



67 ปี
มศว
28 เมษายน วันมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข่าวประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000

ภายใน 15666 โทรศัพท์/โทรสาร 02-259-6172

จากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับประจำวันที่ 9 เดือนตุลาคม หน้า 13-14 มูลค่าข่าว 1,118,372.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ด้วยรักและเรียนรู้
ไมเคิล
เกษมศักดิ์ ศิริรักษ์
บล็อกเกอร์อาหาร
ผู้ก่อตั้ง StarvingTime
“ทุกครั้งที่ได้กินอาหาร อยากให้รู้สึกว่าได้กินอาหารที่
ดี และที่สำคัญคือถูกสุขลักษณะ” นี่คือเหตุผลหนึ่งซึ่ง
ทำให้บัณฑิตจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาฯ ผันมา
เป็นบล็อกเกอร์ด้านอาหารเต็มตัว
(อ่านต่อหน้า 14)





“...ความสุขของการทำงานนี้คือได้เล่าให้คนอื่นฟัง ว่าอาหารต่างๆ เป็นอย่างไร ทำให้คนที่ตามไปกินรู้สึกว่าได้กินเหมือนกัน สองคือเราได้ช่วยเหลือร้านค้าหลายๆ ร้าน...”

ต่อจากหน้า 13

จากความรักที่มีต่อ “อาหาร” และ “การกิน” ทำให้ **ไมเคิล** หรือ **เกษมศักดิ์ ศิริรักษ์** หนุ่มวัย 23 ปี ตระเวนกินหาของอร่อย

แรกเริ่มเป็นร้านที่อยู่ในแนวรถไฟฟ้า แต่เมื่อสอบเข้าคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ ครอบครัวจึงอนุญาตให้ขับรถ... นั่นทำให้เขาเริ่มมองหาร้านเด็ด โดยมีคู่มือเป็นหนังสือหลากหลายเล่ม

อาจเรียกว่าเป็นจุดเปลี่ยนของชีวิต-หลายครั้ง

หลายครา ไมเคิลบอกว่าต้องพบกับความผิดหวังเมื่ออาหารที่ได้ ไม่เหมือนกับภาพที่เห็นจากในหนังสือ

“เวลาเห็นโฆษณาแทรกกระหว่างรายการต่างๆ ในโทรทัศน์ เรารู้ว่านั่นคือโฆษณา ที่โก่กอบเกินจริง น้ำซุปรวยเกินจริง กุ้งตัวใหญ่เกินจริง นั่นเป็นสิ่งที่เรารู้ ถ้าเราไปร้านอาหารเองก็รู้อยู่แล้วว่าอาหารที่เราได้จะไม่เท่ากับที่เห็นในโฆษณา

“แต่บางครั้งเราเสียเงินในการเสพบางสื่อเพื่ออยากได้คุณภาพของสื่อ แต่กลายเป็นว่าคุณภาพของสื่อแทบไม่ต่างกัน จึงอยากทำอะไรสักอย่าง เป็นที่บอกเล่าเหมือนไดอารี่ ให้คนที่อยากมาดูได้เห็น อย่าง

น้อยเราก็เล่าความจริงทุกอย่างว่าร้านนี้เป็นอย่างไร จะไม่บอกว่าอร่อยหรือไม่อร่อย เพราะรสนิยมเรื่องรสชาติเราต่างกัน แต่จะบอกว่าวัตถุดิบดี บริการดีอะไรที่เราจับต้องได้แน่นอน”

นั่นเป็นที่มาของ **StarvingTime** แอดเคาต์ในอินสตาแกรมที่เกิดขึ้นเมื่อเกือบ 4 ปีที่แล้ว

“เรื่องอาหารเป็นเรื่องใกล้ตัว อยู่ในเกือบทุกมิติของชีวิต มองว่า 30-50% ของเวลาชีวิตเราเป็นการนึกถึงอาหาร เราเลยคิดเรื่องกินมันคือเรื่องใหญ่จริงๆ กลายเป็นสโลแกนของ Starvingtime เรื่องกินเรื่องใหญ่”

