีความพิถีพิถัน ทั้งในการปรุงหรือแม้กระทั่งต้นกำเนิดของมัน ญี่ปุ่นจะดูแลวัตถุดิบที่เลี้ยงไว้ใช้เป็นอาหารเป็นอย่างดี ในส่วนของสไตล์ของร้านอาหารญี่ปุ่นที่เซฟบุญธรรมชื่นชอบนั้นจะเป็นร้านที่คงความเป็นญี่ปุ่น ญี่ปุ่นชอบอะไรที่เป็นไม้ และดูเรียบง่ายคล้ายบ้าน บางร้านอาหารจะต้องเข้าไปกินถึงข้างใน ต่างจากของคนไทยที่ร้านค้าต้องเป็นกระจกโปร่งๆ มองเห็นด้านในว่าคนเยอะหรือน้อย ซึ่งในการทำธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยจริงอยู่ว่าอาจจะต้องคงความเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญตามแบบญี่ปุ่นไว้แต่ในหลายๆอย่างก็ต้องปรับเพื่อที่จะรองรับคนไทย ซึ่งก็เป็นตลาดส่วนใหญ่ในบ้านเรานั่นเอง



2. Chef Akihiko Iizaka ร่วมสัมภาษณ์กับคุณ ศิริพร วงศ์ยังอยู่ (ผู้จัดการร้าน Bankara ramen)



หัวหน้าเชฟราเมงจากร้าน Bankara ramen

บทสัมภาษณ์ Chef AKIHIKO IIZAKA และคุณ ศิริพร วงศ์ยังอยู่

ประสบการณ์การทำงานด้านอาหารญี่ปุ่น

เมื่อก่อนทำงานที่ Bankara ramen ที่ Tokyo ทำมา 5 ปีที่ ญี่ปุ่น เริ่มต้นจากกินราเมง แล้วอร่อย แล้วก็เพื่อนทำงานอยู่ที่ร้าน Bankara ramen ที่ญี่ปุ่นก็เลยชวนเขาไปทำงานด้วย ปรากฏว่าตัวเองเห็นเพื่อนทำงานสนุกมาก ก็เลยชอบทำ ก็เลยทำงานอยู่ที่นั่น เป็นเชฟธรรมดา 5 ปี ในร้าน Bankara ramen จะเป็น franchise เขาก็จะเป็น Manager แต่ว่าคนที่คิดสูตรจะไม่ใช่เขา ที่ Bankara ramen ก็จะมีการสอนให้ ก็คือจริงๆ แล้วไม่เคยเป็นเชฟมาก่อน แต่เพื่อนชวนมาทำที่ Bankara ramen ที่ญี่ปุ่นก็ทำให้เริ่มทำราเมง

ทำไมถึงเลือกที่จะเป็นเชฟราเมง

เพราะสนุก ทำงานสนุกมาก ลูกค้าน่าเยอะๆ ร้านราเมงเสียงดังชอบ สนุกสนาน คึกคักดี

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

คือไม่ค่อยรู้อาหารอื่น จะเป็นราเมงอย่างเดียวได้ไหม จะอธิบายยังไงดี ร้านราเมงจะแล้วแต่ร้านนะ ร้านนี้รสชาติจัดมากก็มี เค็มก็มี มันเยอะๆ ก็มี หัวใจของความอร่อยของราเมงผมคิดว่าขึ้นอยู่กับใส่ใจในการทำ การเลือกวัตถุดิบ เขาจะพูดเสมอว่าการทำราเมงแต่ละที่ความอร่อยขึ้นอยู่กับลูกค้า แล้วแต่คนชิม บางครั้งราเมงแชมป์เปี้ยน ได้รางวัลมาเยอะก็จริง แต่ว่าบางคนชิมแล้วอร่อย บางคนชิมแล้วไม่อร่อย ขึ้นอยู่กับแต่ละคน แต่ว่าสำหรับของเขายกใส่ใจ ใช้หัวใจในการทำ ก็คือตั้งใจ เลือกวัตถุดิบที่ดี คัดสรรทุกอย่างทุกอย่างแบบใส่ใจ กว่าที่จะวางหม้อ ต้องมีความพิถีพิถันในการที่จะทำราเมงออกมาหนึ่งชาม ที่เขาพูดเสมอๆ นะ

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

ความน่าสนใจของราเมงจะอยู่ที่น้ำซุป สูตรน้ำซุปของแต่ละที่ก็จะต่างกัน สูตรของเราส่วนใหญ่จะใช้ โชยุ บุระ(น้ำมันหมูผ่านกรรมวิธี) ใช้กระดูกหมู กระดูกไก่ด้วย แล้วก็ส่วนผสมเหมือนกับว่า แต่ละที่ซุปจะต่างกัน แต่สไตส์ของเราจะเน้นค่อนข้างมัน แล้วก็ออกเข้มข้นนะ ออกเข้มข้นคือเราจะดึงมันตรงส่วนหลัง มันตรงนี้จะช่วยเพิ่มความหวานให้กับน้ำซุป แต่บางท่านอาจจะบอกว่ามันมันเกินไปอะ ไรอย่างเนี่ยะคะ เท่านั้นเองแต่ก็คือตอนนี้แหละคือ Original ของเราก็คือการนำมันส่วนหลัง น้ำซุปที่เข้มข้นที่แตกต่างจากตรงอื่น

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

ไม่เหมือนเลย บริการด้วย บริการแบบเวลาที่ลูกค้าเข้า ที่ญี่ปุ่นจะสนใจลูกค้าทุกคน แต่บางครั้งในประเทศไทยก็ไม่สนใจลูกค้า ถ้าญี่ปุ่นต้องสนใจ แล้วที่สโตร์ร้านอาหารของญี่ปุ่นบางที่ส่วนใหญ่อย่างร้านราเมงที่ Bankara ramen ที่ญี่ปุ่น เขาจะเป็นพวกตัว ก็คือสมมติว่าเราอยากได้อะไร เราก็ไปกดที่ปุ่ม เขาก็จะขึ้นให้อะไรอย่างเนี่ยะคะ ก็คือสโตร์ตรงนั้นจะต่างจากที่นี้ ก็คือที่นี้เนี่ยะจะมีพนักงานเสิร์ฟรับ แล้วก็โดยที่นั่นเนี่ยะ ลูกค้าของชาวญี่ปุ่นจะไม่ค่อยเรื่องมากนะ เขาจะรู้อยู่แล้วว่า ราเมงที่นี้สโตร์เป็นแบบนี้ เราจะมีข้อจำกัดอย่างเช่นว่า เส้นแข็งได้ เส้นนิ่มได้ มันมาก มันน้อย แต่ส่วนใหญ่ที่นี้ก็คือจะแบบลูกค้าเราจะมีรายละเอียดเยอะกว่าที่นั่น อย่างลดมันไปอีกได้ไหม ลดแก้มเอาแบบไม่เต็มเลยได้ไหม อยากได้เผ็ดได้ไหม เผ็ดมากกว่านี้ได้ไหม ซึ่งที่นั่นเนี่ยะเขาจะค่อนข้างรู้ว่าถ้าอยากกินแก้มก็ไปกินร้านนี้ หรือเผ็ดก็ไปกินที่ร้านนี้ ก็จะเป็นสโตร์ของเขาว่า Original ถ้ามาร้านนี้นะมันก็ต้องออกมาเป็นแบบนี้ จะไม่แบบผิดหรือแตกต่างไปจากนี้เยอะมาก ประมาณนี้ อะไรทำนองนั้น แล้วที่นี้ก็จะต้องปรับลดมัน ลดแก้มเพื่อให้ถูกปากคนไทยด้วย อย่างนี้ละเท่านั้นเอง

ร้านอาหารญี่ปุ่นสโตร์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

ผมชอบร้านอาหาร ราเมง ชูชิก็ไม่ค่อยกิน บรรยากาศจะต้องเสียงดัง เพราะเขาจะบอกพนักงานในร้านให้ สิ่งที่เขาชอบแล้วที่สโตร์ของร้านอาหารญี่ปุ่นก็คือส่วนใหญ่ก็จะปรับมาใช้กับพนักงานในร้านนี้ คือ 1 ต้องเสียงดัง ต้องใส่ใจลูกค้า มันมีส่วนช่วยให้บรรยากาศในร้านมันดีขึ้น อย่างสมมติว่าแบบ อีราไซมาเซ ไม่ใช่ว่าแบบเข้ามาในร้านแล้วก็เงียบ มันดูไม่กึกกั่นนะ มันต้องดูต้อนรับ บรรยากาศในร้านแบบลูกค้ากับเราต้องเป็นกันเองแต่ยังแฝง เหมือนไม่ใช่ว่าลูกค้าคือเพื่อนเราแต่ก็ก็ยังมีความกึกกั่น ยังมีความใส่ใจลูกค้าแบบว่าจำได้ลูกค้าคนนี้นะมาเห็นหน้ามาแล้วจะต้องสั่ง Bankara Topping corn (ชนิดของราเมงที่จะต้องเพิ่มข้าวโพด) มิโสเพิ่มอะไรอย่างเนี่ยะคะ ลดมัน ลดแก้ม เหมือนลูกค้าเป็นแบบครบครันเรา เดินเข้ามาจะจำได้ ไม่ต้องบอกนะว่าราเมงอย่างนี้ต้องสั่งอะไร ก็คือเหมือนกับรู้กันแล้วแต่ก็ประมาณนี้ละ (ตอนสัมภาษณ์ในร้านราเมงนี้พอมีคนเข้ามาพนักงานทุกคนก็จะส่งเสียงต้อนรับทักทายว่า อีราไซมาเซ กันลั่นร้าน) จะเป็นบรรยากาศแบบนี้อะคะ คริกครื่น

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

มีการจัดวางสวยๆ อาหารญี่ปุ่นจะมีความเป็นศิลปะ อย่างสมมติว่าการจัดเรียง โชว์ออกมาอะไรอย่างเนี่ยะคือบางทีแบบอย่างถ้วยเตี้ยवानเราก็จะทำแบบโปะๆ ลงไป แต่ของเขาก็ต้องจัดให้สูง ให้มีรูปแบบอะไรของเขาประมาณนี้ จะต้องมูมนี้นางซ้อน ต้องเรียงด้านนี้ สาหร่ายต้องตรงนั้นนะ จะใส่ตรงอื่นไม่ได้ก็จะเป็นแบบความสวยงาม แล้วก็แบบพวกชั้นตอนของเขาก็จะมีมากขึ้น อย่างอาหารญี่ปุ่นบางทีเขาจะมีแบบเคยเห็นไหมคะที่มันเป็นเซตแล้วจะมีแบบที่นิดๆ หน่อยๆ เป็นชั้นเป็นข้าว แล้วจะมีแบบเครื่องเคียง 2-3 อย่าง น่าจะเป็นประมาณนั้น

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

ราเมงเนี่ยะซุ๊ปต้องร้อน กินราเมงต้องร้อนจริงๆ แล้วราเมงเนี่ยะมันเป็นของจีนมาก่อน แล้วคนญี่ปุ่นก็เอามาประยุกต์แล้วก็ปรากฏว่า ชอบกันในหมู่นักญี่ปุ่น ก็เลยดัง แต่ถ้าความเชื่อหรือ อาหารต้องคุณภาพดี คุณภาพของต้องดี ประมาณนี้มันก็ไม่ออก

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์ Chef AKIHIKO IIZAKA และคุณ ศิริพร วงศ์ยังอยู่

Chef Akihiko เป็นเชฟชาวญี่ปุ่นที่มีความชำนาญด้านการทำราเม็ง ได้ทำงานที่ร้านราเม็งที่ญี่ปุ่นถึง 5 ปี แล้วจึงมาเป็นหัวหน้าเชฟที่ Bankara ramen ที่ประเทศไทย เริ่มต้นจากที่เป็นคนชอบรับประทานราเม็ง จึงได้ตามเพื่อนที่ทำงานอยู่ที่ร้านราเม็ง ผลปรากฏว่าชอบในสไตล์ของร้านราเม็งที่มีความครีเอทีฟ เสียงดัง และสนุกสนาน จากนั้นก็ได้ศึกษาวิธีการทำราเม็งมาเรื่อยๆ จนมาถึงในปัจจุบัน เชฟมีความคิดว่าสิ่งสำคัญของการทำอาหารญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งราเม็ง อยู่ที่ความพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบ คัดสรรทุกอย่างอย่างใส่ใจ และหัวใจที่สำคัญของราเม็งก็ต้องอยู่ที่น้ำซุป ต้องร้อน มีความเข้มข้น สูตรคือการนำมันส่วนหลังของหมูมาปรุงเป็นน้ำซุปก็จะได้รสชาติที่เข้มข้นขึ้น พร้อมทั้งการจั่ววุ้นที่มีความเป็นศิลปะ ก็จะสร้างความประทับใจให้กับราเม็งเป็นอย่างมาก และในเรื่องของความแตกต่างระหว่างร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยและร้านอาหารญี่ปุ่นที่ญี่ปุ่นนั้นเชฟมองว่ามีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ทั้งเรื่องลูกค้าและบริการ เชฟเห็นถึงความใส่ใจในการให้บริการของชาวญี่ปุ่นที่มีมากกว่าคนไทย และในขณะเดียวกันก็เห็นความละเอียดอ่อนในรสชาติของชาวไทยที่มีมากกว่าชาวญี่ปุ่น Chef Akihiko ผู้ที่หลงรักในราเม็ง ชอบในเสน่ห์ของร้านราเม็งที่ต้องมีความครีเอทีฟ สนุกสนาน ที่เมื่อลูกค้าเข้ามาต้องมีการต้อนรับ ทักทาย เพราะเชฟเชื่อมั่นว่าจะช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการรับประทานอาหารมากยิ่งขึ้น

3. คุณสันติ เสวตวิมล



นักเขียน

นักหนังสือพิมพ์

พิธีกรด้านอาหาร

ประวัติคุณสันติ เสวตวิมล

สันติ เสวตวิมล

นามปากกา : นที สัทนัทร, แม่ซ้อย นางรำ, สามตา, อธิษฐาน, กรวิก, ถูปถัมภ์ พุทธรังษิ, เทวดา เคนดิน

เกิด : 5 มกราคม 2489 กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

อาชีพ : นักเขียน นักหนังสือพิมพ์ พิธีกร

การทำงาน

นักข่าวสงครามเวียดนาม หนังสือพิมพ์ "พิมพ์ไทย" ระหว่างปี พ.ศ. 2509-2510

หัวหน้าข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์ "พิมพ์ไทย"

นักข่าวสงครามเขมร หนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" ระหว่างปี พ.ศ. 2515-2517

หัวหน้าข่าวสังคมและบันเทิง หนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" ระหว่างปี พ.ศ. 2518-2535

บรรณาธิการนิตยสาร "ชีวิตต้องสู้" รายสัปดาห์ ระหว่างปี พ.ศ. 2535-2544

คอลัมนิสต์ประจำหนังสือพิมพ์ "ผู้จัดการ"

ที่ปรึกษานิตยสาร "ชีวิตต้องสู้" รายปักษ์

ที่ปรึกษาบริษัทนิธิทัศน์ โปรโมชั่น

พิธีกรรายการ "แม่ซ้อยอร่อยเด็ด" ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7

บรรณาธิการที่ปรึกษาหนังสือพิมพ์ "บางกอกทูเดย์"

ประธานสถาบัน (Chair Man) ในรายการ เชฟกระทะเหล็ก ประเทศไทย ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ปี พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน

ผลงาน

หนังสือรวมเล่ม

ร้อยเล่ห์-เสน่ห์หา (พ.ศ. 2520)

รวมเรื่องสั้นของสันติ เสวตวิมล (พ.ศ. 2525)

รวมเรื่องสั้นของสันติ เสวตวิมล ฉันทน์มีแต่วันวาน (พ.ศ. 2525)

สันติฟรีสไตล์ (พ.ศ. 2537)

แม่ช้อยนางรำ (พ.ศ. 2537)

ด้วยชีวิตและจิตใจ (พ.ศ. 2542)

น้ำหยาด (พ.ศ. 2542)

ตำนานตลาดไทย (พ.ศ. 2544)

แสงตะเกียง (พ.ศ. 2545)

โลกกว้างแค่ทางเดิน (พ.ศ. 2545)

คนบาปพรหมพิราม / สันติ เสวตวิมล (พ.ศ. 2546)

ครบรอบ 30 ปี แม่ช้อย นางรำ (พ.ศ. 2548)

รวมเรื่องสั้น “วันหมา-หมา”

กัมภีร์ชีวิต (พ.ศ. 2551)

รางวัลที่ได้รับ

รางวัลสื่อมวลชนดีเด่นเพื่อเยาวชน ของสำนักนายกรัฐมนตรี ติดต่อกัน 2 ปี พ.ศ. 2524-2525

เรื่องสั้นชุด “ฉันทน์มีแต่วันวาน” และนวนิยาย “น้ำหยาด” เข้ารอบสุดท้าย ในการตัดสินจากคณะกรรมการรางวัลซีไรต์

เรื่องสั้นชื่อ “พระอรหันต์” ได้รับการยกย่องว่าเป็นเรื่องสั้น ดีเด่นจากสมาคมภาษาและหนังสือ รางวัล “ศิลปินอาเซียน” ของสมาคมอาเซียนจากเพลง “งานวัด”

บทสัมภาษณ์ คุณสันติ เสวตวิมล

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ ประสบการณ์ตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่2เริ่มใหม่ๆ ตอนนั้นร้านอาหารญี่ปุ่นยังไม่แพร่หลายเหมือนอย่างทุกวันนี้หรอก มันมีร้านอาหารญี่ปุ่นร้านแรกชื่อว่า ฮานาญ่า แปลว่า ดอกไม้ อยู่ที่สี่พระยา ก็ที่อยู่แถวนั้นก็เพราะว่า สมัยก่อนแถวสี่พระยา บางรัก หรือว่าหน้าไปรษณีย์กลางตอนนั้นเป็นย่านของพวกต่างประเทศที่เข้ามาเมืองไทยเขาจะอยู่ในระแวกแถบนั้น ยกตัวอย่างง่ายๆอย่างโรงแรมโอเรียลเต็นท์ก็อยู่ที่นั่น แล้วก็มีโรงแรมของพวกญี่ปุ่นเนี่ยะ ถ้าจำไม่ผิดชื่อโรงแรมแปซิฟิก แล้วพวกญี่ปุ่นก็มาเปิดร้านอาหารญี่ปุ่นชื่อ ฮานาญ่า ก็กินมาตั้งแต่ตอนนั้น เพราะผมเกิดช่วงนั้น ช่วงสงคราม หลังสงคราม ก็ได้กินอาหารญี่ปุ่นตั้งแต่แรกๆ แต่ตอนนั้น ก็ไม่ได้ประทับใจเพราะว่าเรเด็ก แต่ที่มาประทับใจจริงๆ เกิดมาก็เอ้ออาหารญี่ปุ่นอร่อยก็คือเมื่อมีห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่นแห่งแรกเกิดขึ้นในประเทศไทยชื่อ ไคมารู อยู่ที่ราชประสงค์ ก็เปิดประมาณ 2504 2505 ก็เป็นครั้งแรกเลยมีห้างสรรพสินค้าที่มันไบเคเลี่ยน ก็มีร้านอาหารญี่ปุ่นอยู่ที่ไคมารู เพราะไคมารูเป็นห้างสรรพสินค้าของญี่ปุ่นที่เป็นญี่ปุ่นจริงๆ ไม่ใช่ของคนจีน ไม่ใช่ของคนไทย รู้สึกถ้าจำไม่ผิด ชั้น3 มีห้องอาหารญี่ปุ่นอยู่ ชั้น1 ก็ขายของทั่วไปมีซูเปอร์มาร์เก็ต และชั้น2 ก็ขายพวกสินค้าทั่วไป แต่ชั้น3 นี่จำได้ก็จะ

