

วัฒนธรรมอาหารไทย : อีกหนึ่งพลังสู่ประชาคมอาเซียน

รองศาสตราจารย์ ดร.วศินา จันทศิริ¹

บทนำ

อาหารและโภชนาการในประเด็นของวัฒนธรรมไทยเป็นสาระหนึ่งที่บรรจุในยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการศึกษาของแผนยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย ซึ่งคณะกรรมการอาหารแห่งชาติได้พิจารณาว่า จะเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์อีก 3 ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงอาหาร ยุทธศาสตร์ด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร และยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ ในการขับเคลื่อนการจัดการอาหารของประเทศไทยให้เกิดประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน สำหรับหลักการของยุทธศาสตร์ด้านการศึกษา ได้แก่ เน้นกระบวนการส่งเสริมพัฒนาและวิจัยเพื่อให้เกิดความรู้ ความตระหนักในการใช้ทรัพยากรเพื่อผลิต และกระจายอาหารในห่วงโซ่อาหาร ตลอดจนพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการบริโภคอาหาร(คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ, 2555)

เนื้อหา

วัฒนธรรมอาหารไทยเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของประเทศ เนื่องจากเกิดจากการสั่งสมภูมิปัญญาของบรรพบุรุษในการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นวัตถุดิบในตำรับอาหาร สำหรับใช้บริโภคในครัวเรือนและชุมชน วัฒนธรรมอาหารถูกหล่อหลอมมาจากประสบการณ์และทักษะของคนจากรุ่นสู่รุ่น แล้วถ่ายทอดมายังลูกหลาน นอกจากนี้ วัฒนธรรมอาหารยังซึมซับเข้าสู่วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีทางศาสนา อภิญญา ตันทวิวงศ์ (2556 : 20) กล่าวว่า “วัฒนธรรมด้านอาหาร มีความหมายถึง อาหารที่เป็นไปตามความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต และความรู้ของสังคมแต่ละสังคม มีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ด้านอาหารของแต่ละสังคม” ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารจึงนับเป็นจุดแข็งของแต่ละประเทศ เนื่องจากมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งยากที่ใครในต่างวัฒนธรรมจะเลียนแบบ มีแต่เจ้าของวัฒนธรรมเท่านั้นที่ควรจะนำไปขยายผลต่อยอดให้มีความโดดเด่นและถ่ายทอดไปยังลูกหลานให้เกิดความภาคภูมิใจในอนาคต ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารจึงถูกหยิบยกให้ถูกนำมาพิจารณาในกรอบยุทธศาสตร์อาหารศึกษา เพื่อที่จะใช้เป็นโอกาสของการพัฒนาโภชนาการของคนไทยและการสร้างการแข่งขันกับนานาชาติ

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าเสียดายว่า ปัจจุบันวัฒนธรรมอาหารไทยกำลังสูญหายไป เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้วัฒนธรรมอาหารไทยกำลังถูกวัฒนธรรมต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันถูกแย่งชิงพื้นที่ ดังจะเห็นได้จาก เด็กไทยไม่นิยมกินอาหารไทย ผู้ที่กินอาหารไทยมักจะเป็นวัยผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุ ในขณะที่เด็กไทยรบเร้าที่จะลิ้มลองอาหารเกาหลี อาหารญี่ปุ่น หรืออาหารตะวันตกที่มีการโฆษณาอย่างรุนแรง ในวันนี้ หากเราไม่ช่วยกันทวงคืนพื้นที่อาหารไทยในประเทศไทยแล้ว โอกาสของการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งในขณะนี้ประชากรถึงหกหรือกว่าล้านคน ก็ย่อมสูญเสียชีวิตไปด้วย เพราะคนไทยยังไม่รู้จักอาหารไทย การที่จะทำให้ชาวต่างประเทศรู้จักอาหารไทยก็คงยากขึ้นตามไป

¹ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช heascvas@hotmail.com

ด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์หรือพัฒนาต่อยอดวัฒนธรรมอาหารไทยในวันนี้ จึงนับว่าเป็นโอกาสของการเสริมจุดแข็งที่ควรจะต้องเร่งรีบดำเนินการก่อนที่จะหมดโอกาสแก้ไข