วันนี้ จากวันแรกที่มีพนักงานเพียงคนเดียว (คือไมเคิล) วันนี้สตาร์ฟิงไทม์มีพนักงานเกือบ 30 ชีวิต มีคนกดฟอลโลว์ในอินสตาแกรมมากกว่า 1.1 ล้านฟอลโลว์ และมียอดกดไลค์ในเฟซบุ๊กอีกเกือบ 1.4 ล้านไลค์ ตลอดระยะเวลาเกือบ 4 ปี ทำให้รู้จักร้านอาหารมากกว่า 1 พันร้าน ตั้งแต่ร้านรถเข็นไปจนถึงร้านหรู อิมพอร์ตวัตถุดิบจากต่างประเทศ

ไมเคิล เป็นลูกชายคนเดียวของคุณพ่อพิทยา และคุณแม่วัลลภา ศิริรักษ์

เขาเกิดเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2536 เข้าเรียน อนุบาลที่โรงเรียนอนุบาลจุลลิตน ก่อนศึกษาระดับ ประถมและมัธยมที่โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร และโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน

“พอเข้ามัธยมก็เหมือนวัยรุ่นผู้ชายคือไม่ได้เป็น เด็กเรียบร้อย ก่อนเข้ามหาวิทยาลัย คุณแม่ยังสมัคร มหาวิทยาลัยเปิดไว้ให้ เพราะคิดว่าน่าจะสอบไม่ติด แต่ด้วยความเป็นคนที่พอจะทำอะไรก็ตั้งใจทำจริงๆ อ่านหนังสือเอ็นทรานซ์ประมาณ 2 สัปดาห์ก่อน สอบ ตอนนั้นคุณแม่ค่อนข้างห่วง ซึ่งตอนนั้นก็ติดที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) ถ้าไม่ได้จุฬาฯ คงได้เรียนบางมด แต่โชคคิที่ได้ เขา เปิดรับ 800 กว่า ก็ได้ที่ 700 กว่า”

หลังจากเรียนจบภาควิชาวิศวกรรมสำรวจ คณะ วิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขาก็ ทุ่มเทให้กับสตาร์ฟวิงใหม่เต็มตัว

กระทั่งช่วงต้นปีที่ผ่านมา ได้มีโอกาสร่วมงานกับ เครือมติชนเพื่อจัดมหกรรมอาหารในชื่อ **มหกรรม อาหารจานเด็ด Food Fest 2016** ขึ้นครั้งแรก เมื่อวันที่ 22-25 กันยายนที่ผ่านมา ที่เอ็มซีซีฮอลล์ เดอะมอลล์ บางกะปิ เป็นอีเวนต์ที่รวบรวมความ หลากหลายและครบครันของอาหารนานาชาติไว้ใน งานเดียว

ไมเคิลบอกว่า จากความสำเร็จครั้งนี้ จะเกิด มหกรรมอาหารจานเด็ด ครั้งที่ 2 แน่แน่นอน

ขอให้คนที่ชื่นชอบอาหารอร่อย มีคุณภาพ “ล้าง ท้อง” รอได้เลย

● พูดถึงงานมหกรรมอาหารจานเด็ดครั้งแรก ที่เพิ่งผ่านไป

ทุกคนค่อนข้างแฮปปี้ ถือว่าประสบความสำเร็จ เป็นก้าวแรกสำหรับมหกรรมอาหารครั้งใหญ่ของ เรา มีความพอใจค่อนข้างสูงกับงานครั้งนี้ คิดว่าใน อนาคต มีทั้งบทเรียน การเรียนรู้ต่างๆ คำชมต่างๆ เราจะพัฒนาขึ้นไปอีก เพื่อให้มหกรรมอาหารทุกครั้ง มีความสนุก ความแตกต่าง ทำให้คนอยากมาตลอด

หลักการง่ายๆ คือ “ของอร่อย มีคุณภาพ ราคา จับต้องได้”

ง่ายที่สุดคือ “Starvingtime เรื่องกินเรื่องใหญ่” เป็นเหมือนบล็อกเกอร์ รีวิวอาหารเดือนหนึ่งเกือบ 300 ร้าน เราทำมาปีนี้ที่ 4 จึงมีร้านในมือหลาย พันร้าน เกณฑ์แรกของการเลือกร้านคือ ทุกคนใน ทีมคิดว่า “อร่อย-ดี” เราก็พยายามจะเชิญพวกนั้น มาก่อน เชื่อว่าสำหรับแต่ละคน รสนิยมเรื่องอาหาร ค่อนข้างจะคล้ายกัน ถ้าเรามองว่าอาหารอร่อย คน อีกประมาณ 70% ต้องมองว่าดีเหมือนกัน เช่น ทุก