เป็นภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น จำชื่อไม่ได้เพราะเราก็ไม่ได้สนใจ แต่ว่าที่สนใจมากก็คือ เป็นคนที่ชอบกิน แล้วก็ชอบกินของแปลกๆ เราก็ไปยืนดูเค้าที่เทอร์บาร์ซูชิ ซูชิบาร์เนี่ยะที่แต่ก่อนนั้นคนไทยยังไม่รู้จัก มันจะมีแบบตู้น้ำแข็งนะ อย่างที่ทุกวันนี้ได้พลาสติก ซาซิมิวางสวย decorationสวย ออกแบบสวยไง ก็ไม่เคยเห็นนะ ก็มีปลาเป็นชั้น แต่ที่สนใจมากคือ สำหรับเราไม่เคยเห็นสำหรับญี่ปุ่นนะ มันมีหลายอย่าง ตะปุ่มตะป่ำเหมือนหวนปลาหมึกก็มี เป็นเส้นก็มี สีเขียวก็มี สีแดงก็มี หรืออะไรต่ออะไร โอโห้ กินได้หรือ? ก็ลองกิน เอ้ยมันอร่อยนะ จำได้เลยว่าชอบสำหรับญี่ปุ่นเนี่ยะ ก่อนอาหารญี่ปุ่นทั้งหมด เพราะอาหารญี่ปุ่นปลาเราก็กินมาแล้ว แต่ว่าคนที่สอนให้กินอาหารญี่ปุ่นคนแรกคือ คุณสุเทพ วงศ์กำแหง พี่เทพนะเขาเป็นนักเรียนญี่ปุ่น เขาไปอยู่ญี่ปุ่นตั้งหลายปีแล้วก็กลับมาเมืองไทย แล้วก็บอกว่าเขาชอบกินปลาดิบญี่ปุ่น ก็ชวนเพื่อนฝูงเขา เขาเป็นรุ่นพี่มาทำปลาดิบ เราก็ไม่รู้จักปลาดิบ พี่เทพก็เอาปลาดิบ พี่เทพจะซื้อปลาโอ ก็คือปลาที่เราใช้ ปลาทูน่านั่นแหละ ก็เอาปลาโอที่มันมีราคาถูกมากในสมัยนั้นมาทำ หั่น แห่ตู้เย็นช่องแข็ง แข็งๆเลยแล้วก็มิวซาบิ เราก็ยังไม่รู้จักมิวซาบิ มันมีชีอิ้ว ซอสโชยุ แต่ว่าเขากินไม่เหมือนญี่ปุ่นเพราะญี่ปุ่นจะมีหัวไชเท้าซอยๆ แต่พี่เทพไม่มี พี่เทพก็เอาขึ้นซ่าย ก้านขึ้นซ่าย ซึ่งญี่ปุ่นไม่ใช้เงินใช้เพราะเงินกินปลาดิบเหมือนกันเขาเรียก อือแซ ปลาดิบอือแซเนี่ยะนะ ถ้าคุณเคยรู้จักเขาจะกินกับขึ้นซ่าย ก็กินดู โอโห้ คุณแทบตาย เพราะเราไม่รู้ว่ามีมิวซาบิมันจูนนะ ไม่รู้จักก็ใส่สะเต็มที่เลย แล้วก็อูหู้ มันขึ้นพุ่งเข้าไปในจมูกเข้าไปในปาก เราไม่รู้จักหนิ อายุตอนนั้นก็ประมาณ 11 12 โอ้วแทบตาย จูนก็เลย แต่พอกินๆไปเรื่อยๆซักอร่อย ปลาดิบซักอร่อย ก็เลยได้ความรู้เรื่องอาหารญี่ปุ่นว่ามันคงจะน่าสนใจ 1 เราไม่เคยกินปลาดิบ 2 เราไม่เคยกินใส่ซอสหรือชีอิ้วญี่ปุ่น คือมันต่างจากชีอิ้วจีน มันจะมีความหอม มีความกลมกล่อม มีความไม่เค็มมาก และที่สำคัญคือมิวซาบิ เวลากินอาหารญี่ปุ่นเขาควาซาบิรู้สึกว่ามันจะอะไรไปอย่าง ก็เลยติดใจ เพราะฉะนั้นพอกินอาหารญี่ปุ่นจากที่เล่าเนี่ยะ ก็เลยได้รู้จักกับร้านญี่ปุ่นที่ไคมารู เวลาที่มีสตางค์เด็กนักเรียนนะ ก็จะรวมเงินไปกินกัน พยายามกินและจำได้ ซูชิยังไม่เท่าไร กินปลาดิบซาซิมิ แล้วก็มากินที่ติดใจมากก็คือเทมปุระ ชอบมากเลยมันเอากุ้งไปทอดกรอบ ปลาหมึกทอดกรอบ ผักทอดกรอบ น้ำจิ้มหวานๆเปรี้ยวๆอะไรอย่างเนี่ยะ ชอบ แล้วก็หลังจากนั้นไปเรียนต่อไปอยู่อเมริกา พอไปอยู่อเมริกามีร้านอาหารญี่ปุ่นเยอะแยะเลย ช่วงปี 1970 เพื่อนฝรั่งก็ชวนไปกินข้าวญี่ปุ่นเราก็ไปกินๆมันก็เลยกลายเป็นรสนิยมส่วนตัว ว่าชอบกินอาหารญี่ปุ่นมากกว่าอาหารฝรั่ง เพราะว่าเราเป็นคนเอเชียอยู่แล้ว แล้วก็อาหารฝรั่งนั้นกินเพราะว่ามันเลียน มันมีเนย มันมีมาก ญี่ปุ่นมัน Fresh มันสดชื่น แล้วรู้สึกมันมีความแตกต่างจากอาหารจีน อาหารจีนบางทีก็เลียน ญี่ปุ่นไม่ค่อยเลียนหรอก แต่ก็ยังไม่หลากหลายเท่าตอนหลังเนี่ยะ มาทำทัวร์ มีบริษัททัวร์ ก็พาลูกค้าไปกินนั่นกินนี่ ไปกินที่ญี่ปุ่นเจอมาเยอะเลย โอโห้ยิ่งเห็นยิ่งหลากหลาย ยิ่งเห็นความแตกต่าง แล้วก็ที่จำได้ ประทับใจมีอยู่ว่า เคยดูหนังญี่ปุ่นเนี่ยะ มันกินปลาหมึกสาย บ้านเราเรียกปลาหมึกสายไม่ใช่ปลาหมึกกล้วยนะ หัวมันจะโตๆ ภาษาอังกฤษเรียน Octopus เขากินดิบๆสดๆนะ อ้าปากแล้วหย่อนลงไป ในคอ กินเลย ก็คิดว่ามันคงจะอร่อย เพราะว่าโดยปกติ ผมอยู่เมืองชล ปลาหมึกเราเอามาจากทะเลเราหัน ไม่ต้องเอาไปทำอะไร เอามาแกงกับน้ำจิ้มเหลือง หวานมากๆ โขลกพริกขี้หนูกับกระเทียมมะนาวก็โอเค อร่อย ก็ตั้งใจไว้ว่าวันหนึ่งจะต้องไปกินปลาหมึก ทั้งหัวอ้าปาก หย่อนลงไป แล้วเขาบอกว่าพอหย่อนไปเนี่ยะให้กลืนลงไปเลย ไม่ต้องเคี้ยว มันจะเข้าไปอยู่ในท้องเราและมันจะไปตาย เพราะในท้องเรามันมีกรด ก็ไม่รู้ว่ารอดได้ไหมเพราะเขาก็บอกว่าเคยมีคนกินแบบนี้แล้วติดคอ วันนั้นก็ไม่มี ยังหนุ่มเลยอยากจะลองก็กลืนเข้าไป มันก็ไปกระตุกกระตุกอยู่ในหลอดคอ แล้วเราก็กินเหล้าสากลงไป มันก็ลง มันก็เป็นประสบการณ์ที่เราประทับใจ และอีกครั้งหนึ่งก็คือ ได้กินปลาฟูกุ คือปลาปักเป้า ท่านเจ้าของโรงแรมHilton เป็นนักกินมากเลย ท่านเปิดห้องอาหารญี่ปุ่นที่โรงแรมปาร์กในเลิส เราก็กินเพราะว่าเราก็กินอาหารญี่ปุ่นมาเยอะ แต่ท่านบอกว่าต้องมากินเพราะนี่ถือเป็นปรากฏการณ์ครั้งสำคัญ

ที่สุดของชีวิตคนกินอาหารญี่ปุ่น คือกินปลาฟุกุ เป็นปลาน้ำจืดซึ่งก็บอกว่าตาย กินแล้วตาย เพราะว่ามีคนตายเยอะ เขาก็ชวนเราไปกิน มีแต่เพื่อนตายนะ เราก็ไปกิน แล้วก็บอกว่าให้เอารถโรงพยาบาลมารอรับ ของหมอเคหา โรงพยาบาลเดชาอยู่พญาไทให้มาจอดเอาไว้ ถ้ามีอะไรเกิดขึ้นส่งเข้าโรงพยาบาลเลย ก็สนุกดี ตอนนั้นก็ยังหนุ่มๆ ก็ไปกิน เขาก็เอาเซฟมาจากญี่ปุ่น คนที่จะทำปลาฟุกุได้เนี่ยะ ต้องไปประกาศนียบัตรในการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขของญี่ปุ่นว่าสามารถทำได้ เพราะว่าปลาน้ำจืดญี่ปุ่นมันมีอันตราย แต่ไม่รู้ว่ายพิษของมันอยู่ตรงไหน บางทีพิษมันอยู่ที่เนื้อ บางทีพิษมันอยู่ที่ไข่ บางทีพิษมันอยู่ที่เครื่องใน บางทีพิษมันอยู่ที่หนัง หรือกระดูก ซึ่งก็เสี่ยงกันนะ เพราะว่าเวลากินตามประเพณีเขาต้องกินทั้งตัว เริ่มต้นกินจำได้เลยว่าเขาเอาหนังมาก่อน เอามาเผาไฟให้กรอบๆ แล้วก็บดหนังใส่ลงไปในตัวปลาต้มกินเข้าไปเริ่มต้น หลังจากนั้นเขาก็จะแรมเนื้อ ซึ่งอร่อยมาก เนื้อมันกรุบเหมือนแมงกะพรุนแต่มันมีความหวาน แมงกะพรุนไม่มีความหวาน อันนี้กรุบๆและหวานด้วยและก็มีหอม พุดแล้วกลืนน้ำลาย เสร็จแล้วเมื่อกินดิบๆแล้วนะเขาก็จะเอาไข่มันมาให้เรากินอีก ดับมันด้วย ไข่ดิบเราไม่รู้เลยว่าอันตรายมันอยู่ตรงไหนก็ต้องเสี่ยงใจ กินมันหมด พอกินไปเรื่อยๆก็รู้สึกปากมันชาๆ บวมๆ ก็ยังพอทนกินๆไปเรื่อยๆ สุดท้ายนี้ก็ว่าจบแล้วที่ไหนได้ เขาเอาพวกกระดูกมันทั้งหมดที่เขาแรมเนื้อออกมา ดับได้ใส่พุงกินหมดแล้ว เอามาต้มเป็นข้าวต้มอีก เคี้ยวเข้าไปอีก ซึ่งตอนนั้นปากเรายังชาๆอยู่แต่ก็ยังต้องกินอีก กินไปหลังจากนั้นก็นั่งมองหน้ากันว่าเอ! ใครจะตายก่อนกัน แต่ในระหว่างที่คอยก็กินสาเกย้อมใจไป ก็ไม่มีใครตาย รอดมาได้ เสร็จแล้ว เขาก็บอกว่า รู้ไหมว่าเซฟคนนี้ที่มามีมือหนึ่งในการแรมปลาฟุกุ ปลาน้ำจืด แต่ว่าก่อนหน้านี้มาเคยทำให้กับดาราละครคาบูกิที่ดังมากในญี่ปุ่นแล้วตาย ซึ่งมารู้ตอนหลังถ้าบอกก่อนว่าเคยทำให้ดาราละครคาบูกิตายก็คงไม่กล้ากิน พอกินเสร็จแล้วเขายังบอกว่าไอ้คนเดียวกันเนี่ยะ และหลังจากนั้นก็กินปลาฟุกุมาตลอด ไปเกาหลีก็กิน ไปญี่ปุ่นก็กิน แต่จะบอกให้ปลาฟุกุเนี่ยะ เนื้อมันอร่อยมาก จิ้มกับน้ำจิ้ม พอนซึ น้ำจิ้มมันจะเปรี้ยวๆนะอร่อย ไม่มีวาซาบิอย่างที่เรากินอยู่นะ

พุดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

ต้องพุดถึง คันไซ ถึงเมือง โอซากะ มันดั้งเดิมจริงๆเนี่ยะเราพุดไม่ได้เพราะเราไม่ใช่คนญี่ปุ่น เขาบอกดั้งเดิม เราก็ดั้งเดิมด้วยแล้วจะรู้ได้ไง แต่รู้ว่าอาหารญี่ปุ่นเดิมนั้นมันเป็นฟิวชั่นเยอะเลย คือเอามาดัดแปลงเป็นอาหารฝรั่ง อย่าง California roll หรือหลายอย่างญี่ปุ่นก็เอามา โคะเคะ นี่ก็เอามาจากของฝรั่ง ญี่ปุ่นดั้งเดิมที่แท้จริงคิดว่ากินปลาดิบ ปลาดิบนี้แหละเป็นของดั้งเดิมของญี่ปุ่นเลย เพราะว่ามันเป็นอาหารที่พื้นบ้านแล้วก็คิดว่าญี่ปุ่นก็กิน เค้ารู้ดั้งเดิม ก็กินแค่นี้ และก็กินปลา เนื้อวัวเท่าที่รู้เนี่ยะคนญี่ปุ่นเขามักกินสมัย โตะกุว่าว่า สมัยรัชกาลที่ 5 แต่ก่อนคนญี่ปุ่นไม่กินเนื้อวัว เพราะถือว่าการกินเนื้อวัวถือเป็นสิ่งที่ชั่วร้าย เป็นสิ่งที่ไม่ดีเลย เขารังเกียจเสียด้วยซ้ำ และตอนหลังสมัย โตะกุว่าว่าเนี่ยะญี่ปุ่นคบค้าสมาคมกับพวกต่างชาติเยอะ โดยเฉพาะพวกฝรั่ง พวกฝรั่งมันก็กินเนื้อ ญี่ปุ่นก็เป็นคนที่ชุกชุกชุกอยู่แล้ว ญี่ปุ่นเป็นชาติที่อยากรู้ อยากเห็น อยากจะทำทุกอย่างก็เลยลองกินเนื้อดู ญี่ปุ่นเก่งอย่าง ทำอะไรทำจริงจัง จนเดี๋ยวนี้จากประเทศที่ไม่กินเนื้อ กลายเป็นประเทศที่ส่งเนื้ออันดับต้นๆเลย แล้วเนื้อญี่ปุ่นก็อร่อยด้วย

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

1 มีความน่าสนใจมากเพราะว่าเวลาเราจะทะเล่ใคร เราก็จะนัดไปกินร้านอาหารญี่ปุ่นก็เพราะมันแพง โอ้ยแพงมาก โทโร่คำละกินตั้งแต่คำละ 200 เดี๋ยวนี้ไม่ได้และคำละ 500 600 เข้าไปแล้ว สั่งมา 10 คำนะ ถ้า 10 คำ 2000 สมัยผมเป็นเด็กๆ ผมได้เงินเดือนเดือนละ 600 บาท คิดสิสั่งมาแบบเนี่ยะถ้าไม่รักกันจริงนะ ไม่ไปสั่งแบบนี้ได้

หรรอก มันแพง ที่มันแพงมันเป็นเพราะวัตถุดิบ สมัยก่อนเขาเอามาจากญี่ปุ่นเลยนะ แล้วผมจะเล่าให้ฟังลึกเข้าไปนิดนึง แต่ก่อนนี้ใครไปกินอาหารญี่ปุ่น มันแพงมาก ต่อหัวต่อคนเนี่ยะเมื่อเรื่งๆนี้เมื่อประมาณสัก20ปี ต่อหัวต่อคน 500 ถึง 1000บาท สมัย20ปีนะ ถ้าเราไปกินอาหารญี่ปุ่นนะ สมัยนั้นนะ 500ต้องมียู่แล้วในตัว หรือ 1000 ซึ่ง500 1000 ในเมื่อก่อนถือว่าหรรมาก แพงมาก ถ้าไม่มีนะต้องล้างชามแน่เลย (หัวเราะ) เพราะเมื่อเวลาเราอยากกินอาหารที่อร่อยที่เราชอบเนี่ยะเราจะเลือกร้านญี่ปุ่น จนกระทั่งผมไปรู้จักหุ้นส่วนคุณตัน (ตัน ภาสกรนที) คุณตันโออิชิ เขาเป็นลูกทัวร์ผม ผมทำทัวร์ไปกิน คุณตันสมัยก่อนเนี่ยะก็ขายหนังสือพิมพ์อยู่ชลบุรีนะ ผมคนเมืองชล แล้วก็เขาไปทำผมกับลูกทัวร์คนนี้อาจชื่อไม่ได้เขาเป็นผู้หญิง เป็นสตูดิโอเสื้อผ้าแต่งงานอยู่ที่ทองหล่อ แล้วมันไม่ดี ธุรกิจมันไม่เวิร์ค เขามาปรึกษาผมว่า จะทำยังงัใดน้ำ ผมเขียนคอลัมน์เป็บพิศดาร ผมก็อยาก ผมชอบกินอาหารญี่ปุ่นอยู่แล้วก็บอกทำไมไม่ทำเป็นบุฟเฟ่ต์ญี่ปุ่นขึ้น นะราคาถูกๆ เอาสัก 200 300บาทเนี่ยะ ทำได้ไหม เขาบอกเขาทำได้ นายตันเนี่ยะแหละเปิดบุฟเฟ่ต์ญี่ปุ่นคนแรก โออิชิเนี่ยะ คนแรกเลย คำว่า โออิชิ ก็ไม่ใช่ นายตันคิดก่อน คนแรกคิดเลยคือ นายสมควร กระจำงศาสตร์ เป็นดารา เขาตั้งร้านอาหารญี่ปุ่นเล็กๆอยู่ที่สะพานควาย ความที่ผมชอบกินอาหารญี่ปุ่น ผมก็ไปกินร้านเขาเล็กๆนะ ชื่อโออิชิ แล้วคุณตันเอามาใช้โออิชิ ผมยังงเลย เขาไม่จดทรัพย์สินทางปัญญาหรอก ก็คุณตันมาเปิดบุฟเฟ่ต์ครั้งแรกเลยอาหารญี่ปุ่น ราคาถ้าผมจำไม่ผิด 200ได้มั้ง แต่รู้คุณไหมฟังแล้วมันถูก แต่ที่จริงแล้วแถมมีเทคนิคในการค้าเก่ง คือไม่ใช่ร้านอาหารญี่ปุ่นอย่างที่เรเข้าไปเต็มเลยนะ แก้จะมีทั้งอาหารจีน อาหารไทย อาหารแล้วแต่ แล้วก็อาหารญี่ปุ่นบ้าง แล้วอาหารญี่ปุ่นที่เขาเอามาเสิร์ฟก็ค่อยๆทยอยมา ไม่ใช่ไปถึงนะ โอ้ยกว่าอาหารญี่ปุ่นจะมานะ เราก็กิน ไอ้โน้นไอ้โน้เข้าไปแล้วจนอึดคือเลย เขาเรียกว่าเป็นเทคนิคในการทำบุฟเฟ่ต์ของแกซึ่งประสบความสำเร็จมากจนถึงทุกวันนี้

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

โอโห้ สู้เขาไม่ได้ ไม่มีทางคิดเลย พวกญี่ปุ่นเขาทำร้านอาหาร เกาที่รู้เนะ เขาสืบสกุลรุ่นชาติกันมาเลยตระกูลนี้เก่งเรื่องเทมปุระเขาก็รักสาสูตรเขา แล้วไม่ไปทำอย่างอื่น เขาจะเป็นเฉพาะๆเลย รามรามาเขาจะมีของเขาเลย ของคนไทยเราประระนี อยากทำก็ประระ ใครเห็นอะไรขายดีก็ขายได้ เก่งไม่เก่งไม่รู้ละ ทำเลย ลองผัดลองถูกกันเอง แต่ของญี่ปุ่นเนี่ยะเขาพิถีพิถันในเรื่องกินมาก เพราะฉะนั้นแล้วถ้าคุณไปอยู่ญี่ปุ่นเนี่ยะ ถ้าไปบอกว่าคุณชอบกินอะไร จะกินอาหารญี่ปุ่นสักอย่างเขาจะบอก เฮ้ยคนนี้ทำมาตั้งแต่3ชั่วอายุคนแล้ว แล้วมันอร่อยจริงๆ เราต้องยอมรับญี่ปุ่นเป็นชาติที่พิถีพิถันมากในเรื่องอาหารการกินและมีรสนิยมนะ อย่าไปดูถูกคนญี่ปุ่นว่าไม่มีรสนิยมนะ เก่งมาก เก่งกว่าคนจีนด้วย เขามีศิลปะในการทำอาหาร ศิลปะในการตกแต่งอาหาร แล้วเขามีศิลปะในการผสมผสานอาหาร ซึ่งจีนเนี่ยะผมว่าเคยประสบความสำเร็จมา เดียวนี้จีนกลับสู้ญี่ปุ่นไม่ได้ถ้าเปรียบเทียบถึงอาหารชั้นสูงเลย ผมถือว่าญี่ปุ่น สุดยอด

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

ผมชอบร้านอาหารญี่ปุ่นแบบ เอาหัวมุดเข้าไป (หัวเราะ) แบบไม่ต้องใหญ่ เข้ามาแล้วก็คนขาย 2คน หรือคนเดียว มีหัวเมียแล้วเรานั่งกิน มีโต๊ะชูชิเนะ มีเพิงๆข้างหน้าหน่อย (ที่บี๊พูดเสริม:นั่นนะร้านที่แพงที่สุด) (ประธานสันติหัวเราะ) (ที่บี๊เสริมต่อ : ร้านที่ประธานสันติพูดนั่นแหละ แพงชิบ-วายเลย ร้านที่ว่าคือร้านมาโดอิ อยู่ธนียะ) (ประธานสันติหัวเราะ) ไม่ใช่มันคือExpert มันเก่งจริงๆ ไอ้ร้านใหญ่โตหรรหรรบางทีมันไม่อร่อย ผมเลยชอบอย่างนั้นมั้งครับ