การเสริมจุดแข็งของวัฒนธรรมอาหารไทยจะต้องพิจารณาตลอดห่วงโซ่อุปทานของอาหาร ทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ในที่นี้ขอนำเสนอแนวคิดใน 4 ประเด็น ได้แก่

- 1) วัฒนธรรมอาหารไทยต้องมีความเข้มแข็ง
- 2) ครอบครัวยุคใหม่และชุมชนคือฐานตั้งต้นของการสร้างสังคมที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อสุขภาพ
- 3) การจัดการความรู้ด้านอาหารในชุมชนต้องเป็นระบบ
- 4) แนวทางการเสริมจุดแข็งของอาหารไทยสู่ประชาคมอาเซียน

1. วัฒนธรรมอาหารไทยต้องมีความเข้มแข็ง

นับเป็นจุดต้นน้ำ แม้ว่า การกินอาหารจะช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ก็เป็นที่มิอาจมองเพียงสุขภาพด้านเดียว การกินอาหารยังช่วยทำให้เกิดอารมณ์และนำไปสู่กิจกรรมหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น การประพันธ์ วรรณกรรม ทั้งร้อยแก้วและร้อยกรอง วรรณคดี ศิลปะ วัฒนธรรม และสถาปัตยกรรม นำไปสู่การท่องเที่ยวการชิมอาหาร แนะนำอาหารอร่อยแต่ละแห่ง ดังนั้น แม้ว่าอาหารไทยเราจะมีคุณค่าหลายด้าน แต่ก็ยังมีได้มีการพัฒนาวัฒนธรรมอาหารอย่างครบวงจร เพื่อรักษาสິงค่าของอาหารไทยไว้

การส่งเสริมวัฒนธรรมด้านอาหารควรต้องดำเนินการในแต่ละภูมิภาค โดยการวิเคราะห์ตั้งแต่วัตถุดิบ วิธีการปรุง วิธีการจัดสำรับ รวมไปถึงส่วนผสมว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณอย่างไรในเรื่องโภชนาการ ผักและสมุนไพรพื้นบ้านน่าจะเป็นสิ่งที่นำมาส่งเสริม เพราะเป็นจุดเด่นของแต่ละภูมิภาคแตกต่างกันไป ทำให้อาหารแต่ละภูมิภาคมีรสชาติแตกต่างกัน อีกทั้งฤดูกาลก็มีผลต่อวัฒนธรรมอาหาร และเชื่อมโยงกันในเรื่องของสรรพคุณการรักษา

2. ครอบครัวยุคใหม่และชุมชนคือฐานตั้งต้นของการสร้างสังคมที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อสุขภาพ

หากพิจารณาถึงสถานการณ์ของประเทศไทยแล้ว แม้เราจะมีกิน แต่ก็พบสิ่งที่สะท้อนปัญหาโภชนาการหลายประการที่มีความสลับซับซ้อน เช่น ปัญหาการขาดสารไอโอดีนในหญิงตั้งครรภ์และครอบครัวในชนบทไทยมีการใช้เกลือเสริมไอโอดีน ซึ่งทำให้ประชากรวัยเด็กมีระดับสติปัญญาต่ำลง ปัญหาภัยอ้วนของทุกกลุ่มอายุ ดังรายงานของกรมอนามัย ในปี พ.ศ.2552 แสดงให้เห็นว่า เด็ก(อายุ 0-72 เดือน) คนไทยอายุ 20-29 ปี มีภาวะอ้วนเพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ ประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไปทั่วประเทศ จำนวนเกือบ 1 ใน 5 ในเพศชาย และเกือบครึ่งหนึ่งในเพศหญิง พบภาวะอ้วนลงพุง ส่งผลให้ประเทศสูญเสียค่าใช้จ่ายปีละหลายแสนล้านบาทในการรักษาโรคที่เป็นผลจากโรคอ้วน เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ และโรคหลอดเลือดสมอง