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

ทำอาหารอย่างมีศิลปะในการกิน แล้วไม่ได้กินเอาจุ กินเอากระเพาะ ไม่ได้กินเอาอิม กินเอาศิลปะ ศิลปะเริ่มต้นจากสายตา ก็ต้องสวยอันแรกเลย ยังไม่ทันกินเลยตาก็ต้องเห็นก่อนแล้ว ต้องสวย สีก็น่าดู ศิลปะตกแต่งก็ต้องสวย อาหารแต่ละชนิดออกมาต้องมีสกุลของมัน ไม่แฉะรวมกันวุ่นวาย แล้วก็อาหารต้องสด สำคัญมากเลย และไม่มีหลอดวาง คนญี่ปุ่นที่ผมเคยเห็น อย่างปลาแบบนี้ ต้องกินในอุณหภูมิอย่างนี้ พออุณหภูมิมันเปลี่ยนไปแป๊บเดียวสักหน่อยนึงนะ เขาก็เลยทิ้งปลาอย่างนั้นเลย ตอนผมไปกินกับหมอปะเรสิริ โอสทปราสาททอง เป็นเจ้าของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ แล้วไปเปิดสายการบินที่ ฟุกุโอกะ ไปหลายแห่งเลยนะ เลี้ยงกันเนี่ยะ เขาเลี้ยงกันแบบสุดขีดให้หมอปะเรสิริซึ่งผมก็โชคดีไปกิน ก็นึกไม่ถึงนะ คืออาหารญี่ปุ่นที่ผมเห็นในกินนั้ และกินในกินนั้แหละ สุดท้ายเพราะผมไม่ใช่คนญี่ปุ่นผมจำไม่ได้ แต่ผมเห็นแล้ว ไม่เคยกินมาก่อน แล้วลองกินดู ทุกอย่างอร่อยหมด จำง่ายก็ปลาดิบเนี่ยะ ปลาดิบของเรากินเนี่ยะมันมีปลาหลากหลายเยอะแยะเลย แต่ปลาดิบนี้ของญี่ปุ่นหมด เป็นปลาที่อยู่ในน้ำทะเลของญี่ปุ่น ทะเลที่มันมีความหนาวเย็นซึ่งมันมีปลาทำให้มีไขมันเยอะ ปลาเนี่ยะถ้ามันมาจากทะเลที่มีความหนาวเย็น มันจะสะสมไขมันเอาไว้ก็อร่อย กินนั้นก็กินกับหมอปะเรสิริ เพราะว่าทางการเขาต้องรับสายการบินเรา หรือว่าหมอปะเรสิริจำก็ยังไม่รู้เลย เป็น 10 ล้านบาท ก็ตกใจ แทบจะไม่อยากจะเข้าห้องน้ำเลย (หัวเราะ) อยากเก็บไว้นานๆ

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

ผมเชื่อว่าฉลาดนะ เพราะว่าคนก็บอกว่ากินปลาแล้วฉลาด ปลาดีโปรตีนที่ดีที่สุด เป็นโปรตีนที่ย่อยง่ายที่สุด และมีคุณภาพ มีทั้งโอ โอดีน มีทั้งโปรตีน มีอะไรหลายอย่างเลย แล้วนี่ผมก็สังเกตว่าคนจีนนี่ฉลาดกว่าคนไทยที่พูดว่าโกรธกัน คนจีนนิยมกินปลา คนไทยก็กินเหมือนกันแต่กินปลาร้า ปลาจ่อม พวกที่ทำให้มันคือไม่สดแปรรูป แต่คนจีนเขากินปลาสดๆ เอาแค่คนจีนก่อน คนจีนกินปลาเก่ง หลังจากนั้นผมมีประสบการณ์เรื่องอาหารก็เห็นว่า คนที่เก่งกว่าคนจีนแล้วก็กินปลา ก็คือญี่ปุ่นนี่แหละ แล้วมันก็ฉลาดจริงๆ คุณก็เห็นว่ามันฉลาดในระดับไม่รู้จะว่ายังไง เรียกได้ว่าระดับชั้นนำของโลกเลย แล้วมันก็กินปลาเป็นอาหารหลัก แล้วคุณรู้ไหมว่าอาซูมากุอย่างผมเนี่ยะ ปลาดีที่สุด มันย่อยง่าย เนื้อ ไม่ใช่เป็นสิ่งที่คืดนะ อยากจะแนะนำให้คนสูงอายุมารับประทานปลา แล้วเด็กๆที่กำลังเจริญเติบโตเนี่ยะก็ควรทานปลา เพราะว่ามันมีเกลือแร่ โอ โอดีน โปรตีน ทุกอย่างครบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลาทะเลดีที่สุด ดีกว่าปลาน้ำจืดเพราะว่ามันสะอาด ปลอดภัย ไม่มีพยาธิ อาหารญี่ปุ่นก็ปลาทะเล อาหารไทยก็จะป็นน้ำจืด

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์คุณสันติ เสวตวิมล

คุณสันติ หรือ แม่ช้อยนางรำ ผู้เขียนคอลัมป์ปิสตาร ผู้ที่ล้มลงมาแล้วกับอาหารทุกรูปแบบ เริ่มต้นประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นจากการห้างสรรพสินค้า ไคมารู และที่สนใจมากๆเลยคือ สาหร่ายญี่ปุ่น เพราะมีหน้าตารูปร่างที่หลากหลาย สีสีนก็น่ารักประทาน ก็จึงมาเริ่มติดใจในอาหารญี่ปุ่นชนิดอื่นจนถึงขั้นที่ว่าชอบทานอาหารญี่ปุ่นมากกว่าอาหารยุโรปเนื่องจากมีความสด ไม่เลี่ยน มีความหลากหลาย เคยได้ลองชิมอาหารญี่ปุ่นแปลกๆมาแล้วหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นปลาหมึกที่ต้องกินลงไปทั้งตัว หรือแม้กระทั่งปลาฟูกุ คือปลาปักเป้า ที่มีพิษและเสียงมากหากโดนพิษอาจถึงตายได้ คุณสันติได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นดั้งเดิมว่าเป็นปลาดิบ เนื้อจะเพ็งมานิยมกินกันในช่วง โต๊ะกุว่าว นอกจากนั้นก็จะออกไปทางฟิวชั่นที่ผสมผสานจากวัตถุดิบหรือเครื่องปรุง

จากชาติอื่น อีกทั้งยังยกย่องว่าญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ทำอะไรแล้วจริงจัง ตั้งใจ อย่างอาหารก็จะสูตรที่สืบทอดกันมา ตั้งแต่บรรพบุรุษเลย เป็นชาติที่พิถีพิถันด้านการกินมาก มีรสนิยม มีศิลปะทั้งในการทำอาหารและการตกแต่ง ซึ่งในส่วนนี้ของไทยเราเองก็ยังไม่ติด คนญี่ปุ่นมีศิลปะในการกิน คือไม่ใช่แค่กินให้อิ่ม แต่ต้องมีความสุขงาม อาหารต้องสด และมีคุณค่าทางโภชนาการสูง สได้ร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นที่ถูกใจของคุณสันติคือร้านอาหารญี่ปุ่นแบบไม่ต้องใหญ่โต เป็นบ้างเล็กอาจมีพ่อครัวที่ทำคนเดียวหรือ 2 คน และยังมีความเชื่อว่าอาหารญี่ปุ่นทานแล้วฉลาด เพราะปลามีโปรตีนสูงแล้วคนญี่ปุ่นนิยมทานปลา มีไอโอดีน อีกทั้งยังย่อยง่ายเหมาะสำหรับผู้สูงอายุ และเด็กในวัยที่กำลังเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก แต่ข้อเสียของอาหารญี่ปุ่นก็คือราคาแพง



4. มล. ภาสันต์ สวัสดิวัตน์



คุณกิมช็อดัง นามปากกา ปิ่นโตเล่เล็ก

ประวัติ มล.ภาสันต์ สวัสดิวัตน์

ม.ล.ภาสันต์ สวัสดิวัตน์ หรือ อิงค์ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จากนั้นมีโอกาสได้เข้าไปช่วยงานคุณชายถนัดศรีผู้เป็นบิดา ที่ศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการรวบรวมร้านอร่อยเชลล์ชวนชิมมาไว้ในศูนย์การค้าใจกลางกรุงจนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก หลังจากนั้นคุณอิงค์ได้บินไปศึกษาต่อด้าน MBA ที่ George Washington University ก่อนจะกลับมาทำงานในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน บริษัท ประกิต โฮลดิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทโฆษณาที่โด่งดังมากในสมัยนั้น ในเวลาต่อมาคุณอิงค์ก็มีโอกาสเข้าไปร่วมงานกับ บริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล ประเทศไทย จำกัด (พีแอนด์จี) ดูแลงานด้านการวิจัยและวิเคราะห์ตลาด ให้กับสินค้าแบรนด์วีตเปอร์และผ้าอ้อมแพมเพอร์ส ก่อนจะมาทำงานที่บริษัท คลอสเตอร์เบียร์อยู่ระยะหนึ่ง แล้วออกไปเป็นผู้จัดการทั่วไป บริษัท ธรณีพิพัฒน์ จำกัด ผู้ผลิตน้ำแร่ ออรา

บทสัมภาษณ์ มล. ภาสันต์ สวัสดิวัตน์

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

กินอาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ กินมาตั้งแต่ร้านอาหารญี่ปุ่นแทบจะไม่มีใครรู้จักเลยนะครับ ในเมืองไทย เพราะว่าตามพ่อไปกิน คือสมัยก่อนเนี่ยะถ้าจะกินอาหารญี่ปุ่นต้องไปกินที่ห้างของญี่ปุ่น คือห้างไดมารู แต่สมัยก่อน ไดมารูเนี่ยะจะอยู่ฝั่งที่เป็น เวสต์เทรคปัจจุบันเนี่ยะ แล้วคนทำเนี่ยะคือคนญี่ปุ่นจริงๆนะ แล้วก็อาหารส่วนใหญ่คนไทยสมัยนั้นก็กิน ปลาดิบกินไม่ค่อยได้หรอก ก็จะได้เป็นแบบ เทมปุระ เป็นอะไร แต่ปลาดิบมีนะ ตอนนั้นมีหมดแล้ว ก็คือมันจะเป็นของง่าย ๆ ที่ยัง มันยังไม่ใช่ที่เป็นเมนูที่เยอะเยอะไปหมด แต่โดยเฉพาะคนญี่ปุ่นด้วยกันเองเนี่ยะเขาจะกินแบบนั้นได้ใช่ไหม แต่ที่เองอะสมัยนั้นก็กินแบบเต็ๆอะ ที่ชอบมากอันแรกเลยจำได้ว่าเทมปุระ เพราะว่าเทมปุระนี่มันชุบแป้งทอดแล้วน้ำจิ้มเนี่ยะมันไม่เหมือนบ้านเรา มันมีโอตัวหัวไชเท้าไช้ใหม่ใส่มา แล้วมันมีความหวานนิดนึง ซึ่งถูกใจเรา ซึ่งมันก็ต่างจากที่ญี่ปุ่นอีกเพราะที่ญี่ปุ่นเขาชอบกินกับเกลือ จิ้มเกลือกินนะฮะ แต่อย่างนั้นไม่ค่อยชอบนะเพราะเขาอยากได้รสชาติแต่เราอยากได้รสที่มีน้ำจิ้มด้วย คนไทยติดน้ำจิ้ม นะก็เริ่มจากตรงนั้นมา แล้วจริงๆแล้วร้านญี่ปุ่นร้านแรกในเมืองไทยเนี่ยะเราก็ไป ชื่อร้าน ฮานาย่า อยู่ตรงสี่พระยา เปิดมา 65 ปีแล้ว และตอนนี้เป็นชั่วอายุที่ 3 แล้ว เจ้าของเนี่ยะเป็นคนญี่ปุ่นที่เรียนอยู่ในเมืองไทยด้วย เป็นนานาชาติในเมืองไทย เพราะฉะนั้นเขาพูดไทยได้ ยังอายุ 30 กว่าเอง อยู่ตรงหน้าเค้าท์เตอร์ซูชิในปัจจุบันเนี่ยะ ไปถึงก็ไปนั่งตรงนั้นเลยครับ นี่ก็ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นที่เริ่มมาตั้งแต่สมัยนั้นเลย คือประมาณ 45 ปีที่แล้ว

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

ญี่ปุ่นเนี่ยะจริงๆแล้วเนี่ยะ เขาจะเน้นกินปลากันนะครับ คืออาหารญี่ปุ่นเนี่ยะโดยทั่วไปเนี่ยะ จะเป็นอาหารทะเลเพราะว่าภูมิประเทศเขาเป็นเกาะ เนื้อสัตว์พึ่งมีมาทีหลัง ที่เรากินเนื้อวัวเนื้อไก่เนี่ยะ มันเพิ่งมาตอนหลังประมาณสักไม่เกิน 100 ปี เพราะว่ามันมีวัวที่เอามาเลี้ยงกันตอนหลัง ที่เอามาใช้ไถนา เอามาใช้ลากเกวียนอะไรอย่างเนี่ยะ แล้วก็มาปรับปรุงสายพันธุ์เนื่องจากเขาปิดประเทศ นี่พูดถึงเรื่องเนี่ยะครับ ปิดประเทศ พอปิดประเทศสายพันธุ์เขาเลबरวิสุทธิ์เนื้อก็เลยเลี่ยมมาดีแล้วก็นุ่มอะไรอย่างเนี่ยะ แต่จริงๆแล้วรากเหงาเขาคือตัวปลาดิบหรืออะไรพวกนี้ แล้วการถนอมอาหารของเขาก็คือ เห็นไหมเขาจะทำอะไรละ จะทำอะไรได้นอกจากเอาไปหมัก ไปดอง ไปดองเกลือ ไปอะไรเพื่อให้มันอยู่ได้นาน แล้วก็ขณะเดียวกันเนี่ยะต้องเล่าให้ย้อนกลับไปให้คนทั่วไปเข้าใจ อย่างรามงเนี่ยะ รามงหรือเส้นอะไรทั้งหลายเนี่ยะ ก็เอาวัฒนธรรมมาจากจีน ก็มีมาทีหลังเหมือนกัน แต่ก่อนเรื่องเนี่ยนะ แล้วก็จะมีบางอย่างได้อิทธิพลมาจากเกาหลีนะครับ พวกโอด้วที่เป็น ยากินิกุ ปังย่าง ก็คืออีกแบบนึง เพราะฉะนั้น รากเหงาของเขาก็คือ ปลา ปลา ปลา แล้วก็เขาก็รู้จักถนอมอาหารโดยเอาข้าวมาคลุกกับน้ำส้มไซ้ใหม่ ก็ทำเป็นซูชิซะครับ แต่ซูชิยุคที่เราเห็นที่มีข้าวแล้วมีเนื้อปลาอยู่ข้างบนเนี่ยะ เขาเรียกว่า เอโดะ มาจากสมัยเอโดะ เมื่อ 400 ปีที่แล้ว สมัยโชกุน เริ่มมีวิถีการกินแบบนั้น แต่ก่อนหน้านั้นก็มีวิถีการถนอมอาหารในรูปแบบอื่นๆมาอยู่แล้วอย่างที่ว่าไอซาก้าอะไรอย่างนี้

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

ความน่าสนใจในอาหารญี่ปุ่นหรือ ความน่าสนใจในอาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ เขามีความหลากหลายเหมือนบ้านเราเลย สังเกตดูไหมว่า ที่เรานั่งอยู่ร้านข้างๆร้านข้าวแกงกะหรี่เห็นไหม อย่างนี้ก็จะแบบนึง ร้านนี้ขายปลาดิบล้วนเลยก็จะขายได้แบบนึง ข้าวหน้าเนื้อก็เป็นข้าวหน้าเนื้อ ร้านรามง คือเขาจะมีความหลากหลายมาก ร้านไก่เสียบไม้ย่างสารพัดมีทั้งตุ๋นไก่ ทั้งปีกทั้งอะไรอย่างเนี่ยะ ย่างเกลืออย่างซอสนั้นก็อีกประเภทนึง เป็นยากิโทริ เขาเรียก ไตริย่า เพราะฉะนั้นที่ญี่ปุ่นมันเหมือนบ้านเราตรงที่ว่ามันมีอะไรให้กินมากมายเลย แล้วก็ที่น่าสนใจอย่างนี้ก็คือเขาจะเรียกว่ายังโงละ พิถีพิถันในการกินมาก มีสูตรดั้งเดิมที่ทำอยู่ ขั้นตอนเราเห็นในรายการเห็นไหม มีการทำที่ว่าจะได้มาอาหารแต่ละอย่างมันประณีตมาก แล้วก็รสชาติของเขาเนี่ยะถูกปากคนไทย เนื่องจากว่ามันเป็นรสชาติธรรมชาติที่ไว้วัตถุดิบที่ดี พอเรากินของดีมันก็จะอร่อยอะนะฮะ ถ้าปลามันไม่ดีมันก็จะไม่อร่อย บางอย่างเนี่ยะ ปลากินก็ ตัว 3000 – 5000 ตัวชิมพุงเอามาอย่างเกลือ เนื้อแน่นเป็นก้อนเลยอะ อย่างนั้นนะสุดยอดเลย

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

Chain ใหญ่ในเมืองไทยร้านอาหารญี่ปุ่นที่คนไทยรู้จักกันดีตามจังหวัดต่างๆ คนญี่ปุ่นมากินบอกไม่ใช่ญี่ปุ่น เพราะว่าเขาปรับรสชาติ บางอย่าง การปรุงการอะไรเนี่ยะให้เข้ากับคนไทย แต่ในฐานะนี้ก็ยังเป็นญี่ปุ่นอยู่นะ ก็ยังเป็นญี่ปุ่นอยู่แต่เป็นญี่ปุ่นที่กลายๆหน่อยเพื่อให้รสชาติที่คนไทยกินได้ อย่างที่เขาทำเป็นจานร้อนเป็นอะไรอย่างนี้ อันที่เป็น เทอริยากิ เป็นอะไรอย่างนี้ เขาจะมีเพิ่มหวานเพิ่มอะไรเข้าไปนะฮะ เพราะฉะนั้นอย่างญี่ปุ่นเนี่ยะ ส่วนใหญ่เนี่ยะ อย่างที่พี่เล่าให้ฟังอย่างเทมปุระเนี่ยะ เขาจะเอากุ้งสดๆ เป็นๆ ยังกระด่ำกระด่ำอยู่เลย หักคอก ชุบแป้ง ลงไปจุ่มในกระทะต่อหน้าเรา กระทะเป็นกระทะทองเหลืองนะ แล้วให้เอามาจิ้มกับเกลือเพื่อให้ชิมรสชาติที่เป็นรสชาติของเขา เพราะฉะนั้นญี่ปุ่นที่โน้นเนี่ยะเขาจะเน้นอาหารที่ได้ตามฤดูกาล ฤดูไหนมีผักเขาจะเอาก็จะเอามาทำ แล้วก็อีกอย่างคือเขาจะมีการจัดแต่งศิลปะหน้าตาให้ออกมาสวยด้วย ญี่ปุ่นที่โน้นนะ ที่ประเทศนะเขาไม่ใช่ว่าอร่อยอย่างเดียวรูปต้องสวยด้วย จัดจานออกมา มีศิลปะในการจัดจานเขาเรียกว่า ไคเซกิ

เพราะฉะนั้นมันจะมีร้านอาหารที่เขาเรียกว่า ไคเซกิ ที่มันต้องมีพิธีกรรม มีการแต่งร้าน แต่งตามฤดูกาล มีดอกไม้ เปลี่ยนตามฤดู มีกิโมโนมาแขวน เปลี่ยนชุดตามฤดูกาล แล้วก็อาหารที่ต้องเปลี่ยนเมนูทุกๆ 3 เดือน คล้ายๆ เหมือนฝรั่งเลย เพราะฉะนั้นที่นั่นเนี่ยจะถ้าจะเปรียบเทียบได้ก็คือว่า เขาประเมินค่าแล้วมันมีระดับราคาที่ค่อนข้างแพงมาก ไปจนถึงถูก แพงนี่คือหมายถึงแพงหัวละประมาณ หมิ่นกว่าบาท คือ 3 – 4 หมิ่น Yen เลย แต่เดี๋ยวนี้เมืองไทยเราก็มีแล้วนะ ก็มีอยู่หลายที่เลยที่มีความหลากหลาย คุณภาพเราสู้เขาได้แต่เรา import เข้ามา มันก็เลยต้องเสียภาษี อย่างมีอยู่ร้านนึงเขาเรียก Robatayaki ร้าน Akanoya นะ ถ้าไปจำไม่ผิดมันจะ Robatayaki นะ ตัวนี้เนี่ยเขาจะเสิร์ฟอาหารโดยใช้ มันเป็นรูปแบบที่ นั่งล้อมวง คนปิ้งย่างเนี่ยจะอยู่ตรงกลางวง แล้วก็มิชของสดวางเต็มเลย มีมะเขือเทศจากญี่ปุ่น มีเนื้อ ฮิโตะ อะโรอย่างเนี่ยะ มีปลาเกะนิกิ อย่างที่พี่บอกของสดทุกอย่าง ผัก มะเขือเทศนิหวานมาก ทุกอย่าง import มา แล้วเวลาจะกินเนี่ยเขาก็จะ ไปปิ้ง ไปย่างหรือไปอะไรแต่ละอย่างง่ายๆ เสริฟแล้วก็ใส่ไม้พายยาวๆ แล้วก็ยื่นมาให้เรา มาเสิร์ฟให้เรา เราได้รับไว้อย่างเนี่ยะ แล้วอันเนี่ยะหัวนึงขอบอกว่า หมิ่น 2 หมิ่นบาท อย่างไม้เนื้อเสียบไม้เนี่ยะ มันภาวเข้าใจ เขาตั้งราคาไว้ไม่ให้มันแพงกว่าเนี่ยะ กิน 3 ไม้เกือบ 5000 แล้ว อันนี้เนี่ยะมันจะเริ่มมีความหลากหลายของญี่ปุ่น แล้วก็เป็นการเน้นที่คุณภาพของวัตถุดิบด้วย หรือบางร้านอย่างที่เขาแบ่งมาจากที่โน้น แล้วทำเองเห็นไหม ทำเส้นสดเดิวนั้นถ้าเหลือก็ต้องทิ้งไปอะไรอย่างเนี่ยะ ก็มีทำให้เห็นอยู่หลายเจ้า แถวสุขุมวิท ตรง Rain hill มีหลายที่เลยที่ทำแบบนี้ ถ้าถามว่าสนุกไหมเดิวนั้นญี่ปุ่นมีอะไรเพิ่มขึ้นมาอีกเยอะเลย

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

ชอบหมดเลย แต่ถ้าถามว่าชอบกินอะไรบ้าง ชอบกินปลาดิบ ชอบกินโทโร โทโรเรารู้กันอยู่แล้วว่ามาจากปลาที่ดิของเรานี้เนี่ยมันจะมาจาก Bluefin Tuna หรือ ฮอนมากุโระ ฮอนมากุโระแปลว่า ปลาทูน่า ครีบน้ำเงิน ก็จะมีอีกพันธุ์นึง yellowfin Tuna เขาเรียกอะไรมากุโระ ก็ไม่รู้จำไม่ได้เลย yellowfin Tuna เนี่ยะมันจะลักษณะมันจะเนื้อที่เป็นส่วนท้องที่เป็นชิ้นปลามัน โอ้ตรง โอโโโ โนเนี่ยะ มันจะไม่ค่อยมี แล้วโอปลาตัวนี้เนี่ยะที่บอกว่าเป็นสุดยอด เขาจะเปิดประมูลที่ตลาดปลา สึจิ ที่ญี่ปุ่นทุกอาทิตย์หรืออะไรก็ตาม วันที่ปลาประมูลเนี่ยะ ปลาตัวนี้จะออกมากันตัวไม่กี่ร้อยกิโล แต่ออกมาเนี่ยะราคาประมาณหลาย 10 ล้านบาท ซึ่งไม่น่าเชื่อว่าปลาตัวนี้แพงกว่ารถเบนซ์อีกนะ เขาก็เอามากิน ก็ส่วนเนื้อก็กินประมาณแสนกว่าบาท พอหันออกมาแล้วนะ แต่โดยทั่วไปก็ประมาณล้าน 2 ล้านบาทที่เขาประมูลกัน ซึ่งเขาบุญธรรม (เขาจะทะเล่กับประเทศประเภทอาหารญี่ปุ่น) เอามาบอย เอาโอตัวเนี่ยะมากุโระมา แล้วก็มาทำเป็น บุฟเฟ่ต์ ไม่ใช่บุฟเฟ่ต์แบบให้กินไม่อั้น คือเป็นงานเลี้ยงแบบเสิร์ฟหัวเข้าไปจะกินอะไรก็กินสั่งได้ไม่อั้นเลย แล้วเขาก็แถมให้เห็นสดๆเลย ปลาตัว 300 กว่าโลอย่างเนี่ยะ เขาก็เอามาโชว์ ชอบมาก ส่วนสไตล์การแต่งร้านเราเห็นเลขนะญี่ปุ่นญี่ปุ่นเนี่ยะ เนียบ เรียบ และก็เนียบ แล้วก็มีการตกแต่งจานมีอะไร พนักงานก็ดูดีเชียว ก็คนเสิร์ฟทุกคนก็ต้องมีพิธีกรรมในการทำ โดยเฉพาะเชฟผู้ทำนี่ถ้าเป็นญี่ปุ่นแท้เนี่ยะเขาจะมีการเพิ่มมูลค่าเข้าไปอีก นี่ไปดู Central Embassy สิเขามีร้านปลาดิบของญี่ปุ่นอยู่อะไรๆ ตะๆไม่รู้จะ ฮิโตะ หรืออะไรเนี่ยะข้างบนอะ ไปลองดูได้บรรยากาศเป็นยังไง คุณผู้ชมมาไม่ใช่ว่างกระเป๋าคะ เรายังจะกระเป๋าคือต้องไปวางซองข้างหน้า เพื่อให้เป็นระเบียบเรียบร้อย แล้วค่อยมานั่งกินมีธรรมเนียมมีอะไร

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

ก็มีวัฒนธรรมที่ละเอียดอ่อนเหมือนบ้านเราเลย ก็เหมือนบ้านเราเวลากินอาหารเราก็มีใช้ไหมว่า วิธีการกินต้องทำยังไง ต้องรวบซ้อน ต้องกินช้อนกลาง ญี่ปุ่นก็มีเช่นการวางตะเกียบ ต้องวางหันตะเกียบไปทางด้าน

ซ้ายมือของเราตลอดไม่ว่าตั้งอยู่เอาไปทางขวาหรืออะไร หรือเลียบอยู่บนจานข้าว เลียบเขาก็บอกว่ามันปึกงานศพ เหมือนเป็นปึกรูปในงานศพ เขาก็มีบอกว่าจะมีขั้นตอนการกินที่จะต้องมาก่อนมาหลัง ของเราก็จะมีวัฒนธรรมของเราจะเป็นเอาทุกอย่างมารวมเป็นกับข้าวอยู่ตรงกลาง แต่ของเขาส่งเสริฟทีละจาน แต่ละจานก็จะมีเหมือนกับว่าเป็นขั้นตอนอะไรอย่างเงี้ย โดยเฉพาะ ไคเซกิ ว่าเป็นยังไง หรือการกินแม้กระทั่งพวกข้าว ทงคัตซึ ข้าวที่มันเป็นหมูชุบแป้งทอด เขาก็จะมีงาให้บดแล้วก็ใส่ซอส ก็คือมันก็เป็นสิ่งละอันพันละน้อยอันเล็กๆ ให้กินด้วยมันก็เหมือนจะเป็นกับแกล้มเครื่องเคียงอะไรอย่างเงี้ย เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมของเขาเนี่ยะน่ารักมาก เวลาเราไปญี่ปุ่นเนี่ยะอย่างเวลาเราไปเขาเรียก ออนเซน ไซโหม ที่มันเป็นรีสอร์ทที่มันมีออนเซนเนี่ยะ ที่มันมีการอาบน้ำแร่เนี่ยะ ตรงนั้นรีสอร์ทอย่างนั้นก็จะนอนบนพื้น ปูเสื่อที่เรียกว่า ตากาเมะ แล้วมีฟูกวางบนเสื่อ โรงแรมแบบนี้เขาเรียกว่า เรียวกัง เรียวกังเนี่ยะจะมีการเสริฟอาหารเป็นชุดๆแบบญี่ปุ่น ซึ่งเราจะต้องแต่งชุด ยูคาตะ ถ้าจำไม่ผิดนะนี่ไปเช็คนะ เราจะต้องใส่เสื้อเหมือนกิโมโน แต่เขาเรียกว่า ยูคาตะ ก็เหมือนเสื้อกิโมโน แต่กิโมโนมันจะเป็นอีกแบบนึง ยูคาตะ นี่เป็นชุดแบบเรียบง่าย แล้วก็ผ้าคาด โอบิ ที่สำคัญมากคือต้องซัฟทักวาคอเสื้อต้องซัฟทักวาคอเพราะว่าถ้าซัฟทักวาคอจะเป็นศพ เพราะว่าเขาเอาไว้ใส่ให้ศพอะไรอย่างเงี้ย มันจะมีวัฒนธรรมเล็กๆน้อยๆ ก็ต้องมานั่งคุกเข่าอะไรกินอะไรก่อนอะไรหลัง มีพนักงานมาจุดไฟให้ ถ้าเป็นของที่ต้องมีการอุ่นอย่างเงี้ย เราจะเริ่มจากการกินปลาดิบก่อนกินอะไรก่อนอย่างเงี้ย น่ารักมาก และบาง course ของเขาเนี่ยะ อันนี้เล่านอกเรื่องนะ ไคเซกิของเขาเนี่ยะ ในเรียวกังพวกนี้เนี่ยะ เขาเอามาเสริฟทีประมาณ 18 อย่าง 18จานค่อยๆไล่มาเรื่อยๆ มาทีละนิดๆ จนเราอิ่มแปร้เลย ชอบมาก

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

เพื่อสุขภาพ อันนี้ความเชื่อ หมายความว่าอาหารญี่ปุ่นยุคเก่า แบบที่กินเน้นอาหารทะเล ไม่เน้นเนื้อสัตว์เหมือนพวกปิ้งย่างนะครับ นี่ต้องพูดอย่างนี้เน้นย้ำนะครับ ก็คืออาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมพวกที่เป็นไส้ของสด ของธรรมชาติมาไม่ต้องปรุงแต่งมาก ไม่มีการหมักมาก พวกเนี่ยะสังเกตไหมว่าทำให้พวกคนญี่ปุ่นไม่เป็นโรคหัวใจ ไม่เป็นโรคอ้วน ไขข้อ อาซุน อันนี้เนี่ยะเพราะทุกอย่างทุกอย่างเน้นธรรมชาติจริงๆ ปลาเขาก็จับมาจากในลำธาร จับมาในฤดูกาลนั้น เพราะฉะนั้นของสดตามฤดูกาล ไม่ปรุงแต่งมากและเป็นอาหารทะเลอย่างง่ายอันนี้เนี่ยะใจความสำคัญของอาหารญี่ปุ่นเลย

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์ม.ล.ภาสันต์ สวัสดิวัตน์

ม.ล.ภาสันต์ ภูวนักชิมผู้ที่ประสบการณ์ด้านการชิมอาหารมากมายทุกประเภทและซึ่งก็เป็นผู้ที่ชื่นชอบอาหารญี่ปุ่นเป็นพิเศษ เริ่มต้นจากการตามผู้เป็นพ่อ (ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์) ไปรับประทานอาหารญี่ปุ่นที่ห้าง ไคมารุ และดิเคาเมรุ เทมปุระ ซึ่งสัมผัสได้ถึงความเป็นธรรมชาติของวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหาร จากนั้นก็เริ่มเกิดเป็นความชอบต่ออาหารญี่ปุ่นชนิดอื่นๆ และแน่นอนว่าได้ตามไปชิมในหลายๆร้านมาแล้ว ม.ล.ภาสันต์ได้ให้ข้อมูลว่าคนญี่ปุ่นดั้งเดิมแล้วเน้นรับประทานปลาเนื่องจากภูมิประเทศเป็นเกาะ ในส่วนของเนื้อวัวจะมีทีหลังจากการเปิดประเทศแล้วจะได้สายพันธุ์วัวที่มีความบริสุทธิ์ เมื่อนำมาพัฒนาสายพันธุ์ก็จะทำให้เนื้อวัวมีความอร่อยมากยิ่งขึ้น และในส่วนอาหารที่เป็นเส้นต่างๆก็ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศจีน หรือพวกปิ้งย่าง ยากินิกุ ก็ได้รับอิทธิพลมาจากเกาหลี แต่รากเหง้าของอาหารญี่ปุ่นเลยก็จะเป็นปลา ความน่าสนใจในอาหารญี่ปุ่นจะมาจากการพิถีพิถันในการกิน การปรุงอย่างประณีต การคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติในตัววัตถุดิบ ซึ่งจะแตกต่างจากอาหาร

ญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทยที่จำเป็นจะต้องปรุงเพื่อให้รองรับกับปากของคนไทยและมีการเน้นในเรื่องของน้ำจิ้ม ที่ญี่ปุ่นเขาจะจิ้มแค่เกลือเพื่อไม่ให้ไปตัดกับรสชาติอันเป็นธรรมชาติของตัววัตถุดิบ แต่คนไทยดัดน้ำจิ้ม ที่ญี่ปุ่นจะเน้นอาหารที่มีตามฤดูกาล การตกแต่งที่เข้ากับฤดูกาลนั้นๆ เพื่อเพิ่มบรรยากาศในการรับประทาน ในส่วนของวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นนั้น ม.ล.ภาสตันต์มีความเห็นว่า มันมีความละเอียดอ่อนและเป็นขั้นเป็นตอนคล้ายกับของไทย บางอย่างต้องรับประทานก่อนบางอย่างต้องรับประทานคู่กับเครื่องเคียง และมีความหลากหลายด้านอาหารคล้ายของไทยเรา และสำหรับความเชื่อที่ว่าอาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ม.ล.ภาสตันต์บอกคืออาหารญี่ปุ่นยุคเก่าที่เน้นอาหารสดจากทะเลไม่ใช่พวกแป้งอย่าง อาหารทะเลพวกนี้ทำให้ชาวญี่ปุ่นมีสุขภาพที่ดี เพราะสดและตามฤดูกาล ไม่มีการปรุงแต่งมาก ยังทำให้ระบบย่อยอาหารดีอีกด้วย จึงทำให้ม.ล.ภาสตันต์ชื่นชอบในการรับประทานปลาดิบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลา Tuna หรือ มากูโระ ในส่วนของ โอโทโร่ ซึ่งก็คือเนื้อส่วนท้องจะให้ความรู้สึกที่มันและอร่อยเป็นอย่างมาก



5. อาจารย์(เชฟ) จำนง นิรังสรรค์



นายกสมาคมพ่อครัวไทย

บทสัมภาษณ์ อาจารย์ (เชฟ) จำนง นิรังสรรค์

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

จริงๆประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นโดยตรงเลย ไม่มีนะครับ แต่ว่าเราอยู่ทางด้านอาหารยุโรปในโรงแรมมา 40 ปี ก็คลุกคลีกับเรื่องของอาหารญี่ปุ่นมาโดยประมาณน่าจะไม่น่ากว่า 20 ปีได้ ก็คือ เริ่มทำงานตั้งแต่โรงแรม Hilton คือสมัยนั้นยังไม่มีอาหารญี่ปุ่นเลย เผลอว่าถอยหลังไปประมาณ 30 กว่าปีก็มีเชฟชาวญี่ปุ่นมาเป็น Executive chef แล้วก็เชฟญี่ปุ่นเขาก็เลยเอาอาหารญี่ปุ่นมาใส่ในเมนู ก็ตอนนั้นไม่รู้จักอาหารญี่ปุ่นหรอกแต่เคยได้ยิน แล้วก็ทาง Executive chef ที่เป็นญี่ปุ่นเนี่ยเขาก็เลยเอาอาหารญี่ปุ่นเนี่ย ซึ่งทำเข้าบ้านแบบบุฟเฟ่ ซึ่งสมัยนั้นชาวญี่ปุ่นก็ยังไม่รู้ ซึ่งเขาก็ใช้ชาวไทย โดยเอาข้าวเจ้าข้าวสารเนี่ยมาผสมกับข้าวเหนียว หุงๆแล้วเอมารวมกัน แล้วก็นำมาปรุงรสซึ่งเราไม่รู้จักรสอะไรนะ เราก็มีหน้าที่ทำ แล้วเขาก็สอนวิธีการปั้น การปั้นการอะไรนะก็ลีลาอะไร ก็มันยากอะนะจริงๆแล้วสมัยนั้นมันไม่ยาก นี่ก็เริ่มรู้จัก ที่นี้เน้นๆเลยอาหารญี่ปุ่นถ้าเป็นซูชิเนี่ยต้องของสดจริงๆ เพราะว่ามันอันตรายมาก ของที่สดแล้วต้องเก็บไว้ในอุณหภูมิที่อยู่ในตู้เย็นตลอด เพราะว่าถ้าเก็บในอุณหภูมิที่ไม่ดีเนี่ยของบูดเราทานแล้วอาจท้องเสียได้

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

ถามว่าดั้งเดิมไหม อันนี้ตอบยาก เพราะว่าก็มันแต่ละยุคแต่ละสมัยเนี่ย อาหารดั้งเดิมมันก็ถูกถ่ายทอดมา ก็แล้วแต่ว่าคือมีคนเขาบอกเล่ากันมาๆ แต่ซึ่งในปัจจุบันเนี่ย ประเทศญี่ปุ่นเป็นที่น่ายกย่อง เพราะว่าเขามีเอกลักษณ์ประจำตัว ไปที่ไหนเขาก็ต้องทำอาหารของเขา ทุกคนต้องพยายามเรียนรู้ในการรับประทานอาหารของเขาซึ่งเขาจะไม่ค่อยเปลืองมาก แต่พูดง่าย ๆ ว่าด้วยเอกลักษณ์ของอาหาร รสชาติของเขาเนี่ย เป็นรสชาติกลางๆ ซึ่งเขาสามารถที่จะกินได้ทุกชาติ และด้วยพริกอะไรของเขาที่ไม่เผ็ดจืดจืด ทำให้ทุกคนสามารถทานได้ มันเป็นเอกลักษณ์ของเขา แต่ถามว่าดั้งเดิมไหม ดั้งเดิมเป็นยังไงเราก็ยังตอบไม่ได้ แม้กระทั่งเมืองไทยของเราเองเรายังไม่รู้เลยว่าดั้งเดิมของเราคืออะไร

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

ความน่าสนใจคือ 1 ความสวยงาม เขามีเอกลักษณ์ของเขา และอาหารเขาสด คือญี่ปุ่นเนี่ย ถ้าอาหารไม่สดเขาจะไม่เสิร์ฟ วัตถุดิบต่างๆต้องดี แล้วก็จรรยาบรรณของเขาเนี่ยถูกสอนมา ของต้องดีเท่านั้นถึงจะออกมาเสิร์ฟให้คน อันเนี่ยเป็นข้อดีของเขาซึ่งเขาปลูกฝังคนของเขาได้ดีมาก

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

คือถามว่าแตกต่าง ถ้ามองเผินๆนะ ไม่แตกต่าง ด้วยคุณสมบัติของอาหาร หน้าตาของอาหาร แต่จะมีแตกต่างก็คือ อาหารบางอย่างเนี่ย เขาสามารถที่จะใช้วัตถุดิบของไทย เขาไปผสมผสานซึ่งนี่คือร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในไทย อย่างเขาจะเคยไปญี่ปุ่นหลายครั้ง ปีหนึ่งไปประมาณ 2 ครั้ง ซึ่งไปทานอาหารญี่ปุ่นของเขาเนี่ยรสชาติคล้ายกัน แต่ไปทานอาหารญี่ปุ่นที่ของเขาเนี่ยมันจะได้ความสด สดมาก และรสชาติมันค่อนข้างจะจี๊ดมากกว่าคนไทย ของไทยมันจะมีรสชาติเดิมเผ็ดบ้าง คือคนไทยต้องมีรสนะ แต่ถ้าไปญี่ปุ่นถามว่า มันอาจจะเป็นรสชาติของเขาก็ได้ ถ้างั้นที่ทานไปบางครั้งมันก็เปลี่ยน แต่พอเราเอาฟรีส มันก็เพิ่มขึ้นมา ก็คือแตกต่างกันในเรื่องของรสชาติและวัตถุดิบ

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหนด บรรยายภาพแบบไหนดที่ตรงใจคุณ

ถ้าให้ถูกใจเนี่ย คือเข้าไปมันต้องได้บรรยากาศแบบของเขา คือไม่อยากให้เป็นลูกครึ่งนะ คือเข้าไปเขามีวัฒนธรรมในการรับประทาน อย่างเข้าไปญี่ปุ่น มุมนี้เป็นเทพีนายากิ มุมนี้เป็นเทมปุระ มุมนี้เป็นซูชิ ก็มันได้บรรยากาศ คือแล้วเข้าไปญี่ปุ่นคนแต่ง กิโมโน ต้อนรับ พนักงานเสิร์ฟก็แต่งเป็นชุดคลุมของเขา ก็ต้อนรับดีอะไรดี แล้วก็อันนั้นมันเหมือนกับดี เหมือนกับปวดหัว คือเขาจะพูดภาษาของเขา พูดแต่ญี่ปุ่น คือส่วนมาก 90% เขาจะพูดแต่ญี่ปุ่น จะมีเล็กลดออกมาบ้างที่พอคุยกันรู้เรื่อง แต่ว่าถ้าจะให้ดีคนญี่ปุ่นพาไปเนี่ย มันจะได้บรรยากาศที่เป็นของเขาเลย

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

อันนี้เจอกับตัวเอง เพราะว่าคนญี่ปุ่นเขาพาไปเอ็นเตอร์เทน พอเรานั่งรับประทานนะพิธีตรองเขาเยอะมาก ก็นั่งทาน เอาตะเกียบคีบ ไม่สุภาพ เราทานญี่ปุ่นโทรมา เราก็รับเลย หรือว่าเล่นไลน์เลย ไม่สุภาพ ไม่ได้ นั่งหลังค่อม ไม่ได้ ต้องหลังตรง ตัวตรง ตะเกียบวางอยู่ หยิบตะเกียบมา ตะเกียบไม่เท่ากัน คนไทยไม่ถือ แต่ญี่ปุ่นไม่ได้ตะเกียบถ้ามั่น ไม่เท่ากันต้องหยิบมาให้เท่ากันแล้วค่อยกิน พอจะคีบอาหารตรงกลางต้องใช้ด้านคืบมาใส่จาน แล้วก็กลับด้านตะเกียบถึงจะค่อยคีบเข้าปาก เอาตัวด้านตะเกียบเปรียบเหมือนช้อนกลาง แล้วเขาจะสังเกตเราหมด ไปใหม่ๆเราก็ถูกตำหนิอยู่เรื่อย แต่เขาก็จะคอยสอน เราก็ได้วัฒนธรรมของการกิน แล้วอย่างซอส บ้านเราเติมเลย เขาจะเทนิดเดียว โชยุนี้แหละ นิดเดียวแล้วก็จิ้มนิดเดียว เขาบอกว่าหมดแล้วก็เติมได้ แต่ถ้าใส่เยอะเหลือแล้วก็ต้องเททิ้ง คนทั่วโลกยังอดอยากอีกเยอะ ถึงแม้ว่าเราต้องจ่ายเงินแต่เขาก็มีวัฒนธรรมในการกิน มันถึงมีความน่าประทับใจ อย่างเขาพนักคิดว่าทำไมประเทศไทยเราทำไม่ได้ อันนี้มันดูดีคือ เราที่โชคคือเขาก็สอนการกิน แล้วอาหารที่เขาเสิร์ฟพูดถึงชาบูนะ เราไปจิ้มกินอะไรกินเนี่ย ต้องระมัดระวังมากเพราะด้วยระเบียบวินัย จริงๆแล้วเหมือนเราถูกบังคับแต่เรามองว่ามันโชคดีที่ได้เรียนรู้ แล้วที่พิเศษคือเขามีเมนูพิเศษคือชาบูที่เราทาน สุดท้ายแล้วเขาเอามาทำข้าวต้ม คือน้ำ ผัก เนื้ออะไรมันอยู่ในนั้นญี่ปุ่น มันได้รสชาติเนื้อแล้ว เขาเอาข้าวสาลีเป็นข้าวต้ม ตอกไข่ลงไปดี คืออาหารเขาเนี่ยสามารถกินได้หมด เหมือนเขาเข้าใจวิถีคิด วิถีรวลัด