วัฒนธรรมด้านอาหาร มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการกินอาหารของคนเรา ซึ่งไปสู่การกินพอ กินครบ กินอย่างได้รับสารอาหารที่มีคุณค่า โภชนาการเหมาะสมกับความต้องการของร่างกายได้ อาหารไทยมีความได้เปรียบในเรื่องนี้ นอกจากจะมีรสชาติและความอร่อยแล้ว อาหารไทยยังมีส่วนประกอบเป็นผักพื้นบ้าน และอุดมไปด้วยสมุนไพรหลายชนิด ครอบครัวยุคใหม่ต้องเป็นจุดเริ่มต้นในเรื่องนี้ เนื่องจากปัจจุบัน หัวหน้าครอบครัวไม่ประกอบอาหารเอง มักจะซื้ออาหารนอก

บ้านมารับประทาน จึงทำให้เกิดช่องว่างในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารจากพ่อแม่สู่ลูก นอกจากนี้ อาหารที่จำหน่ายทั่วไปยังพบปัญหาความปลอดภัยในอาหาร เป็นต้นเหตุของความเจ็บป่วยของโรคในระบบทางเดินอาหารและโรคทางโภชนาการหลายโรคทั้งด้านโภชนาการขาดและโภชนาการเกิน ดังนั้น หากประเทศไทยที่ได้ชื่อว่าเป็น “อู่อ่าวอู่น้ำ” และประกาศตัวว่าเป็น “ครัวโลก” แล้ว หากทำให้คนไทยมีกิน กินเป็น และกินพอเหมาะพอดี อาหารไทยมีคุณภาพ ความปลอดภัย และมีวัฒนธรรมอาหารที่เข้มแข็งแล้ว ก็จะเป็นเส้นทางสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาพะ อีกทั้งยังเป็นเส้นทางสู่สังคมที่มีความมั่นคงต่อไปได้ (อภิญา ดันทวิวงศ์ ,2556 : 20)

3.การจัดการความรู้ด้านอาหารในชุมชนต้องเป็นระบบ

การจัดการองค์ความรู้ด้านอาหารในชุมชนต้องเป็นองค์ความรู้ที่จะทำให้ชุมชนเกิดความตระหนักในวัฒนธรรมอาหารของตน และต้องอยู่ในรูปแบบที่สามารถเผยแพร่ได้ทุกรูปแบบ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการดำเนินการครอบคลุมทุกมิติด้านอาหารทั้งระบบ คือ เกษตรกรและผู้ประกอบการได้รับทราบข่าวสารที่จำเป็น อันจะช่วยสนับสนุนการผลิตอาหารที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งหมายถึง ประชาชนไทยและประชาคมอาเซียนต้องรับทราบข้อมูลความโดดเด่นของอาหารไทย อันจะเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งจูงใจให้นำคนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.แนวทางการเสริมจุดแข็งของอาหารไทยสู่ประชาคมอาเซียน

4.1 ต้องเสริมสร้างความเข้มแข็งในด้านการผลิต การพัฒนาคุณภาพของอาหารทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นอาหารสดและอาหารแปรรูปทุกระดับจากระดับท้องถิ่น ไปสู่ระดับสากลต้องมาจากการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ต้องให้ความเอาใจใส่ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (input) กระบวนการผลิต(process) รวมทั้งผลผลิต(output) โดยเน้นทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม และทุนองค์กร และมีระบบการกระจายสินค้าสู่สากล(logistics) อย่างมีประสิทธิภาพ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีฐานการผลิตอาหารที่สมบูรณ์ ดังนั้น จึงควรจะมีเสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการผลิตทุกระดับ เช่น ชุมชนเกษตรกรมีการผลิตอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย อุตสาหกรรมอาหารทุกระดับมีการแปรรูปอาหารที่มีมาตรฐาน และผู้บริโภคทุกกลุ่มเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ เป็นต้น ในภาครัฐหรือผู้ที่ออกนโยบายเองต้องมีมาตรการควบคุมความปลอดภัยของอาหาร ตั้งแต่ระดับครัวเรือน ไปจนถึงอาหารที่จำหน่ายบนบาทวิถี และอาหารในภัตตาคาร โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการร่วมกันปรับปรุงสภาพร้าน ความสะอาด เพื่อสุขอนามัยที่ดีของผู้บริโภค

4.2 มีกระบวนการคัดสรรอาหารประจำชาติ ได้แก่ การให้คำนิยามว่า อาหารประจำชาติไทยควรเป็นอย่างไร มีอาหารใดบ้างที่ได้รับการยอมรับแล้ว เช่น จากการตรวจสอบทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ผัดไทย แกงมัสมั่น ต้มยำกุ้ง เป็นอาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูง ในขณะที่บางเมนู อาทิ ข้าวผัดกะเพรา แกงเขียวหวาน แกงมัสมั่น เป็นอาหารที่ชาวต่างชาตินิยมบริโภค ดังนั้น หากนำอาหารที่ได้รับการตรวจสอบแล้วเหล่านี้ไปแข่งกับประเทศเพื่อนบ้าน ก็จะเป็นหลักประกันคุณภาพของอาหารได้

ประเทศไทยมีอาหารเด่นทั้ง 4 ภาค เพื่อเป็นตัวแทนของอาหารไทย ซึ่งจะสัมพันธ์กับวัตถุดิบของแต่ละภาคที่หาได้ตามฤดูกาล เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของครัวเรือนและท้องถิ่น ซึ่งมีผลวิจัยอยู่แล้วว่า เมนูใดที่เด่นเป็นที่นิยมของชุมชน

แต่ละภาค ในอนาคต การชูความโดดเด่นของอาหารไทยอาจจะต้องลงลึกถึงอาหารแต่ละภูมิภาค อาหารแต่ละชุมชน เช่น อาหารปักษ์ใต้ อาหารอีสาน อาหารไทยล้านนา เป็นต้น อาหารแต่ละภาคของประเทศไทยมีความโดดเด่นในด้านตำรับอาหารและวัตถุดิบพื้นบ้าน ซึ่งยังมีได้มีผู้จำแนกความแตกต่างเหล่านี้ให้เป็นองค์ความรู้ที่รับทราบโดยทั่วกัน

4.3 วัฒนธรรมและภูมิปัญญา ปัจจุบันประเทศไทยมีกลุ่มวิสาหกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขึ้นทะเบียนไว้มากมาย กลุ่มเหล่านี้ล้วนแต่มีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเอง เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เมื่อก้าวถึงอาหารใดก็จะนึกถึงชุมชนที่นั่น หากมีความพยายามพัฒนาชุมชนเหล่านี้ให้ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นสินค้า OTOP โดยการนำอาหารที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วมาต่อยอดพัฒนาและเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนแข็งแกร่งและมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการต่อยอดสินค้า OTOP ของชุมชนซึ่งมีอยู่แล้วไปสู่การส่งเสริมการผลิตและการขายที่เป็นระบบ เช่น เป็นชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ของชุมชนหลากหลายชนิด ซึ่งในปัจจุบันได้มีความพยายามพัฒนาในบริบทนี้ แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการพัฒนาวัฒนธรรมของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งยังมีปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นปัญหาที่ทำให้อาหารไทยยังไม่เป็นที่นิยมในระดับนานาชาติ

การศึกษาต่อยอดงานวิจัยอาหารจากวัฒนธรรมซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านแต่ละชุมชนให้มาเป็นสินค้า OTOP นั้น ผู้สนใจจึงควรศึกษางานวิจัยเรื่องอาหารที่มีอยู่ต่อยอดข้อมูลและผลการวิจัยที่มีอยู่เดิม เป็นการส่งเสริมทั้งการผลิตและการขาย

อาหารไทยมีประวัติความเป็นมาเป็นที่เลื่องลือและเป็นที่ยอมรับในอาเซียนอยู่แล้ว อาหารที่จะแข่งขันกับอาหารของอาเซียนได้ ต้องมีความอร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ดึงดูดสุขภาพ ปรับปรุงให้นำรับประทาน มีความปลอดภัย ซึ่งจะนำส่วนนี้ไปโฆษณาได้ และเป็นอาหารที่สามารถนำมาบรรจุหีบห่อเพื่อส่งขายยังต่างถิ่นหรือต่างประเทศได้อย่างสวยงามและถูกสุขลักษณะ เช่น กล้วย ก้อยตาก ทุเรียนทอด ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น ทั้งนี้ต้องมีมาตรการรักษาสภาพและคุณภาพของอาหาร รักษามาตรฐานในการจัดการอาหารเหล่านั้น