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

จริงแล้วความเชื่อเรื่องอาหารญี่ปุ่นเพื่อสุขภาพเนี่ยส่วนหนึ่งใช่แต่ส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับผู้บริโภค แต่ว่าด้วยอาหารของเขาเนี่ยมันก็เป็นอาหารเพื่อสุขภาพจริงๆ เพราะว่าเขาจะกินค่อนข้างจะหลากหลาย แล้วอาหารของเขาเนี่ย ไอ้ที่จะไปเหมือนกับแกงของเราเนี่ยหรืออะไรหลายๆอย่างเนี่ย เขาก็จะไม่ค่อยมี แกงของเขาจะมี

เมื่อมีผักมาต้มซึ่งเป็นอะไรที่เข้ากัน แล้วอาหารที่เราทานเขาเนี่ยเขาก็จะเห็นใจ สังเกตดูอย่างซาซิมิ เขาจะมีโปรตีนจากเนื้อสด แล้วเขาก็จะมีพวกผัก หรือข้าว อาหารในแต่ละมื้อก่อนข้างจะครบหมู่ ก็เป็นการที่ทำให้เรามีความมั่นใจได้ว่าอาหารที่เราทานของญี่ปุ่นก่อนข้างจะครบองค์ประกอบ 5 หมู่ แล้วที่เราทานเราจะได้รับธรรมชาติจริงๆ แต่ไม่เหมือนของเราซึ่งกว่าจะได้ทานเนี่ยจะต้องปรุง แล้วก็ต้องมีครบทุกรสชาติ อย่างของเขานั้น อยากจะกินสด วันนี้อาจจะกินของหมักก็คือหมัก อยากจะกินของสุกก็คือสุก

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์อาจารย์ (เชฟ) อานง นิรังสรรค์

อ.อานงเป็นนายกสมาคมพ่อครัวไทยซึ่งเชี่ยวชาญในการทำอาหารยุโรป แต่ชื่นชอบในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น ก้าวแรกที่ได้มีโอกาสทำอาหารญี่ปุ่นเกิดจากการที่เชฟชาวญี่ปุ่นมาดำรงตำแหน่ง Executive Chef ในโรงแรมที่ทำงานอยู่ แล้วนำอาหารญี่ปุ่นมาใส่ในเมนู จึงทำได้ลองทำจากส่วนผสมที่มีการดัดแปลงเอาของไทยมาใช้บ้าง ได้เรียนรู้วิธีการปั้นข้าวทำซูชิ เรียนรู้วิธีการเลือกวัตถุดิบนำมาทำซูชิว่าต้องมีความสด เพราะถ้าไม่สดมันจะอันตรายต่อผู้ทานเป็นอย่างมาก อ.อานงยอมรับว่าญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีเอกลักษณ์หลายอย่าง อาหารญี่ปุ่นก็มีรสชาติที่ทานง่าย หลายๆชนชาติสามารถรับประทานได้ซึ่งจะแตกต่างจากอาหารที่มีรสชาติจัดจ้าน และที่น่าสนใจอีกอย่างของอาหารญี่ปุ่นคือความสวยงามของอาหาร วัฒนธรรมในการรับประทานนั้นต้องมีพิธีรีตรองเยอะมาก เช่น เวลาทานอาหารต้องเอาตะเกียบคีบอาหารมาใส่จานจากนั้นพลิกตะเกียบเป็นอีกด้านแล้วจะสามารถนำอาหารมารับประทานได้ รับโทรศัพท์ขณะรับประทานถือว่าไม่สุภาพ ต้องนั่งตัวตรงเวลารับประทานอาหาร เทน้ำจิ้มแค่พอรับประทานหากเหลือต้องทิ้งจะเป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอ.อานงมองว่าเป็นความโชคดีที่ได้เรียนรู้และเชฟเชื่อว่า อาหารญี่ปุ่นถ้าเรารับประทานเข้าไปนั้นจะได้รับสารอาหารครบ 5 หมู่ และยังได้ดื่มด่ำกับรสชาติที่เป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง

6.คุณอนันต์โรจน์ ทั้งสุพานิช



ผู้สื่อข่าวอาวุโส หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

Food Writer

บทสัมภาษณ์ คุณอนันต์โรจน์ ทั้งสุพานิช

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ มันได้มาจากครั้งแรกตั้งแต่เป็นเด็ก ตอนนั้นเนี่ยะมันมีร้านอาหารญี่ปุ่น มันเป็นคอมเฟิร์ชของสินค้าญี่ปุ่นขึ้นมา ชื่อ ไคมารู แล้วเราก็ได้เริ่มรู้จักอาหารญี่ปุ่นตอนนั้นนั่นเอง แต่ว่าตอนนั้นมันมีอาหารญี่ปุ่นไม่กี่อย่าง มีซูชิ มีเทมปุระ มีซากิโทริ มีชิชิมี ฟรุ๊จิก 4 อย่างเท่านั้นเอง

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

เมื่อก่อนอาหารญี่ปุ่นไม่ซับซ้อน มันก็มี 4 อย่าง 5 อย่าง มีสุกี้ยากี้ก็อีกอย่างหนึ่งที่เป็นที่รู้จัก แล้วก็อาหารญี่ปุ่นในยุคนั้นก็เป็นอาหารญี่ปุ่นที่แปลงจากวัตถุดิบของไทย อย่างเช่น ซาซิมิเนี่ยะ เขาก็จะใช้ปลากระพงแทนปลาเทราท์ แทนปลาทูน่า แล้วก็ของดีอย่างโทโร่เนี่ยะก็ยังไม่มีการกิน เนื่องจากว่าตอนนั้นอาหารญี่ปุ่นยังไม่ใช่อาหารสำหรับคนชั้นสูง เป็นอาหารญี่ปุ่นสำหรับพวกนักเรียนเก่าญี่ปุ่นที่เคยไปอยู่ญี่ปุ่นได้กิน หรือพวกญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในเมืองไทย เพราะฉะนั้นร้านญี่ปุ่นแรกๆเนี่ยะก็จะมียี่ห้อเสียก็มีร้าน ฮาเนงูา ตรงสี่พระยา แล้วก็ร้านมิดชู ซึ่งอยู่ที่พัฒนาฯ เท่าที่จำได้มีอยู่ 2 ร้านเท่านั้น

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

ความน่าสนใจของญี่ปุ่นก็คือว่ามันมีอย่างแรกเลยเนี่ยะ พ่อครัวชาวญี่ปุ่นในการทำอาหารเขามีสมาธิ เขาไม่ได้ทำแบบสุกเอาเผากิน เขาตั้งใจ แล้วก็อย่างที่ 2 พ่อครัวญี่ปุ่นทุกคนจะคัดแต่ของที่ดีที่สุดจากตลาด มาให้ลูกค้า และอย่างที่ 3 พ่อครัวญี่ปุ่น ไม่พูด ไม่พูดเลย ไม่ต้องมานั่งเจรจา ไม่ต้องมานั่งโอ้อวดสรรพคุณเอาอาหารของตัวเองให้คนดู นั่งดูเขาทำโดยเฉพาะอย่างยิ่งซูชิบาร์ คนดูก็จะมีความเพลิดเพลิน เ็นเตอร์เทนเม้นอย่างหนึ่งโดยการที่เขาจะหยิบชิ้นปลาออกมา เขาจะหันยังไง จะวางยังไง จะใช้อะไรตกแต่ง แล้วก็มาวางข้างหน้า เอาละอย่างนั้นก็แปลว่าเขาให้เราดูได้ จึงคิดว่าอาหารญี่ปุ่นมีความน่าสนใจตรงความเรียบง่าย แล้วก็ความซื่อสัตย์ แล้วก็ความพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบ

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

คือ ร้านอาหารญี่ปุ่นในญี่ปุ่นเนี่ยะนะ มันเป็นศาสตร์ เป็นศิลป์ที่เขาทำตกทอดกันมาตามธรรมเนียมของเจ้าของประเทศ แต่ร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยเนี่ยะ มันกลายเป็นร้านอาหารที่ถูกดัดแปลงให้มันเข้ากับลูกค้าใน

เมืองไทย ก็มันจะมีเหมือนกันร้านญี่ปุ่นในเมืองไทยที่ทำสำหรับคนญี่ปุ่นนั่นก็จะเป็นอีกอย่าง อีกระดับหนึ่ง แต่ถ้าเพื่อร้านอาหารญี่ปุ่นสำหรับคนไทยแล้วตอนนี้เนี่ยะ คนไทยชอบกินอาหารญี่ปุ่นมากกว่าคนญี่ปุ่นอีกด้วยซ้ำ เพราะฉะนั้นหน้าตาของร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยมันจะเป็นไปตามรสนิยมคนไทย อย่างเช่น ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ขายที่คนไทยชอบเนี่ยะ จะเป็นญี่ปุ่นแนวใหม่ ร้านอาหารญี่ปุ่นที่ทำอาหารใส่มาของเนส มีการฟิวชั่นเข้าไปอะไรเข้าไป แล้วก็ขายของแพงๆ แล้วคนไทยก็จะเลือกกินแต่ของแพงคนไทยจะไม่กินของถูก คนมีสตางค์จะเป็นแบบนี้

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

ผมชอบซูชิบาร์ ชอบซูชิบาร์มากที่สุด เพราะว่าซูชิบาร์มันเรื่องไม่มากและเราไปคนเดียวเราก็นั่งกินได้โดยไม่เหงา เพราะไม่อย่างนั้นถ้าเกิดเราตัวคนเดียวแล้วไปนั่งกินร้านที่มันจะต้องนั่งโต๊ะ เพราะนั่งโต๊ะนี้เสร็จและนั่งโต๊ะคนเดียวมันประหลาดมากเลย ถ้าคุณไปนั่งกินข้าวคนเดียว นั่งโต๊ะคนเดียวแปลว่าคุณไม่มีใครคบอย่างนั้นมันต้องกินกัน2คน แต่ถ้าเกิดไปกินซูชิบาร์เนี่ยะ เราสามารถจะไปนั่งตัวคนเดียวได้เลย 2เราอาจจะทำมิตรภาพกับพ่อกว่าที่อยู่ข้างหน้า เช่นเขาเองถ้าเพื่อเราไปบ่อยจนเป็นลูกค้าประจำเนี่ยะ เขาก็จะดูแลเราเป็นอย่างดี หรือเราอาจจะได้เพื่อนที่นั่งด้านซ้าย เพื่อนที่นั่งด้านขวาเป็นเพื่อนคุยระหว่างรออาหารก็ได้ ผมจึงชอบซูชิบาร์มากกว่า

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นน่าสนใจก็คือ งานไม่ต้องล้างมาก เพราะคนญี่ปุ่นไม่พุ่มพวยเลย จะสังเกตดูว่าถ้ากินข้าวญี่ปุ่นเนี่ยะนะ ไปดูสิถ้าสมมติเราทำอยู่ที่บ้านเนี่ยะ ดูในซิงค์สิ แทบจะไม่มီးอะไรเลยเพราะทุกอย่างเนี่ยะ Trow away ได้หมด ทั้งได้หมด ตะเกียบก็โยนทิ้งได้ไม่ต้องล้างซ้อนซ้อน ถ้วยก็มีถ้วยสำหรับข้าวถ้วยหนึ่งสำหรับซุปถ้วยหนึ่ง แล้วก็พวกอาหารอื่นๆเนี่ยะ ก็เป็นของที่ทานมาแล้วก็งานเกลี้ยงสะอาด อย่างซาซิมิอย่างเนี่ยะ เราก็กินกันหมดจด ซูชิบาร์เราก็กินหมด อะไรก็แล้วแต่กินหมดเลย เพราะฉะนั้นมันอาจจะเหลือใบตองที่เขาตกแต่งไว้หน่อยเดียวเท่านั้นเอง แล้วไม่เลอะเทอะ เลยคิดว่าวัฒนธรรมการกินอาหารญี่ปุ่นคือ เรียบง่าย สะอาด

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

ความเชื่อก็คือ เชื่อเนอะเลยเนี่ยะ อาหารญี่ปุ่นแพง เชื่อเนอะก็คืออาหารญี่ปุ่นกินแล้วไม่ค่อยผิหว้างทางด้านรสชาติแล้วก็ความสวยงาม แล้วก็ความเชื่อเนอะอีกอย่างก็คือกินอาหารญี่ปุ่นแล้วเนี่ยะเป็นคุณกับร่างกายมากกว่าเป็นโทษ เพราะว่าลักษณะของการเตรียมของเขอย่างที่เขาบอกเมื่อก็ สะอาด แล้วก็พอเหมาะพอควร มันไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไป ไม่ใช่กินอึดจนแน่น เพราะว่าอาหารญี่ปุ่นรสชาติของอาหารญี่ปุ่นไม่ทำให้เจริญอาหารมากเกินไป คือเราจะไม่ค่อยเห็นคนญี่ปุ่นอ้วนๆ เรียกได้ว่าเป็นอาหารสำหรับควบคุมน้ำหนักได้ดีทีเดียว

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์คุณอนันต์โรจน์ ทั้งสุพานิช

คุณอนันต์โรจน์เป็นคอลัมนิสต์ และนักวิจารณ์อาหารที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของอาหารแทบทุกชนิดและทุกประเภท จุดเริ่มต้นของการเริ่มรู้จักอาหารญี่ปุ่นของคุณอนันต์โรจน์นั้นเริ่มต้นจากอาหารญี่ปุ่นในห้างญี่ปุ่นที่ชื่อว่า โดมารู ซึ่งในตอนนั้นมีอาหารญี่ปุ่นไม่กี่ชนิด แปะในยุคก่อนนั้นอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยก็มีไม่มาก วัตถุดิบที่นำมาใช้ส่วนใหญ่ก็คัดแปลงมาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในบ้านเราทั้งสิ้น ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่นอยู่ที่ ความเรียบง่าย ความตั้งใจในการทำ ความพิถีพิถันในการเลือกวัตถุดิบของพ่อครัวญี่ปุ่น ซึ่งจะคัดแต่ของที่ดีที่สุด

ให้กับลูกค้า ต้องมีความซื่อ และทุกอย่างต้องสะอาด ซึ่งร้านในญี่ปุ่นก็จะมีวิธีการทำที่เป็นศิลปะที่ตกทอดกันมาตามรสนิยมของเจ้าของประเทศ แต่ร้านในประเทศไทยจะเป็นร้านอาหารญี่ปุ่นแนวใหม่ มีการฟิวชั่นเข้าไป เพราะฉะนั้นแล้วร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยจะมีหน้าตาที่เป็นไปตามรสนิยมของคนไทย และได้ร้านอาหารญี่ปุ่นที่คุณอนันต์โรจน์ชื่นชอบมากที่สุดก็คือ ซูชิบาร์ เนื่องจากว่าเป็นคนที่ชอบทานซูชิ และเป็นร้านที่สามารถเข้าไปนั่งรับประทานคนเดียวได้ ในส่วนของความเชื่อเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นนั้นคุณอนันต์โรจน์ให้มุมมองว่า อาหารญี่ปุ่นกินแล้วไม่ค่อยผิดหวังในด้านรสชาติ ความสวยงาม และความมีประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นอาหารที่ไม่ทำให้อ้วนจนเกินไปเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมเรื่องของน้ำหนัก และที่สำคัญราคาแพง



7.ดร.วิโรจน์ กุศลโนมัย



CEO และประธานกรรมการกลุ่มบริษัท กุศม์กรุ๊ป จำกัด นำเข้าเครื่องครัวของญี่ปุ่น
เจ้าของธุรกิจเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่น

ประวัติดร.วิโรจน์ กุศลโนมัย

ดร.วิโรจน์ กุศลโนมัย หรือ อาจารย์ วิโรจน์ กุศลโนมัย

นามปากกา (นามแฝง) : ดร. วิลเลียม วู

ชื่อทางการค้าระหว่างประเทศ : Dr. William Woo

เกิด:วันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2505

ปัจจุบัน : ประธานกลุ่มบริษัท กุศม์ กรุ๊ป และ ที่ปรึกษาวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจสำหรับ ตลาดนี้ซเก้ SME
การศึกษา

ปริญญาเอก DBA ทางด้านปรัชญาการบริหาร จาก American University of Hawaii, ประเทศ
สหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2549

ปริญญาโท มหาบัณฑิต ธุรกิจระหว่างประเทศ(MBA in International Business) มหาวิทยาลัย
สยาม ปี พ.ศ. 2543

ปริญญาตรี การตลาด (BBA in Marketing) รุ่นที่ 14 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) ปี พ.ศ.
2529

Diploma of Advance Business English with Credit ที่วิทยาลัย Business Training Limited,
Manchester, U.K. ปี พ.ศ. 2525-2526

ประวัติการทำงาน

ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน CEO และประธานกรรมการกลุ่มบริษัท กุศม์กรุ๊ป จำกัด

ปี พ.ศ. 2540 - 2544 ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดระหว่างประเทศ กลุ่มบริษัท กุศม์ กรุ๊ป จำกัด

ปี พ.ศ. 2536 - 2540 กรรมการผู้จัดการ บริษัท เกรทยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด

ปี พ.ศ. 2529 - 2536 ผู้จัดการฝ่ายต่างประเทศ บริษัท เกรทยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด

งานด้านโทรทัศน์

พิธีกร ผู้ดำเนินการ และผู้ทรงคุณวุฒิด้าน เอสเอ็มอี ในรายการ " เปิดโลกเอสเอ็มอี " ทาง
TTV2 และผู้บรรยาย VCD 36 กลยุทธ์ธุรกิจ

ความรู้และความชำนาญพิเศษ

ผู้เชี่ยวชาญ ด้านธุรกิจ SME, การตลาดสำหรับธุรกิจ ขนาดกลาง และ ขนาดเล็ก

ผู้เชี่ยวชาญ ด้านแผนการตลาด เชิงกลยุทธ์ และ ปรึกษา การบริหารองค์กร

ผู้คิดค้น สูตรปรึกษา การพัฒนาตนเอง 4 รู้ x 4 กล้า และ กลยุทธ์เชิงการแข่งขัน 8 forces

ผู้ชำนาญการด้าน ร้านอาหารญี่ปุ่น , เฟรนไชส์ และ เครื่องครัวญี่ปุ่น ในประเทศไทย , จีน , ไต้หวัน และ ญี่ปุ่น

ผู้ชำนาญการด้าน ตลาดผลไม้สด และ แช่แข็ง ในประเทศไทย, จีน และ ญี่ปุ่น

ผู้ชำนาญการด้าน อุตสาหกรรมไม้ไผ่ ในประเทศไทย, จีน, ไต้หวัน และ ญี่ปุ่น

ผู้ชำนาญการด้าน รถสามล้อ บรรทุก ซูโมค้ำ และ คีออส ดัดแปลง สำหรับ ร้านอาหาร และ เครื่องดื่ม ในประเทศไทย

นักธุรกิจ SMEตลาดนิช , นักคิด-นักเขียน-นักปรึกษาด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์ , อาจารย์บรรยายด้านตลาดนิชสำหรับ SME

ผู้นำธุรกิจตลาดนิชประสบการณ์ 30 ปี : ด้านส่งออกผลไม้สด และ แช่แข็ง, ด้านธุรกิจร้านอาหารไทย-จีน-ญี่ปุ่น , เครื่องครัวญี่ปุ่น และ รถ 3 ล้อบรรทุกจากญี่ปุ่น โดยไม่พึ่งพาห้างฯ ผลงานที่ภูมิใจ

หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก: หัวหมา ดีกว่าหางสิงห์ , อ้าวจะเล่าให้ล้อฟัง, สอนน้องให้เป็นเจ้าแก, ตั๋วหัวลำโพง

บทความในน.ส.พ. : เปิดโลก SME (CREATIVE MARKETING) , โครงการศูนย์ค้าส่งภายในประเทศ, AEC ในทัศนะ ธุรกิจตลาดนิช ดร.วิโรจน์ ปี 2556

งานบรรยาย : รายการเปิดโลก SME 12 ตอน , VCD 36 กลยุทธ์ธุรกิจ , การสร้างอาชีพสำหรับบัณฑิตใหม่ ตามมหาวิทยาลัยชั้นนำของไทยทั่วประเทศ

ผู้คิดค้นทฤษฎี : ปรึกษาการพัฒนาตนเอง “4 รู้ 4 กล้า” และ กลยุทธ์เชิงการแข่งขันของ SME “8 forces”

ผู้ก่อตั้ง : ชมรมพ่อครัวไทย-ญี่ปุ่นแห่งประเทศไทย , ป้ายแนะนำร้านอาหารอร่อย ชามูโร ชวนชิม , ผลิตรายการโทรทัศน์สอนทำอาหารญี่ปุ่น “ชามูโร ชวนชิม” และ กรรมการชมรมหมู่บ้านร่มเย็น