4.4 มีกลยุทธ์ในการนำเสนอตราสินค้าด้วยการสร้างตำนาน (myth) ความพิเศษเฉพาะให้แก่อาหาร โดยการบอกถึงประวัติความเป็นมา คุณค่าต่อสุขภาพ เช่น อาหารไทยมีรสชาติเผ็ดร้อนเพราะมีสมุนไพร อาทิ จิง ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกกระชาย พริกไทย ซึ่งนอกจากช่วยเพิ่มรสชาติแล้ว ยังช่วยในเรื่องสุขภาพได้ด้วย เป็นการช่วยสร้างความน่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทย เช่น หีบประเด็นสำคัญเป็นจุดเน้นย้ำความท้าทาย โดยพิจารณาว่าจะทำอย่างไรจึงจะทำให้ประชาคมโลกมาค้นหาเคล็ดลับการทำอาหาร มาเรียนรู้ มากินอาหารไทย อย่างที่คนไทยนิยมกินอาหารญี่ปุ่น อาหารเกาหลี อาหารจีน ในปัจจุบัน

ควรเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้ที่ประสบความสำเร็จ เช่น ประเทศเกาหลีและญี่ปุ่นว่าส่งเสริมการขายอย่างไร มีประเด็นอะไรที่เกี่ยวข้อง เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลีส่งเสริมคุณค่าทางโภชนาการ การปรุงอาหารมีความประณีต มีศิลปะในการปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ มีศิลปะในการจัดรูปลักษณะอาหารให้นำรับประทาน จะหันไปอย่างไรไม่ให้เหินควา ญี่ปุ่นใช้สื่อหลายประเภทในการส่งเสริมสินค้าเหล่านี้ ส่วนกระแสนิยมอาหารเกาหลีนั้นเป็นเพราะละคร โทรทัศน์เรื่อง “แดจังกึม” รัฐบาลเกาหลีวางแผนผลิตละครที่ทำให้คนคิดว่าเกาหลีเป็นชาติที่ยิ่งใหญ่ เก่งแก่ โดยเฉพาะในเรื่องของการทำอาหาร มีสารคดีรายการอาหารหลายเรื่อง ทำให้อาหารเกาหลีกลายเป็นประเด็นเด่นทางวัฒนธรรมและผู้นิยมอาหารเกาหลีมากขึ้น

ส่วนอาหารไทยอาจเน้นว่ามีคุณค่า มีวิตามินครบ มีประโยชน์ต่อสุขภาพเนื่องจากมีเครื่องเทศมาก รัฐบาลเกาหลีส่งเสริมอาหารด้วยวัฒนธรรมผ่านทางละครและภาพยนตร์ด้วยเงินงบประมาณจำนวนมหาศาล เพราะเป็นนโยบายเชิงรุกของรัฐบาลในการใช้ครอบงำประเทศอื่นด้วยศิลปะและวัฒนธรรม จะเห็นว่า เกาหลีประสบความสำเร็จหลังจากที่มีภาพยนตร์ออกมา คนตรีเกาหลี คอนเสิร์ตเกาหลี เราควรต้องหามาตรการที่ทำให้อาหารไทยเป็นวัฒนธรรมที่จะนำไปสู่การส่งออกและในที่สุดเป็นเศรษฐกิจของประเทศ

4.5 การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่นเป็นกระดาสวยงาม แม้รสชาติอาหารไม่อร่อย แต่บรรจุภัณฑ์ของไทยนอกจากจะไม่สวยงามแล้ว ยังคือคุณภาพ และไม่ได้รับการทดสอบโดยผู้บริโภค ไม่มีการทดสอบการเก็บรักษา (shelf life) ไม่ได้ทดสอบคุณค่าทางโภชนาการ ไม่มีความปลอดภัย ไม่มีการรับประกัน ดังนั้น จึงควรมีการทดสอบผลิตภัณฑ์ ปริมาณการผลิต และผู้บริโภคเป็นผู้แสดงความเห็น เป็นการวิจัยที่จะทำให้ขายอาหารได้มากขึ้น รวมทั้งมีประวัติความเป็นมา อาหารชุมชนในแต่ละภาคควรเสริมด้วยประวัติความเป็นมาของอาหารไว้ที่บรรจุภัณฑ์ เขียนเรื่องให้น่าอ่าน เพื่อจูงใจให้คนซื้อ อาหารบางชนิดมีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา ทำอย่างไรจึงเปลี่ยนข้อมูลที่ยากให้เป็นข้อความที่น่าอ่าน เช่น ทำให้การลิ้มรสอาหารไทยมาจากอารมณ์ที่สืบเนื่องมาจากการรับรู้ด้านอื่นๆ เช่น ศิลปะ วรรณกรรม สถาปัตยกรรม สถานที่ วิธีการทำอาหาร การตกแต่ง การออกแบบหีบห่อบรรจุ เป็นต้น

ภาษาบนฉลาก ควรมีข้อมูลที่ทุกชาติอ่านได้เข้าใจ อย่างน้อยควรจัดพิมพ์ฉลากเป็นภาษาของประเทศในอาเซียนที่ไทยจะส่งไปขาย แต่ภาษาบนฉลากบางครั้งไม่อาจเขียนได้ หรือยังกำหนดไม่ได้ ขึ้นอยู่กับลูกค้าว่าจะนำไปขายที่ใด

4.6 ส่งเสริมการส่งออกอาหาร จากการศึกษาที่มีคนไทยอาศัยอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก ตลาดใดที่มีคนไทยอยู่เป็นจำนวนมาก ควรส่งอาหารหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารไปขายในประเทศนั้นๆ จากนั้นคนไทยในต่างประเทศก็จะช่วยกันเผยแพร่กระจายความนิยมอาหารเหล่านี้ออกไป นอกจากนี้ยังมีแนวทางการส่งออกอาหารไทยอื่นๆ เช่น

4.6.1 ส่งเสริมอาหารไทยที่มีคุณค่าให้เป็นมรดกแห่งชาติ เช่น ดัมpling กุ้ง แกงมัสมั่น เป็นอาหารไทยที่มีคนต่างชาติเริ่มรู้จักแล้ว ควรจะส่งเสริมในระดับที่ส่งออก และควรดำเนินการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกแห่งชาติ เพราะแทนที่จะส่งเสริมโดยการท่องเที่ยว พูดกันปากต่อปากให้มาชิมเอง แต่เมื่อเป็นมรดกแห่งชาติ คนก็อยากชิม ขณะนี้มีอาหารที่ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกแห่งชาติ พ.ศ. 2555 คือ น้ำพริก แกงเขียวหวาน ปลาไร้ ส่วนกล้วยทอด กล้วยบวชชี จะยกระดับมาเป็นอาหารมรดกแห่งชาติได้ในระดับชุมชน ดังนั้น ควรมีการวางมาตรฐานการส่งออกว่า ควรจะส่งเสริม สนับสนุนอย่างไร ในเรื่องของภาษีที่มีผลต่อราคา

4.6.2 สร้างความนิยมอาหารไทยให้คนต่างชาติ ควรพิจารณากันคำนึงถึงวัฒนธรรมของชาติอื่น อาหารที่ไทยคิดว่าอร่อยแต่ต่างชาติอาจจะไม่อร่อย การส่งเสริมให้ส่งอาหารออกไปจำหน่ายที่ประเทศใดให้ดูวัฒนธรรมและศาสนาของประเทศนั้นก่อน ควรจะได้ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการส่งออกว่า ไทยส่งผลิตภัณฑ์อาหารอะไรบ้าง และอะไรเป็นลำดับต้นๆ และต้องเป็นรสชาติที่เหมาะสมกับชาวต่างประเทศ เช่น น้ำพริกเผาไทยยี่ห้อหนึ่งส่งกะปิออกเป็นจำนวนมาก กะปิที่จีนรับได้ ปลาไร้ก็มีบริษัทอื่นส่งออกจำหน่ายอยู่แล้ว เราอาจจะนำมาปรับปรุงหรือทำเป็นรสชาติที่ลูกค้ารับได้ เป็นต้น

4.6.3 ส่งเสริมให้มีมาตรฐานเพื่อรักษารสชาติและคุณภาพของอาหารไทย เช่น มาตรฐานในการจัดการตู้แช่เย็น และตู้สาคล เพิ่มมาตรฐานเครื่องมือทำครัว มาตรฐานผู้ประกอบการและปรุงอาหาร จัดทำคำอธิบายวิธีปรุงอาหารไทย คำนาน