บทสัมภาษณ์ ดร.วิโรจน์ กุลลมนัน

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่นก็คลุกคลีด้านเครื่องครัวมาก่อน มา20กว่าปี แล้วก็มาเปิดร้านอาหารญี่ปุ่น คลุกคลีกับพ่อครัวในสมาคมพ่อครัวไทย ของพี่จ่าน แล้วก็ไปสปอนเซอร์ก่อน สปอนเซอร์เสร็จแล้วก็ได้มาเปิดชมรมพ่อครัวไทยญี่ปุ่นซึ่งเห็นว่าพ่อครัวที่อยู่ในสมาคมส่วนใหญ่เป็นพ่อครัวของโรงแรม เป็นเชฟโรงแรมที่นี้ ลูกค้าเราก็คงส่วนใหญ่ก็จะเป็นร้านอาหาร ผมไม่ได้เป็นเชฟ แต่ผมก็ชอบทำอาหาร ส่วนใหญ่ทำเป็นอาหารจีนกับญี่ปุ่น จีนออกจีนสไตล์ไต้หวัน แล้วก็ได้พามาเปิดเป็นชมรมพ่อครัวไทยญี่ปุ่นสมาชิกก็จะเป็นพ่อครัวร้านอาหารญี่ปุ่นนอกโรงแรม เป็นร้านเล็กๆส่วนใหญ่อยู่แถว สุขุมวิท ทองหล่อ สีลม ธนียะอย่างเนี่ยะซะ แล้วก็รวมกลุ่มกัน

ขึ้นมาจัดการแข่งขัน แต่งงานแสดงสินค้าย่างๆ แล้วก็มาเปิดร้านอาหารเอง ก็มี DR.ซูชิ ซึ่งเป็นรต3ลือ เป็นราคาเดียว เป็นกล่องTake home บนรต3ลือ แล้วก็DR. เทป็น เป็นร้านที่เป็น เทป็นยากิ เพราะว่าผมชอบทานเทป็นยากิ ก็เลยเห็นว่าเทป็นยากิในเมืองไทยมันยังมีตัวเล็กน้อยมีแต่หุ อยู่ในโรงแรมแล้วก็รสชาติยังไม่จัดจ้าน เปิดเดิมๆ อะไรอย่างเนี่ยะ ก็เลยมาทำเทป็นยากิที่มันเป็นเนื้อหมักอะไรพวกเนี่ยะ เป็นหมักทั้งหมด โดยไม่ต้องใช้วัตถุดิบที่แพงมาก เป็นตลาดกลาง

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

อาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมก็มีประมาณอยู่ 10 กว่าชนิดนะ ละตั้งแต่ครัวเย็นครัวร้อนอะไรเรื่อยมาโซโหมะ แล้วก็ปิ้งย่าง แล้วก็นั่งดื่ม หรือว่าอะไรผัดอะไรต่างๆ ทอดอะไรพวกเนี่ยะ หลายๆอย่าง ที่นี่คืออาหารที่คนไทยรู้จัก อันดับแรกพวกครัวเย็นก็คือ พวกซูชิ ซาซิมิ โซโหมะที่ทุกคนรู้จักอะนะ แต่จริงๆแล้วอาหารญี่ปุ่นมันไม่ได้มีเท่านั้น อะนะครับ มันมีพวกครัวร้อนด้วยซึ่งอย่างที่เขารู้ว่าที่เขาแข่งขันเนี่ยะก็จะเป็นครัวร้อนซะส่วนใหญ่ แต่ว่าอาหารญี่ปุ่นเขาจะทำแบบไม่สุกมากอะ เพื่อเน้นวัตถุดิบเพื่อให้คงความเป็นรสชาติ และเพื่อทรงคุณค่าของอาหาร เพราะว่าอาหารญี่ปุ่นตามPerception เขาก็เรียกว่าอาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพโซโหมะ เพราะว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นเกาะ มีเกาะตั้งแต่เหนือ สอนชู คิวชู ชิซูกะ ฮอกไกโด เกาะ 4 เกาะเนี่ยะมันก็จะแตกต่างกัน บางอันก็จะมีหิมะบางอันก็ไม่มีหิมะ แล้วเขาก็จะมีการปลูกพืช จะมีการใช้เนื้อที่เนื่องจากเป็นประเทศที่มีพื้นที่จำกัดก็จะมีการใช้พื้นที่ในการปลูกพืชหรือว่าเลี้ยงสัตว์ ทั้งเกษตรกรรมหรือว่ากิจกรรมคัมค่านั้นก็จะปลูกหรือเลี้ยงในสิ่งที่ดีเลิศ นี่ก็คือคนญี่ปุ่น ที่เขาบอกว่า บูชิโด คือต้องการความดีเลิศ ใฝ่หาความเป็นเลิศในทุกๆด้านทั้งอาหารทะเลต้องดีที่สุด แล้วก็ป็นแหล่งอาหารทะเลที่อุดมสมบูรณ์ แล้วก็ก็มีแผ่นดินไหว มีภูเขาไฟระเบิด ภัยธรรมชาติเยอะ เขาเลยเห็นคุณค่าของวัตถุดิบ แล้วก็บางที่เป็นฤดูกาล บางฤดูกาลก็ไม่มีตัวนี้ไม่มีตัวนั้น เขาก็เลยคิดค้นในการ preserved ตัวผัดอะไรพวกเนี่ยะขึ้นมา จะเห็นว่าเขาก็จะมีของดองอะไรเยอะเพราะอย่างเนี่ยะ เพราะว่าเขาก่อนไม่มีอะไรกิน ไม่เหมือนคนไทย คนไทยก็ของกินเยอะโซโหมะ ก็กินทั้งๆว่างๆ อย่างที่เขาบอก ข้าวเมล็ดหนึ่งสำคัญมาก ขึ้นอยู่กับความเป็นอยู่แล้วก็พ่อแม่ปู่ย่าตายายเขาก็จะสอนมา ที่นี่ที่เขาบอกว่าเป็น Original ก็คือว่า Home made อย่างที่เขาบอกก็คือกินอยู่บ้านที่เป็น Original จะไม่ค่อยดัดแปลงเท่านั้นนะครับ ที่นี่พอเวลากินในโรงแรมก็จะมิได้พิวชั่น ใส่ความคิด ใส่ความหลากหลายเข้าไปจริงๆพิวชั่นมันไม่เกิดจากญี่ปุ่นมันเกิดจากประเทศอเมริกา เพราะว่า อเมริกาเวลามันทำอาหารอะไรสักอย่างแล้วไม่มีวัตถุดิบมันก็จะดัดแปลง พอดัดแปลงแล้วมันก็เป็นพิวชั่นขึ้นมา ซึ่งมันก็จะขยายไปหลายๆอาหาร แล้วที่นี่พอเป็นพิวชั่นขึ้นมา มาจากสาเหตุที่ว่ามันขาดวัตถุดิบตรงนั้นเราก็มักดัดแปลง มันก็เลยเกิดอาหารพิวชั่นขึ้นมาเรื่อยๆเลยมาจากเรื่องของการแข่งขันอะไรก็เริ่มบูม

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

อาหารญี่ปุ่นอันดับแรกก็ถือเป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณค่าสูง มีคุณค่าทางโภชนาการสูง อันดับที2ก็คืออาหารญี่ปุ่นเนี่ยะจะปรุงไม่สุกมาก รสชาติไม่จัด เป็นจืดๆหน่อย จืดๆก็ต่อสุขภาพอีกแต่มันอาจจะไม่อร่อย ไม่ถูกปาก แต่อาหารญี่ปุ่นมันก็มีชื่อเสียงไม่ใช่ว่าแค่จืดดี ชื่อเสียงก็ถือว่าอย่างมันก็จะซ้ำๆกันหรือว่าทำออกมาได้ไม่ก็อย่าง ก็จะใช้วัตถุดิบขึ้นมาเป็นเป็นหลัก คือใช้พวกถั่วเหลือง ใช้พวกข้าวอะไรมาใช้เป็นตัวหลัก ถั่วเหลืองมาทำ มิโซะ มาทำ โซยุ มันจะมีไม่ก็อย่าง อย่างเอาข้าวมาทำเส้นเนี่ยะ สาเกเขาจะทำมาจากข้าว ข้าวก็เอามาทำสาเก สาเกก็เอามาทำมิลิน มันจะมีวิวัฒนาการเกิดจากวัตถุดิบเดียวกัน มันจะมีหลากหลายแม้กระทั่ง มิโซะ มันก็จะมีอยู่หลายชนิด

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่น ที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

อาหารญี่ปุ่นในประเทศญี่ปุ่นจะเป็น single dish คือจะเป็นจานเดียว หรือว่าเป็น specialize ไปเลยเช่น ถ้า เทมปุระมันก็จะป็นร้านเทมปุระไปเลย จะกินราเม็งก็ต้องไปร้านราเม็ง แต่ถ้าคุณมาเปิดร้านเทมปุระหรือว่าร้าน ราเม็งในเมืองไทยคุณเจ๊ง เพราะว่าคนไทยต้องการร้านทุกอย่างจบในร้านเดียว คืออาหารญี่ปุ่นคนไทยมองว่าฉัน มาที่นี้ฉันจะต้องกินอาหารญี่ปุ่นได้ทุกชนิด ไม่ใช่กินแต่เทมปุระ มันต่างกันตรงนี้ เพราะฉะนั้นเลยทำให้การทำ ร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยมันจะต้นทุน ค่าใช้จ่ายหรือว่าการเก็บStock มาจะยุ่งยากมาก ส่วนเรื่องรสชาติมันก็มี การดัดแปลง จริงๆถ้าถามว่ารสชาติดั้งเดิมของญี่ปุ่นเนี่ยะหาทานได้ไหมในเมืองไทยผมว่าหาทานไม่ได้เลย เพราะ ไม่มีร้านไหนที่ดั้งเดิม มีก็ดัดแปลงทั้งนั้นแต่จะดัดแปลงมากดัดแปลงน้อย เพื่อให้ถูกปากคนไทยด้วย แม้กระทั่ง ทองหล่อหรือว่าของเซฟฟูนูธรรมก็ตาม มันมี2 ประเด็นอย่างที่ผมเรียนให้ทราบคือ พฤติกรรมผู้บริโภคก็ไม่ใช่ เหมือนกัน หรือถึงแม้เขาจะขายคนญี่ปุ่น แม้กระทั่ง Korean Townเนี่ยะ ขายคนเกาหลีแต่เขาก็ต้องดัดแปลงให้ มัน ก็ต้องมีรับคนไทยบ้างใช่ไหม เพื่อไว้ เพราะก็ต้องมีรองรับคนไทย20% 30% อีกอย่างวัตถุดิบบางตัวมันไม่สามารถ นำเข้ามาได้ทั้งหมดอาจจะแบบว่าแพงหรือว่าไม่สดหรืออะไรเนี่ยะ เขาก็ต้องดัดแปลงมันก็เลยต้องเปลี่ยนหรือมี ความเปลี่ยนแปลง รสชาติก็จะไม่เหมือนเดิม

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหนดูบรรยากาศแบบไหนดึงดูดใจคุณ

ผมชอบ2 ลักษณะก็คือเทป็นซากุริ แล้วก็เป็น เรียวคัง เป็นแบบดั้งเดิมที่เป็นที่ที่ต้องใส่ชุด ชูกะตะ แล้วก็นั่ง อย่างที่คุณไปอะนะ ในร้านที่แบบญี่ปุ่น มีสามัคกรายอยู่2คนดูอบอุ่น มันได้บรรยากาศแล้วก็ดูอบอุ่นเหมือนกับกิน ในครอบครัวอะไอย่างเงี้ยะ มันก็เป็นบรรยากาศแบบถ้าเป็นได้วันเขาก็เรียกว่า โอเบะซัง (หัวเราะ) ให้เข้ามาทำ อะไอย่างเนี่ยะ ให้เข้ามาที่บ้านทำ เหมือนกับว่าเรากินแล้วนึกถึงตอนเด็กๆอะไอย่างอย่างเนี่ยะครับ

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นที่น่าสนใจก็คือเซมิฮ้อง ห้องที่เป็นประตูกระดาษแล้วก็ป็นห้องไม้ แล้วก็ เจาะรูลงไปเอาขาหย่อนลงไปอะไอย่างเนี่ยะครับ อันนี้ก็น่าสนใจของเขาละ มันก็เป็นเอกลักษณ์อะป็น เหมือนกับอยู่ในสวนเขาก็จะตกแต่งเหมือนเรียบๆอย่างว่ามีส่วนแล้วก็มียาทำบ่อน้ำเลี้ยงปลาคราฟ แล้วก็มื หินอยู่ก่อนอะไอย่างเงี้ยะ แบบง่ายๆแต่ว่าก็มีความสวยงาม ก็เช่นเดียวกับอาหารญี่ปุ่น

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

ความเชื่อของอาหารญี่ปุ่นคือคนทั่วไปเชื่อว่ากินอาหารญี่ปุ่นแล้วสุขภาพดี แต่ว่าจริงๆแล้วมันอาจจะ ไม่ใช่ อาหารญี่ปุ่นมันกินแล้วบางทีมันอาจจะมันต้องเลือกกินด้วย มันก็อยู่ที่คนว่า คนจะเลือกเพราะว่าอาหาร ญี่ปุ่นส่วนใหญ่ผักจะไม่เยอะ ีผักสดไม่เยอะนะ มันจะเยอะผัดคอง มันอยู่ที่เราเลือกว่าอย่างไหนที่เหมาะสมกับเรา บางคนกินแต่อาหารญี่ปุ่นแล้วก็กินสาเกบางทีก็ไม่ได้ คืออาหารญี่ปุ่นต้องเรียนให้ทราบว่ามันเหมาะกับเมืองหนาว แต่ของเราเป็นเมืองร้อน จะเหมือนเขาทุกอย่างมันคงเป็นไปได้ มันก็ต้องดัดแปลงหรือว่าเลือกของที่ดีที่สุด ให้กับเรา

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์ ดร.วิโรจน์ กุศลมนโณมัย

ดร.วิโรจน์ผู้ที่ร่ำหอดในวงการเครื่องครัวญี่ปุ่นมานานกว่า 20 ปี แล้วก็มาเปิดร้านอาหารญี่ปุ่น เปิดชมรมพ่อครัวไทย-ญี่ปุ่น มีสมาชิกเป็นพ่อครัวร้านอาหารญี่ปุ่นนอกโรงแรม ขึ้นชอบในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทปันยากิ ภายหลังได้มาเปิดร้านขายซูชิ และเทปันยากิชื่อ Dr.ซูชิ และ Dr. เทปัน ซึ่งทำเทปันยากิโดยใช้เนื้อหมัก ราคาไม่แพง ทำให้ได้ข้อมูลทางด้านอาหารญี่ปุ่นไว้ว่าอาหารญี่ปุ่นนั้นจะปรุงแบบไม่สุกมากเพื่อความความเป็นรสชาติและทรงคุณค่าความเป็นวัตถุดิบนั้นๆ ไว้ ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ใช้พื้นที่ได้อย่างคุ้มค่าทั้งในการเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ ยึดคติ บูชิโด คือ ทุกอย่างต้องดีเลิศ และคิดค้นวิธีการถนอมอาหารเนื่องจากเป็นประเทศที่จนมาก่อน อาหารจึงไม่ค่อยมีความดัดแปลงเพื่อให้คุณค่าของวัตถุดิบนั้นๆ ไว้ ดังนั้นแล้วการเลือกวัตถุดิบต้องมีคุณภาพสูง มีคุณค่าทางโภชนาการสูง เพราะญี่ปุ่นไม่เน้นการปรุงอาหารมาก รสชาติก็ไม่จัดจ้านแต่ดีต่อสุขภาพ แต่ข้อเสียของอาหารญี่ปุ่นนั้นคือจะซ้ำๆกัน ทำออกมาได้ไม่กี่ชนิด ในเรื่องของความแตกต่างระหว่างร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยและร้านอาหารญี่ปุ่นในญี่ปุ่นนั้น ดร.วิโรจน์มองว่าเกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่เหมือนกัน ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยจำเป็นต้องใส่วัตถุดิบบางชนิดเพื่อที่ทำให้เกิดรสชาติมากขึ้นอย่างที่คนไทยชอบ อีกอย่างคือญี่ปุ่นเป็นเมืองหนาว ส่วนไทยเป็นเมืองร้อน การที่จะปรุงอาหารให้เหมือนเขาไปเสียทุกอย่างคงเป็นไปได้ยาก ทุกอย่างต้องมีการดัดแปลงหรือเลือกของที่ดีที่สุดให้กับตัวเรา ในการตกแต่งร้านต้องมีความเรียบง่ายแต่สวยงาม ส่วนในความเชื่อเรื่องอาหารญี่ปุ่นนั้นดีต่อสุขภาพ ดร.วิโรจน์มองว่าต้องขึ้นอยู่กับการเลือกรับประทานด้วย

8. คุณศันสนีย์ สิริวิจ্ঞานานนท์



กรรมการผู้จัดการ บริษัท ธรรมชาติ ซีฟู้ด ผู้นำเข้าวัตถุดิบอาหารจากทั่วโลก

ประวัติคุณศันสนีย์ สิริวิจ্ঞานานนท์

คุณ ศันสนีย์ สิริวิจ্ঞานานนท์ (กรรมการผู้จัดการ) บริษัท ธรรมชาติ ซีฟู้ด รีเทล จำกัด

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกียรตินิยมอันดับ 2

ประวัติ

คุณศันสนีย์ ผู้บริหารจากบริษัทธรรมชาติซีฟู้ด และยังเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารทะเล เพราะได้สั่งสม ประสบการณ์ และคลุกคลีอยู่ในวงการอาหารทะเลมาแล้วมากกว่า 10 ปี ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ อาหารทะเลตั้งแต่อายุ 25 ปี ด้วยยอดขายได้ต่อปี (Turn Over) กว่า 350 ล้านบาท เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายอาหารทะเลนำเข้า ต่าง ๆ มากที่สุดในประเทศ มีสาขาทั่วประเทศ ในทุกห้างค้าปลีกชั้นนำมากกว่า 145 สาขา และยังเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้านำเข้า แบรินระดับโลกแต่เพียงผู้เดียวภายในประเทศ อาทิเช่น แบริน Caviar House Prunier, Loch Duart, Labeyrie และ นิวซีแลนด์ คิง แซลมอน นอกจากนี้สินค้าแบรินระดับโลกต่าง ๆ แล้ว ยังเป็นผู้นำเข้าปลาแซลมอนครบทุกสายพันธุ์ และมากที่สุดในประเทศไทย พร้อม กับยังเป็นผู้เชี่ยวชาญในการคัดเลือก และคัดสรรอาหารทะเล จากแหล่งวัตถุดิบจากทั่วทุกมุมโลกเพื่อนำเข้ามาขายยังห้างค้าปลีกชั้นนำต่าง ๆ ในประเทศไทย และยังได้รับความไว้วางใจจากห้างค้าปลีกชั้นนำ ในการให้คำปรึกษาด้านอาหารทะเล

บทสัมภาษณ์คุณศันสนีย์ สิริวิจ্ঞานานนท์

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

คือแน่นอนว่า อาหารทะเลถ้าเราเป็นผู้นำเข้า เราก็ต้องรู้จักอาหารทะเลที่มาจากญี่ปุ่นอยู่แล้ว ว่าจริงๆ ญี่ปุ่นเป็นต้นตำหรับของอาหารทะเลโดยที่เราทานกันแบบดิบๆ ไข่ไหมคะ ก็ตั้งแต่เปิดบริษัทมาก็ 10 ปีที่แล้ว นั่นก็คือ ธรรมชาติ ซีฟู้ด ซึ่งเราก็ไปเยี่ยมชมครั้งแรกเลยก็คือตลาด สุกิจิ ตอนนั้นที่เราไปเปิดแหล่งนำเข้าของอาหารทะเลจากญี่ปุ่น ก็เรียกได้ว่า 8 ปีที่แล้ว ที่เราได้รู้จักอาหารทะเลจากประเทศญี่ปุ่นอะนะคะ ตอนนั้นเองนี่ะเราเพิ่งถึงรู้ว่าที่ประเทศญี่ปุ่น ที่ตลาด สุกิจิ คือเป็นการไม่ไขว่คว้าวัตถุดิบอาหารทะเลจากประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น แต่จะเป็นอาหารทะเลจากทั่วทุกมุมโลก เพราะว่าคนญี่ปุ่นนี่ะ ทานอาหารทะเลมากที่สุดในโลกเลย ฉะนั้นศูนย์กลางของเขาคือ สุกิจิ นี่ะะ ก็จะมาหมดเลยไม่ว่าจะประเทศอะไร ฝรั่งเศส ฮองกง เกาหลี มาหมด หรือไม่ว่าจะเป็นออสเตรเลีย ก็จะมารวมกันอยู่ที่ สุกิจิ แล้วก็ส่งออกต่อ ในสมัยก่อนนี่ะ คนทานอาหารทะเลจากประเทศญี่ปุ่นนี่ะ ไม่ได้ทานกันง่ายๆ คือต้องทานที่โรงแรมเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี่ะ ก็จะมีร้านอาหารหลายๆร้านอาหารที่

เราพอเห็นไข่ไหมคะ คือมีการขายอาหารทะเลจากญี่ปุ่นมากขึ้น เพราะว่ามีคนนำเข้ามากยิ่งขึ้นนะคะ ทำให้การเข้าถึงของตัวสินค้าเนี่ยะมีมากขึ้นไปด้วย"