อาหาร อธิบายประโยชน์ของเครื่องเทศทางโภชนาการเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และเป็นภาษาในประเทศอาเซียนตามความเหมาะสม ผลิตและสร้างสื่อทุกทางที่ทำได้ การมีมาตรฐานต่างๆ เช่น การคัดสรรอาหารและวัตถุดิบอย่างดี ใช้วัสดุที่ไม่มีพิษ ผลิตโดยกระบวนการที่สะอาด น่าเชื่อถือได้ มีมาตรฐานของเครื่องปรุง การใช้เครื่องปรุงที่ถูกต้อง มาตรฐานการจัดการ มาตรฐานเครื่องครัว ฯลฯ จะช่วยให้อาหารไทยเป็นที่นิยมและยอมรับ มีศักยภาพในการแข่งขันกับอาหารของชาติอื่น คือ มีความอร่อย ใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ตามฤดูกาล เช่น ข้าวเหนียวมะม่วง ทูเรียน อาหารไทยมีคุณค่าทางโภชนาการสูง เช่น อาหารไทยที่มีเครื่องเทศหลายอย่าง ดีต่อสุขภาพ สามารถบรรจุหีบห่อเพื่อส่งขายยังต่างถิ่นหรือต่างประเทศได้อย่างดี และถูกสุขอนามัย เช่น ก๋วยเตี๋ยว ทูเรียนทอด ข้าวเหนียวมะม่วง นอกจากนี้ ควรปรับปรุงรสชาติอาหารให้ถูกปากผู้บริโภคชาวต่างชาติ

4.7 การบริการที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น มีร้านอาหารที่สะอาด มีการดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งด้านสาธารณสุข การท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ต้องทำเป็นแผนรวม มีการส่งเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเมืองไทยจากสนามบินไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีแผนในการจัดการชักจูงให้นักท่องเที่ยวไปถึงแหล่ง ซึ่งควรจะมีการแสดง มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร การจัดการอย่างเป็นระบบ เริ่มจากชุมชนขยายไปสู่หน่วยที่ใหญ่ขึ้น เข้าสู่ตลาดอาเซียน และจะมีผลกับระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม

4.8. การพัฒนาสื่อทุกทาง ส่งเสริมเรื่องอาหารทางสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักอาหารไทยมากขึ้น จัดรายการท่องเที่ยวอาหารในประเทศอาเซียน มีรายการโทรทัศน์หรือภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหาร หรือรายการชิมอาหารที่สื่อถึงคุณภาพและจุดเด่นของอาหารไทย ทำให้เด็กรุ่นใหม่อยากทำอาหาร สอนให้ผู้ใหญ่ที่ไม่เคยทำอาหารอยากทำอาหาร ให้รู้ประโยชน์ของการทำอาหารเองแทนการซื้อ ในอนาคต อาจจะยกมาตรฐานสู่ระดับประเทศและสู่ระดับอาเซียน โดยจัดประกวดอาหารไทยแต่ละเขต ตำบล จังหวัด และแต่ละภาค ให้รางวัลระดับท้องถิ่นถึงระดับชาติ มีการประกวดพ่อครัว (chef) ทำอาหารระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับอาเซียน

จะเห็นว่า การส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารไทยให้เป็นจุดแข็งโดยการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการในห่วงโซ่อาหารนั้น ต้องการเอกภาพ ได้แก่ กำลังของประชาชนตั้งแต่ครอบครัวซึ่งเป็นหน่วยย่อยที่เล็กที่สุดของสังคมไปจนถึงระดับภาคเอกชนและภาครัฐบาล ที่จะช่วยเสริมความเข้มแข็งในแต่ละส่วนที่ตนเองทำหน้าที่อยู่ โอกาสของการที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 นี้ จึงนับเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่จะนำประเทศสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนสืบไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ (2555) กรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1

กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ(สสส.)

ราชบัณฑิตยสถาน(2556) สรุปการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อาหารไทยสู่ประชาคมอาเซียน

วันที่ 25 กรกฎาคม 2556 ณ โรงแรมเดอะทวิน ทาวเวอร์ กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถานจัดพิมพ์

อภิญา ดันทวิวงศ์(2556) บนเส้นทางจัดการด้านอาหารเพื่อคนไทยทั้งมวล กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์

องค์การทหารผ่านศึก