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

ถ้าดั้งเดิมเนี่ยะ อาหารญี่ปุ่นโดยทั่วไปแบบดั้งเดิมเน้นอนเลยอะ คืออย่างตัว ซาซิมิ หรือ ปลาซาซิมิเนี่ยะ มันมีมาตั้งแต่สมัยที่เขาทำสงครามคะ ตั้งแต่สมัย เอโดะ คือนานมากแล้ว เพราะว่าคือการที่ผลิตเขาจะต้องมีกรรมวิธี ทอด นึ่ง ย่าง อะไรเหมือนบ้านเราเนี่ยะ ไม่ได้ทำได้ง่าย เพราะว่าบ้านเขาเนี่ยะ คือจะเป็นไรที่อากาศเขาจะหนาว คือเขาจะเป็นเกาะเนอะ มีทะเลโดยรอบ สิ่งที่เขาทำได้ก็คือ จับปลาขึ้นมาทานได้สดๆ หรือ โปะหน้าข้าว แต่ข้าวเนี่ยะ มันก็จะแข็ง ก่อนข้างที่จะแข็งได้ง่าย ซึ่งก็ต้องมีการแอบ หรือว่าการคลุกคล้ายๆเหมือนปิ่น โดยอย่างเนี่ยะคะ สมัยก่อนเขาจะคลุกด้วยผ้า เรียกว่า ห่อผ้าอย่างหนาอะ แทบเรียกได้ว่าเหมือนห่อ กิโมโน ให้กับไอตัวกล่อง เบนโตะ เนอะ เพื่อให้ข้าวมันไม่แข็ง เพราะถ้าเกิดว่าข้าวแข็ง ข้าวปนความเย็นก็จะแข็งเนอะ มันก็จะไม่อร่อย

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

วัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นก่อนเลยละ เขาจะเป็นคนที่มีความประณีตนะคะ เพราะฉะนั้นเนี่ยะอาหารญี่ปุ่น คำแรกที่เราคิดถึงก็คือ ความประณีต ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกวัตถุดิบ การตกแต่งจาน และสิ่งที่สำคัญคือเขาจะมีความพิถีพิถันในการนำวัตถุดิบที่มีในช่วงฤดูกาลนั้นๆ มาทำอาหาร เรียกได้ว่าวัตถุดิบตามฤดูกาล แล้วก็มีสเน่ห์ตรงที่ว่า เขาทำโดยใช้กลิ่นอายของธรรมชาติมาโดยอย่างเช่น ถ้าเป็นฤดูใบไม้ผลิเขาก็จะมีการตกแต่งหน้าจานโดยการเอาใบ หรือเอาซากุระอะไรอย่างเนี่ยะคะ ถ้าเป็นฤดูซากุระบาน เขาก็จะเอาซากุระมาตกแต่งด้วย ค่ะ เพราะฉะนั้นเขาก็จะผูกพันกับธรรมชาติ ฤดูกาล และก็วัตถุดิบเป็นอย่างมาก ซึ่งความน่าสนใจก็จะอยู่ที่ วัตถุดิบ การตกแต่ง และก็ความผูกพันกับธรรมชาติของเขา ทำให้เขาเนี่ยะ เอาธรรมชาติเข้ามาในการปรุงแต่งอาหาร ก่อนข้างที่จะมาก

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

คะ จากที่สังเกตเวลาเราไปร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่น คือการตกแต่งร้านอะไรต่างๆ เขาจะไม่ได้เน้นตกแต่งให้มีความหรูหราอะไรมากมาย คือการตกแต่งเขาก่อนข้างจะเป็นธรรมชาติดั้งเดิมของเขา แต่เน้นความที่เน้นวัตถุดิบ เป็นหลัก แล้วคือเซฟส่วนมากจะเป็นเจ้าของร้านอาหารเองนะคะ แล้วก็คือเรียกว่า เซฟผู้ช่วยต่างๆ เนี่ยะกว่าจะได้มา ยกตัวอย่างเช่น ซูชิ ก็ต้องเรียนการหุงข้าวก่อนเป็นปี สองปี คือตั้งแต่เริ่มต้นเลยกว่าจะได้มาปั้นซูชิ แต่สิ่งที่เราเห็นในเมืองไทยเนี่ยะ คือเมืองไทยเป็นประเทศที่ C and D คือ COPY and DO ได้ไวมาก(หัวเราะ) เพราะฉะนั้นเนี่ยะเราจะเห็นร้านอาหารผุดขึ้นมาเยอะมากนะคะ แล้วก็การตกแต่งก็จะเป็นแบบญี่ปุ่นญี่ปุ่นเนอะ คือญี่ปุ่นในสายตาคนไทยเป็นยังไงก็จะเอามาตกแต่งแบบนั้นนะคะ เพราะฉะนั้นก็จะเป็นการเลียนแบบญี่ปุ่นแบบไทยๆเท่าที่เห็น แล้วก็จะมีการเรียกว่าอะไรอะพัฒนาคือทำซูชิอย่างเนี่ยะ ก็จะมีแม่พิมพ์เพื่อให้ทำได้ไวขึ้น มีกดเป็นคำๆอะไรอย่างเนี่ยะคะ เพราะฉะนั้นความแตกต่างก็จะแตกต่างกันไป คือเสน่ห์ต่างกันนะคะ คือคนไทยก็จะมีเสน่ห์ไทยๆเพิ่มลงไป ในร้านอาหารญี่ปุ่น แต่ว่าของญี่ปุ่นเขาก็จะเป็นแบบดั้งเดิม เน้นอาหารเป็นหลัก การตกแต่งเป็นรอง

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

คือ เวลาเราไปทานอาหาร เราก็ต้องอยากได้อาหารที่อร่อย คือเราไม่ได้แบบเรียกว่าอะไรคือทานที่บรรยากาศ เราทานที่อาหาร เพราะฉะนั้นเวลาเราไปที่ร้านอาหารญี่ปุ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งแถว สุทธิ นิยะ คือร้านเขาไม่ได้หรูหราอะไร แต่ว่าวัตถุดิบเนี่ยะสุดยอด เพราะเดินไปเขาก็เดินไปเอาปลามาเลยแล้วก็มาทำ เพราะฉะนั้นอันนี้เนี่ยะเป็นร้านอาหารในดวงใจ คือเน้นอาหารเป็นหลักแล้วก็เน้นความอร่อย ความสดของสินค้าจริงๆ ไม่ต้องปรุงแต่งเยอะเลย ส่วนบรรยากาศร้านก็อาจจะชอบร้านที่ตกแต่งเป็นดั้งเดิมสไตล์ญี่ปุ่น ไม่ต้องมาเยอะ ไม่ต้องอะไร คือเน้นความที่แบบเราเดินเข้าไปแล้วเขาก็จะ อีราชัยมาสะ! กันอย่างเนี่ยะ เราก็ก็มีการทักทาย แล้วก็สเน่ห์คือเขาจะมีการพูดจากับเราบ้างอะไรบ้าง คือคุยไปด้วยทำไปด้วย คือสร้างบรรยากาศ สร้างความเป็นกันเอง แต่ไม่ต้องเยอะอะไรอย่างเนี่ยะ

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

วัฒนธรรมการกินอาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ เราจะเห็นว่าเขากินเป็น Course คือเขาจะเริ่มจากการทานกับแกล้ม ก่อนเป็น appetizer ของเขา ค่อยๆมาเริ่มเป็น main course มีน้ำซุปด้วย แล้วก็ต้องจบด้วยของหวาน เพราะฉะนั้นการทานของเขาเนี่ยะก็เรียกว่าทานอาหารค่อนข้างจะครบ 5 หมู่ คือได้ตั้งแต่ของทานเล่นก่อนจนถึงของหวานเลยคะ แล้วก็ที่เราดูเนี่ยะอย่างขนาดข้าวกล่อง ยังมีครบเลยในนั้น appetizer หรือว่าทานเล่น เอะแล้วก็อาหารจานหลัก แล้วก็จะมีแบบขนม พุดดิ้งเล็กๆ อยู่ในอาหารกล่องของเขา อันเนี่ยะจะเป็นสิ่งที่เรียกว่าเป็นวัฒนธรรมแล้วก็สเน่ห์ของอาหารญี่ปุ่น

ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

ความเชื่อของอาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ คือเราจะมีความเชื่อว่าเขาจะใส่ใจกับวัตถุดิบค่อนข้างมาก แล้วก็ไม่ค่อยเน้นความปรุงแต่งอะไรเลย แล้วก็อย่างเช่นเวลาเราทานเช่นปลาไหลญี่ปุ่นที่ย่างซีอิ๊วอย่างเนี่ยะคะ คือตัวซีอิ๊วเนี่ยะเขาก็จะแบบว่า เป็นซีอิ๊วที่มาจากต้นตระกูลที่แบบมาจากดึกดำบรรพ์ แล้วก็ที่สำคัญคือถ้าเป็นเซฟญี่ปุ่นแท้ๆเนี่ยะความเชื่อของเขาก็คือว่า ถ้าเขาไม่รู้อะไร เขาจะไม่ปรุง ถ้าเขาไม่ได้เรียนรู้ตั้งแต่ต้นเขาจะไม่ทำ เพราะฉะนั้นเนี่ยะคือถ้าเป็นเซฟญี่ปุ่นโดยแท้ เราจะมีความเชื่อว่าเขาเนี่ยะ มีความรู้ครบองค์ทั้งหมดที่เขาทำอาหารออกมา

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์ คุณต้นสนีย์ ลิวิจันนันท

คุณธีรารัตน์เธอเป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบทุกอย่าง ดังนั้นเธอจึงเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ทางด้านวัตถุดิบเป็นอย่างมาก และประเทศญี่ปุ่นก็เป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารทะเลที่สามารถทานแบบดิบได้ ที่จริงแล้วชนชาติญี่ปุ่นเป็นชนชาติที่ทานอาหารทะเลมากที่สุดในโลก เมนูปลาดิบ ชาวญี่ปุ่นก็มีมาตั้งแต่สมัย เอโดะ เนื่องจากในตอนนี้มีการทำสงคราม แล้วภูมิประเทศเป็นเกาะ อากาศหนาว วิธีการปรุงอาหารจึงทำได้ไม่มาก ผู้คนต้องอาศัยการจับปลาขึ้นมาแล้วนำมารับประทานแบบสดๆ ซึ่งความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่นก็จะอยู่ที่ ความประณีตในทุกกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นการปรุงที่ไม่ต้องปรุงแต่งเยอะ การตกแต่งอย่างมีศิลปะที่สวยงามมีกลิ่นอายตามฤดูกาลหรือเทศกาลนั้นๆ และที่สำคัญคือการเลือกวัตถุดิบที่จะมีความพิถีพิถันเป็นอย่างมากเพราะสเน่ห์ของอาหารญี่ปุ่นนั้นจะอยู่ที่วัตถุดิบ การตกแต่งงานที่มีความสวยงามและจัดตามฤดูกาล มีความเป็นธรรมชาติ คนญี่ปุ่นจะมีความผูกพันกับธรรมชาติ ฤดูกาลและวัตถุดิบเป็นอย่างมาก และอีกอย่างที่สำคัญคือพ่อครัวญี่ปุ่นจะไม่ทำโดยไม่รู้ คือเขาจะไม่ปรุงอาหารเลยโดยที่ไม่ได้เรียนรู้มันมาตั้งแต่ต้น ต่างจากของไทยที่ใช้วิชาครูพักลักจำและสามารถทำได้เลยโดยที่

อาจจะไม่ได้รู้ถึงรากของมัน และนี่แหละคือเสน่ห์ที่น่าขบถของอาหารญี่ปุ่น คุณยี่ห้อร้านเธอค่อนข้างหลงเสน่ห์ในความอร่อยของรสชาติวัตถุดิบของอาหารญี่ปุ่น การตกแต่งร้านอาจจะไม่ได้มีความหรูหราแต่วัตถุดิบที่นำมาเป็นอาหารนั้นสุดยอดมาก ของต้องสด บรรยากาศร้านมีความเป็นกันเอง มีการทักทาย พูดคุยกันระหว่างคนทาน และเชฟก็จะทำให้สร้างบรรยากาศในการรับประทานอาหารที่น่าประทับใจมากยิ่งขึ้น



9. คุณชาคริต แย้มนาม



ดารานักแสดง

พิธีกรรายการอาหารชื่อดัง (เซฟกระทะเหล็กประเทศไทย CH7 , ครีวแล้วแต่คริต CH3)

ประวัติ คุณชาคริต แย้มนาม

ชื่อเกิด : ชาคริต แย้มนาม

ชื่อเล่น : คริต

เกิด : 25 มิถุนายน พ.ศ.2521 กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

อาชีพ : พิธีกร นักแสดง เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร

ประวัติ

ชาคริต แย้มนาม เริ่มการศึกษาระดับอนุบาลที่โรงเรียนปีเตอร์แพน กรุงเทพฯ และย้ายมาเรียนที่ ฟรีแฟร์ เทอร์รี่สกูลจนถึงเกรด 9 จากนั้นเรียนต่อที่นิวซีแลนด์ 3 ปี จนจบระดับเกรด 12 จึงเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่ International Correspondence School (ICS) ด้านการตลาด ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเรียนทางไปรษณีย์ ปัจจุบันหยุดพักมาทำงานในวงการบันเทิง

ผลงานชิ้นแรกคือการถ่ายแฟชั่นในนิตยสาร Angel และเธอกับจัน ผลงานที่ผ่านมามีทั้งละครโทรทัศน์ และ ภาพยนตร์ เช่น เขาราช อัดกับฟ้าใส คนป่วนสายฟ้า กุมภาพันธุ์ รักออกแบบไม่ได้ ละครทีวีได้แก่ วายร้าย ยอดรัก คุณนายสายลับ คดีเด็ดเหตุแห่งรัก กุหลาบสีดำ โบสถ์มพูน สีแผ่นดิน ภูแสนดาว ลายมนุษย์ สำเภาทอง บ่วงบรรจถรณ์ เล่ห์ร้ายอุบายรัก เพลงผ้าฟ้าล้อมดาว วิมานทราย กามเทพตัวน้อย ผู้พิทักษ์รักเธอ ทายาทคุณหญิง ชายครึ่งผมเป็นชาย และละครชุดคอมเรื่องเป็นต่อ ยูนิฟชาติมหาชาติ กับครีวแล้วแต่คริต

นอกจากนั้น ยังมีงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในวงการอีก เป็นพิธีกรรายการ ทินทอล์ค กับ e for teens การเป็นนักร้อง ซึ่งมีโอกาสได้ออกอัลบั้มพิเศษ Teentrax มีผลงานในเพลง “ไม่รู้จะเลือกใคร” เมื่อปี พ.ศ. 2542

สำหรับผลงานภาพยนตร์ระดับนานาชาติ ชาคริตได้ร่วมแสดงเรื่อง Belly of the beast โดยร่วมงานกับ สตีเวน ซีกัล และเรื่อง Bangkok Dangerous ร่วมกับ นิโคลัส เคจ

ปัจจุบันรับหน้าที่พิธีกรในรายการอาหาร “ครีวแล้วแต่คริต” ออกอากาศทางไทยทีวีสีช่อง 3 “เซฟกระทะเหล็กประเทศไทย” ออกอากาศทางช่อง 7 สี และล่าสุด “Killer Karaoke Thailand ขอร้อง อย่าหยุดร้อง!” ออกอากาศทางโมเดิร์นไนน์ทีวี

บทสัมภาษณ์ คุณชาคริต แย้มนาม

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

ประสบการณ์ทางด้านอาหารญี่ปุ่นก็ต้องเริ่มต้นจาก ยำสาหร่ายปะ ทุกคนก็ต้องทานปลาดิบแต่สำหรับคนที่ทานปลาดิบไม่เป็นก็คงจะ โขดร้ายหน่อย เพราะอาหารญี่ปุ่นแท้จริงแล้วก็มีหลายอย่างที่เป็นการสุก แต่ว่าส่วนใหญ่แล้วคือถ้าคนจะกินจริงๆ อย่างเวลาเราไปร้านอาหารญี่ปุ่น มันก็จะนั่งในส่วนของซูชิ ปลา คิบ ซาซิมิ ในเรื่องของอะโรยแบบนี้เป็นหลักซะมากกว่า คงจะเป็นการนิยมไปนั่งที่หน้าบาร์ มากกว่าการจะไปนั่งที่ โต๊ะ แล้วก็เวลาสั่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นร้านประจำ จะรู้จักกับเซฟ ตั้งเป็น โอมากาเซะ ก็คือ เซฟเขาจะถามเราว่า กินอะไร ไม่กินอะไร อะไรที่กินไม่ได้ เผอิญว่าเป็นคนที่กินได้ทุกอย่าง ไม่มีอะไรที่ไม่กิน เซฟก็เลยสามารถสร้างสรรค์ ได้ตามสบาย มาให้เรากินนะครับ ไปญี่ปุ่นก็ นอกจากร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในเมืองไทยแล้วก็ โอโห เปิดกันเป็น ดอกเห็ดเลยตอนนี้ มีทั้งดีไม่ดี รอดไม่รอด แต่ว่าก็มีหลายร้านที่มันอร่อยซึ่งหลายๆร้านก็มีที่อร่อยกว่าที่ญี่ปุ่นนะ เวลาเราไปญี่ปุ่นก็อย่างที่บอกว่ามันเป็นเมืองเขา มันก็เหมือนร้านข้าวต้มบ้านเรา ก็มีทุกหัวมุมถนนมีทุกที่ ที่นั่นมัน ก็คือร้านญี่ปุ่นก็เยอะ ร้านอาหารก็เต็มไปหมดอะโรยอย่างเนี่ยะ เพราะมันเป็นบ้านเขาอยู่แล้ว ก็ต้องเลือกเหมือนกันว่าจะไปกินร้านไหน มันก็มีทั้งแพง ไม่แพง ก็แล้วแต่ แต่ว่าก็เป็นคนตามล่าหาของอร่อยอยู่แล้ว

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

อาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมเรียวยาว ก็น่าจะเป็น ไคเซกิ คือเป็นอาหารญี่ปุ่นแบบชาววัง ซึ่งมีการตกแต่งจัด ที่สวยงาม เป็นชุดเหมือนเบ็นโตะ แต่ว่าเสน่ห์ของมันจะเป็นตามฤดูกาล ก็จะมีวัตถุดิบที่เข้ากับฤดู มีการตกแต่งด้วย ดอกไม้ใบไม้ที่เข้าฤดู สีสนและกลิ่นอายของอาหาร

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

ผมว่ามันเป็นอาหารที่ค่อนข้างที่จะมีรสชาติที่เป็นธรรมชาติมากที่สุดในหมู่อาหารต่างๆ ในโลกนี้ ยกเว้น ถ้าคุณไปทบทวนองสิงกิน (หัวเราะ) แต่มันก็อาจจะไม่มีรสชาติ ไม่ได้ปรุงแต่งมากมาย แต่มันก็จะเน้นถ้าเป็นพวก ซอสก็จะมี เติม หวาน เปรี้ยว มีอยู่ 3 รส อาจจะมีวาซาบิ ซึ่งมันก็ไม่ได้เผ็ดมาก เป็นสิ่งที่นุ่มนวลกว่า อะโรยอย่างนี้ ก็คงจะเน้นความเป็นธรรมชาติของวัตถุดิบนั้นๆ แล้วก็จะเป็นเรื่องของการไปทำลายตัวเนื้อวัตถุดิบให้น้อยที่สุด น้อยกว่าในอาหารประเภทอื่น

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่น ที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

คือจริงๆ แล้วถ้าพูดถึงร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยหรือร้านอาหารญี่ปุ่นที่ญี่ปุ่นเองผมคิดว่า ความเป็นต้นตำหรับเอง ทุกคนก็ต้องบอกว่าที่ญี่ปุ่นเขาได้เปรียบกว่าแน่นอน เพราะว่าเขานิยมทานสดอยู่แล้วใช้ไหม ไม่เหมือนพวกอาหารประเภทอื่นๆ ที่สัตว์ต้องตายมา แต่ญี่ปุ่นเขานั้นเป็น ยิ่งถ้าเกิดแบบว่าเห็นว่าเป็นปลาแรดมา เห็นตัวปลาตายแล้วและเห็นเหงือกกระต๊อบ กระต๊อบแบบว่ามีเลือดอยู่หน่อยยิ่งดีอะไรแบบนั้น แต่ว่าเรื่องฝีมือผมเชื่อว่าเดี๋ยวนี้ร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยเองก็สุดยอดเซฟของญี่ปุ่นก็มาเปิดเยอะเหมือนกัน และก็มีสุดยอดเซฟที่ยังอยู่ที่ญี่ปุ่นเองก็เยอะเหมือนกัน เพราะฉะนั้นผมคิดว่าเรื่องของฝีมือก็สุดแล้วแต่ว่าจะถูกปากใคร แต่ว่าพอมานในบ้านเรา ก็จะออกมาเป็นฟิวชั่นค่อนข้างเยอะ เยอะซะจนเคยปาก แล้วพอไปญี่ปุ่นคนก็จะบอกไม่อร่อยเลย กินอาหารญี่ปุ่นบ้านเราอร่อยกว่า มันหลากหลาย อย่างที่นั่นอาจจะจะเป็นปลาโปะข้าว แด้มซอสชนิดนี้ใส่เปลือกผิวซูชิหน่อยก็จบ

แล้วอะไรอย่างนี้ แท้จริงมันอร่อยนะ ถ้าเกิดชอบแบบออริจินอลแบบนั้น คือเขายังคงความดั้งเดิมมากกว่าที่จะเป็นฟิวชั่น คือพอมามือเมืองไทยจึงต้องมีการอแดป เพราะอาจจะต้องมีในเรื่องของฟิวล์การ์หรืออะไรเพื่อให้เข้าปากคนไทยรสชาติต้องจัดจ้านขึ้นเพราะลิ้นคนไทยคือรับรสตั้งแต่จัดสุดยันเผ็ดสุด เพราะฉะนั้นเนี่ยะการที่จะทำอาหารเอาใจปากคนไทยผมคิดว่ามันต้องมีรสชาติที่เข้มข้นไว้ก่อน ขนาดเซฟฝรั่งหรือเซฟต่างชาติเวลามายูเมืองไทยเองรสลิ้นเขายังเปลี่ยนเลย

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

ผมว่ามันต้องเป็นห้องนะ เป็นห้องแบบประตูไม้ ห้องแบบประตูเลื่อน เป็นเหมือนแบบขันโตกของเขอะ แบบที่เข้าไปแล้วก็นั่งกับเสื่อ หรือว่าห้องแบบ คาตามิ ที่แบบว่าเป็นนั่งกับเบาะแล้วก็แบบว่านั่งกับพื้น เขาจะมีเบาะแล้วก็มิโตะยาวๆอยู่ในห้องแบบนี้ก็น่าจะโอเค หรือ ไม่อย่างนั้นก็ไปนั่งที่บาร์ ที่เซฟทำซูชิให้เรา ต้องมีการคงความเป็นญี่ปุ่นนะ คงไม่ต้องโมดิฟายมาก ผมชอบอะไรที่แบบว่าเป็นอารมณ์แบบว่าไม่ๆหน่อยอะอย่างนี้

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

ก็อย่างที่บอกว่าเขาเน้นสด สดที่สุดแล้วแบบว่าสดที่สุดนี้ไม่ใช่ว่าเป็นการทรมานสัตว์นะ เป็นเรื่องของมันจะปลอดภัยที่สุดสำหรับร่างกายของเราด้วย แล้วก็คุณค่าทางโภชนาการมันก็จะได้มากกว่าสัตว์ที่ตายแล้ว อย่างเช่นปลาอะอย่างนี้ก็จะได้โปรตีนสูง ซึ่งจริงๆอย่างเนี่ยๆ อาจจะไปลืมนึกเหมือนบ้านเราเขาก็คงไม่ทำอย่างเนื้อของเขาก็จะเป็นเนื้อที่ AGE เนื้อก็จะต้องแบบเอาไปแช่ตากความเย็นไว้อะอย่างนี้ เป็นเรื่องของการ Aging ของเนื้อก็จะเป็นในส่วนของการกระบวนการหนึ่ง ในส่วนของเนื้อปลาเขาก็เน้นในเรื่องของความสดซึ่งก็คือความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

ของผมไม่มีอะไรมาก อร่อย ชอบ มีประโยชน์ไหม? ก็พยายามจะกินอาหารให้ครบ 5 หมู่เท่านั้นแหละ ไม่ว่าจะเป็นอาหารอะไร แต่ว่าความเชื่อเนี่ยะ ของคนที่เป้นแฟนพันธุ์แท้อาหารญี่ปุ่นเนี่ยะ ถ้าฉันเป็นแฟนของอาหารทุกชาติเพราะว่าผมกินได้หมด แต่ว่าของคนญี่ปุ่นเองเขาก็ ในตัวของประเทศญี่ปุ่นที่นอกจากจะเป็นอาหารญี่ปุ่นเองแล้ว คือเขาก็มีอาหารแนวยุโรปของเขานะ เป็นพวกแวนเนโอ สาริกะสเด็ก พวกแบบว่าเนื้อเป็นแฮมเบอร์เกอร์ คือเขาก็มีค่อนข้างเยอะเหมือนกัน เพราะฉะนั้นผมเชื่อว่ามันก็คืออยู่ที่ความอร่อย และก็ความพิถีพิถัน ความประณีตในการทำแล้วก็เน้นความสะอาด

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์ คุณชาคริต แย้มนาม

คุณชาคริตเป็นนักแสดง พิธีกรที่มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ของการทำอาหารเป็นอย่างมาก จุดเริ่มต้นของความชื่นชอบในอาหารญี่ปุ่นของคุณชาคริตเริ่มจากถูกใจในรสชาติของ ยำสาหร่าย แล้วก็เริ่มทดลองรับประทานอาหารชนิดอื่นๆเรื่อยมาตามลำดับ ไม่ว่าจะเป็นทั้งซูชิ ซาซิมิ คุณชาคริตให้ข้อมูลถึงอาหารญี่ปุ่นไว้ว่าเป็นอาหารที่ค่อนข้างมีรสชาติ ที่เป็นธรรมชาติมากที่สุดในกลุ่มของอาหารทั่วโลก เพราะด้วยความที่ปรุงแต่งไม่มาก เน้นความเป็นธรรมชาติของวัตถุดิบ การปรุงแต่งทุกอย่างจะต้องไปทำลายตัวเนื้อวัตถุดิบให้น้อยที่สุด คนญี่ปุ่นจึงนิยมบริโภคของสดๆ เป็นๆ ซึ่งเชื่อว่าจะปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากที่สุดอีกทั้งยังได้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน ในส่วนของร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยนั้นคุณชาคริตยอมรับว่าค่อนข้างไม่เป็นต้นตำหรับ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการดัดแปลงหรือที่เรียกว่า ฟิวชั่น เพื่อให้เข้ากับรสปากของคนไทยมากขึ้น เพราะคนไทยชอบรสชาติที่มีความจัดจ้าน การทำอาหารเพื่อคนไทยต้องมีความเข้มข้นไว้ก่อน ส่วนในเรื่องรสนิยมความชอบ

ของคุณชาคริตนั้น เขาสามารถรับประทานอาหารได้หมดเพราะเป็นคนชอบทำและชอบรับประทานอาหารเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่ถ้าในเรื่องสไตล์ของร้านอาหารจะชอบร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีความเป็นญี่ปุ่นดั้งเดิม ไม่ Modern มาก ตกแต่งด้วยไม้ มีประติมากรรมเลื่อน เข้าไปรับประทานอาหารแบบนั่งกับเสื่อหรือว่านั่งกับพื้น หรืออีกแบบที่ชอบคือ ซูชิบาร์คือคนกินกับคนทำจะได้นั่งพูดคุยกันนั่นเอง



10.เชฟบรรณ บริบูรณ์



เชฟพิธีกรชื่อดัง (เชฟกะทะเหล็กประเทศไทยCh7 , ครั้วอินดี้ Ch5)

ประวัติ เชฟบรรณ บริบูรณ์

ชื่อ: บรรณ บริบูรณ์

ชื่อเล่น: อิ๊ก (IK)

ราศี พฤษภ

ตำแหน่ง: Head Chef / Menu Designer --- Vanilla Industry

การศึกษา

มัธยมศึกษา : Edwards College, Perth, Australia

อุดมศึกษา : James Cook University Bachelor Degree of Business Admin (Marketing major)

ประวัติการทำงาน

Han's Café / KuppA / Paragon Café / Vanilla Industry

ประสบการณ์ในวงการ "อาหาร"

เป็น Head Chef / Menu Designer / General Manager ที่ Vanilla Industry สาขาทองหล่อ Playground

บทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ

•Design menu •Create recipes •Ensure food quality and service •Control wastage and stock taking •Managing kitchen staff and floor staff

ผลงานที่ภาคภูมิใจ / ประทับใจ

ทุกเมนูที่ทำที่ร้าน Vanilla และการได้ promotion จากการเป็น Kitchen Hand จนเป็น Sous Chef ที่ร้าน KuppA, Perth, Australia

ประสบการณ์ในวงการ "บันเทิง"

พิธีกรรายการ "ครั้วอินดี้" ออกอากาศทางช่อง5ทุกวันเสาร์ เวลา 10:30-10:55น.

มีผลงานการแสดงร่วมกับ GMM Grammy รับบทบาทเป็นพระเอกมิวสิกวิดีโอเพลง "นี่คือคนเสียใจ" ของ พันซ์ วราภรณ์ โรจนวัชร ซึ่งมีการนำเสนอในรูปแบบซีรีส์ต่อเนื่อง ออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 10 มกราคม 2551

ได้รับตำแหน่ง The Most Fresh Face Bachelor 2007 จากการประกวด CLEO'S Most Eligible Bachelor 2007

ได้รับคัดเลือกเป็น The a day 50 MOST INSPIRATIONAL GUYS 2007

สร้างสรรค์เมนูใหม่สำหรับลงเผยแพร่ในวารสารของ Tops Supermarket

เป็นคอลัมนิสต์เขียนคอลัมน์เกี่ยวกับอาหารให้กับ นิตยสาร CLEO และนิตยสาร FRAME

บทสัมภาษณ์ เชฟ บรรณ บริบูรณ์

ประสบการณ์ด้านอาหารญี่ปุ่น

จริงแล้วที่เป็นเชฟก็ถนัดอาหารยุโรปควบ แต่ถ้าเป็นประสบการณ์ทางด้านทำอาหารก็ตอนที่เรียนเป็น Course commercial cookery การเรียนทำอาหารแบบเชิงพาณิชย์ เพราะฉะนั้นเราก็จะรู้รอบๆเลย ก็จะมีวันที่เรียนอาหารตั้งแต่ไทย ไทยเรานะ ไปจนถึงรัสเซีย แล้วก็ทำอาหารญี่ปุ่นด้วย ทำพวกซูชิอะไรแบบง่ายๆ ทอดเทมปุระ basic ของอาหารญี่ปุ่น แต่ว่าการรับประทานอาหารก็ถ้าเป็นประสบการณ์ทำงานก็เยอะเหมือนกัน เพราะว่าชอบทานอาหารญี่ปุ่น เริ่มต้นเลยคือมีรุ่นพี่ที่เมื่อก่อนสนิทด้วยตอนเด็กๆ เขาก็ชอบทานอาหารญี่ปุ่น เราก็ได้ชิมปลาดิบที่ตอนแรกไม่ชอบเพราะว่ามันจืดๆ มันเป็นทუნาหรืออะไรสักอย่าง แล้วก็จืดๆ ไม่ค่อยมีกลิ่นแล้วถ้ามีกลิ่นก็ออกคาว จิ้มโชยุเยอะๆอะไรอย่างนี้ แต่ว่าพอเราโตมาลิ้นเราก็พัฒนา develop ขึ้นจากอะไรที่เราเคยกินรสจืดๆ เค็มๆ หวานๆ เปรี้ยวๆ เราก็เหมือนกับ เขาเรียกว่า appreciate ในรสชาติที่เป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ก็ได้ชิมแซลมอนอย่างนี้ รสชาติของเขาก็ค่อนข้างแรง กลิ่นก็แรง แล้วก็มิโซะมันเยอะ มันก็ทำให้เริ่มชอบมันมากขึ้น หลังจากนั้นเราก็ทัวร์เลย เราก็กินอาหารที่จริงแล้ว เวลาเราทำงานคนก็จะเก็บตังค์เราก็จะไป แต่เราก็จะเอาตังค์ไปกินอาหารแพงๆ (หัวเราะ) ก็ที่ชอบมากๆที่แต่ก่อนไปอยู่บ่อยๆก็คือร้านที่มี โอมากาเซะ มันก็จะเป็น Chef selection เขาเรียกว่าอย่างนั้น แล้วเชฟเขาก็จะรังสรรค์จากวัตถุดิบที่สดที่สุดที่มีอยู่ใน Season ตอนนั้น ตามฤดูกาล แล้วก็เรียงรสชาติจะอ่อนไปรสชาติที่เข้มข้นเรื่อยๆ แล้วก็วิธีที่เรา เวลาเรานั่งเค้าที่เตอร์แล้วคุยกับเชฟเนี่ยะ เราารู้สึกว่าเราได้ความรู้ด้วยใจ เพราะเหมือน โอมากาเซะ เหมือนกับบางทีเชฟต้องมาอธิบายวิธีการกินก็เหมือนกับเขาสอน ก็ทำให้เราโอ้โหมันลึกนะ บางทีบางอย่างมันเป็นอะไรที่ง่ายๆแต่จริงๆแล้วห่วย เรานึกว่าหั่นปลาแล้วเสร็จแต่ไม่ใช่เลย ปลาบางอย่างต้องการการ Aging เหมือนเนื้อวัวอะไรอย่างเนี่ยะซึ่งตอนแรกก็ห่วย อาหารทะเลยิ่งสดยิ่งดีแต่ไม่ใช่ ปลาบางตัวนี้เขา Age จนเกือบที่จะแบบ เน่าอะ(หัวเราะ) ประมาณนั้น เนื้อสัมผัสเนี่ยะ โอ้โห นุ่มมาก แล้วกลิ่นจะดีขึ้น แต่อันนี้ก็แล้วแต่ชนิดของปลา ปลาหมึกก็ Age ในน้ำแข็งลือคออะไรอย่างเนี่ยะ วิธีการหั่นวิธีการตัดอย่างเนี่ยะ ก็ทำให้รู้

พูดถึงอาหารญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม

แบบดั้งเดิมหรือ เราคิดว่าที่เราชอบ เราชอบแบบดั้งเดิมมากกว่า คือมันจะมีแบบพวก Foie gras (ตับห่าน) ซูชิฟัวกราอะไรอย่างเนี่ยะ รู้สึกว่าแบบกินครั้ง สองครั้งก็เบื่อแล้วเพราะว่ามันก็มีความเป็นยุโรปเปื้อนอยู่ แล้วเราก็ชินกับยุโรปเปื้อน เราอยากได้อะไรที่มัน เขาเรียกว่าเป็นกระตักหรืออะไรที่มันจะไม่ใช่อะไรที่ซ้ำๆที่เราเคยเจอมาอะไรอย่างเนี่ยะอะ เหมือนกับ appreciate ในสิ่งที่เราไม่เคย เรียนรู้ว่าเอาทำไมคนถึงชอบกัน มัน classic ยังไง เช่นการปั้นข้าวอย่างเนี่ยะ เรานึกว่าแค่ปั้น มีวิธีการปั้นให้อากาศอยู่ข้างใน เชฟแต่ละคนจะมีสไตล์การปั้นไม่เหมือนกัน ปั้นเล็ก ปั้นใหญ่ เราคิดว่าเอ๊ะทำไมมันไม่ใช่ซูชิบล็อก บล็อกไปแต่พอมารู้แล้วมันก็เออ มันมีเทคนิคที่น่าค้นหา

ความน่าสนใจของอาหารญี่ปุ่น

ความน่าสนใจจะเป็นอะไรที่simpleนะ สะ เรียบง่ายแต่ใส่รายละเอียดเข้าไปเยอะบางทีมีแค่ปลา กับ มิโด แต่โอโห้ มีรายละเอียดเยอะมาก ไม่ต้องปรุงรส ไม่ต้องเติมแต่งด้วย เป็นอะไรอย่างนั้นนะ สะ ไม่ชอบอะไรที่ปรุงแต่ง มันจะไม่ค่อยมีอะไรปรุงแต่งแต่มันจะใส่เทคนิคและความรู้ เป็นแบบเขาเรียกว่ามันเหมือนแบบปรัชญา เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย กับ อาหารญี่ปุ่นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นต้นตำหรับในประเทศญี่ปุ่น

ไม่เคยไปร้านอาหารญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่น ตามจริงไม่เคยไปญี่ปุ่นเลย ยังไม่มีโอกาสได้ไปเลย ก็ได้แต่ไปประเทศอื่นประเทศนี้แต่ว่าญี่ปุ่นเป็นเมืองที่เราไม่เคยไป

ร้านอาหารญี่ปุ่นสไตล์แบบไหน บรรยากาศแบบไหนที่ตรงใจคุณ

สไตล์ห่อหุ้ม จะเป็นเออ privateหน่อย จะไม่ชอบที่ๆคนพลุกพล่านชอบร้านเล็กๆอย่างนี้ละ เราคุยกับเชฟได้ เป็นกันเอง ถ้าสมมติว่าร้านอาหารที่ใหญ่แล้วคนเสิร์ฟต้องพลวอลนี่ละก็คือ (หัวเราะ) เราคิดว่ามันไม่ใช่ มันเหมือน mass production ส่วนการตกแต่งก็เอาเรียบง่าย เอาที่ไม่แบบที่มัน reflectอาหารของเขา คือไม่ใช่แต่งเติมเยอะ อาจจะเหมือนกับอาหารที่มันมีตกแต่งโดยที่ทานได้ จะไม่ชอบร้านอาหารที่มันมีการตกแต่งซึ่งเหมือนกัน ถ้าเป็นร้านตกแต่งแบบมีโอ้โหนั่นนี่เยอะเยอะ มาผสมกัน Mix and ไม่Match ก็ไม่ชอบ ชอบอะไรที่แบบเรียบง่ายแต่งตัว

วัฒนธรรมการกินแบบญี่ปุ่นมีความน่าสนใจอย่างไรในสายตาคุณ

น่าสนใจยังงั้นหรือ ไม่รู้เหมือนกัน เมื่อคืนดูรายการญี่ปุ่นทุกมือแม่ต้องมีซูชิ (หัวเราะ) ซึ่งมันก็น่าสนใจนะเพราะชาติอื่นคือ รายการไหนละ โทโกริโกะ หรืออะไรสักอย่าง เหมือนแบบ กินอยู่อย่างประหยัด ถึงมันจะประหยัดขนาดไหนแต่ยังงั้นก็ต้องทำซูชิออกมา ไม่ว่าจะเป็นซูชิจากผงขากิโซบะ หรืออะไร มันก็ต้องมีซูชิเป็นเครื่องเคียง เหมือนกับเป็นอะไรที่อยู่กับคนญี่ปุ่นมานานแล้วเรื่องปลานี้ละ เขาจะเก่งเรื่องปลามาก คือมีเพื่อนญี่ปุ่นมากินปลาทอดน้ำปลาเมืองไทยนี่ละ เหลือแต่แบบ หัวก็หมดนะ เหลือแต่ก้างปลา (หัวเราะ) เขากินปลาเก่งคนญี่ปุ่นแบบเหมือนกับคุ้นเคยกับปลามากแล้วก็รู้วิธีกิน ถ้าเรากินนะ โอ้โหเหลือคืบ เหลือเฟิบ แต่เขาจะเรียบเลย ความเชื่อเกี่ยวกับการกินอาหารญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นของคุณเองหรือของคนทั่วไป

เชื่อว่ากินอาหารญี่ปุ่นแล้วน่าจะอายุยืน เพราะว่าคนญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในประเทศที่อายุยืนมากที่สุดในโลกมีคนแก่เยอะมากๆ แต่ว่าแสดงว่ามันก็เป็นอาหารการกินของเขาเหมือนกัน อาหารการกินเขาทำให้อายุยืนอย่างปลาดิบอย่างเงี้ยะ มันก็เป็นเนื้อ เป็นโปรตีนที่Leanถึงไม่Lean อันที่มีไขมันก็จะดีต่อสุขภาพ ก็จะมีโอเมก้า3 แล้วก็กินแบบดิบๆก็เหมือนกับรู้ว่า สมมติว่าเป็นคนไทยสมัยก่อนถ้ายังไม่รู้จักอาหารญี่ปุ่น เจอปลาดิบก็จะกลัวพยาธิแต่ว่าปลาที่มาจากน้ำทะเลไม่มีพยาธิ ก็เหมือนเป็นอะไรที่เขาทำกันมานาน แล้วจริงๆเขาก็ปรุงรสด้วยไม่ก็อย่าง ก็มีพวกโซยุมีเกลืออะไรแค่นี้ เพราะฉะนั้นมันก็เหมือนเป็นวัฒนธรรมการกินที่ไม่ปรุงแต่งแล้วมันก็ต้องดีต่อสุขภาพจริงๆไม่จั้นเขาคงไม่อายุยืนแบบนี้

บทสรุปในภาพรวมของการสัมภาษณ์ เชฟ บรรณ บริบูรณ์

เชฟอีกเป็นเชฟอาหารยุโรปอีกคนหนึ่งที่มีความหลงใหลในมนต์เสน่ห์ของอาหารญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ซึ่งเริ่มต้นจากความไม่ชอบเลยในรสชาติของ ปลาดิบ แต่พอเมื่อได้ลองเปิดใจชิมไปเรื่อยๆกลับพบเสน่ห์ในความอร่อย

ที่เป็นธรรมชาติ จากความสดใหม่ เชฟมองเห็นถึงความน่าสนใจของอาหารไว้ว่า ญี่ปุ่นเป็นชาติที่ทำอาหารได้เรียบง่าย แต่ใส่ใจในรายละเอียดลงไปในทุกๆ ขั้นตอนในการทำ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุดิบ คนญี่ปุ่นจะมีความถนัดในการทำอาหารจากปลาและก็นิยมบริโภคปลาด้วยเช่นกัน เพราะมีประโยชน์ มีโปรตีน ถึงปลาบางชนิดจะมีไขมันแต่ก็เป็นไขมันที่ดีต่อร่างกาย อุดมไปด้วยโอเมก้า3 และในการปรุงรสก็จะใช้เครื่องปรุงรสอยู่ไม่กี่ชนิด เช่น โชยุ หรือเกลือ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้อาหารญี่ปุ่นนั้น ดีต่อสุขภาพ และยังทำให้ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีประชากรที่อายุยืนมากที่สุด ด้วยความเรียบง่ายแต่ลงตัว ไม่ต้องปรุงแต่งอะไรมากของอาหารญี่ปุ่นนั่นเอง ที่เป็นเสน่ห์ที่ทำให้เชฟอาหารยุโรปผู้นี้ยังต้องติดใจ





ภาคผนวก ค
ภาพการสัมภาษณ์

ภาพบรรยากาศการสัมภาษณ์



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นส.พัศกร พลบูรณ์
วัน เดือน ปีเกิด	29 กรกฎาคม พ.ศ.2532
สถานที่เกิด	จังหวัด ราชบุรี ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ปีพ.ศ.2557 ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขา การละครคอน , ปีพ.ศ.2554
ที่อยู่ปัจจุบัน	49/41 หมู่บ้านปทุมพรกัณฑ์ ซอยกระทู้มลิ้ม14 ถนนพุทธมณฑลสาย4 แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170
สถานที่ทำงาน	รับจ้างอิสระ