คนชอบกุ้งสดๆ วัตถุดิบดีๆ เหมือนกัน

● ก่อนหน้านี้ สตาร์ฟวิงใหม่จัดฟู้ดแฟร์มา บ้างแล้ว

เราทำสตาร์ฟวิงใหม่มาทั้งหมด 4 ปี เราไม่ค่อย มีความเชื่ออาหารที่เป็นท้องถิ่นเท่าไร เพราะไม่ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของเรานัก แต่ครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่เราจับมือกับเครือมติชน ทำให้เห็นว่าอาหาร ท้องถิ่นหรืออาหารโซเซียลไม่ได้ห่างกันเลย เด็กก็ บริโภคได้ย่าง ล้มตำ ผู้ใหญ่ก็ได้รังเกียจในการ ถ่ายรูป โพสต์เฟซบุ๊ก หรือแชร์โซเซียลมีเดียต่างๆ หรือแม้กระทั่งชอบทานอาหารที่มีชีสเยิ้มๆ ใส่กรอก ต่างๆ นานา

โลกสมัยใหม่มันกลายเป็นว่า ทุกเพศทุกวัย สามารถทำผสมกันได้หมดเลย จึงรู้สึกแปลกใจมาก เพราะเราจัดอีเวนต์อาหารมาก่อนหน้านี้ 2 ปี เราไม่ เคยสนใจเรื่องอาหารท้องถิ่นเลย แต่พอมาได้ทำกับ มติชน ถือว่าค่อนข้างประทับใจ

● งานที่ออกมา ตรงกับภาพที่วาดไว้หรือเปล่า

ดีกว่า ยังคิดเลยว่าบูธสตาร์ฟวิงใหม่มีคนมาถ่ายรูปวันหนึ่ง 50 คนเราก็ดีใจแล้ว แต่กลายเป็นว่ามีคน เข้ามาทั้งวัน ชิวโมงหนึ่งหลายสิบคน คำคมต่างๆ ที่ เราทำไว้หลายๆ คนก็ชอบ ถ่ายภาพแล้วติดแฮชแท็ก มาเยอะมาก

รู้สึกดีใจที่คนเยอะ คิดว่าน่าจะทำให้พ่อค้าแม่ค้า ที่มาร่วมงานกับเราค่อนข้างดีใจ มีกำลังใจในการขาย บางคนเคยขายไม่กี่ครั้ง แต่ของอร่อยจริงๆ เราก็ชวน มา บางคนกำลังจะเลิกขายอยู่แล้วเพราะมองว่าเป็น ช่วงขาลงของเศรษฐกิจ พอได้มานี้เขาก็รู้สึก ว่าของเรายังมีดีนะ ยังมีคนสนใจของเราตั้งเยอะ

ดีใจที่สุดคือ สามารถทำให้คนอย่างน้อย 1 แสน คนได้มีโอกาสลองอาหารใหม่ๆ เพราะบางร้านไม่มี ขายทั่วไปจริงๆ บางร้านต้องไปขอร้องให้มาออก หรือ บางร้านอร่อยมาก ไม่เคยออกอีเวนต์มาก่อน ทำให้คน ที่มาร่วมงานได้กินอาหารที่แปลกใหม่

รู้สึกว่าการตั้งใจต่างๆ ที่เราตั้งใจไว้ตอน แรกมันสัมฤทธิ์ผลได้ดี ดีใจที่คนมาร่วมงาน ได้รู้สึก ถึงความตั้งใจของเราจริงๆ

● ช่วงแรกของการเป็นบล็อกเกอร์ มีเหตุการณ์ ที่ทำให้เศร้ามาก

ช่วงแรกๆ เริ่มมีดรามามาฟอลโลว์ มีคนฟอลโลว์ เยอะขึ้น ทำให้ได้ลัทธิรักมีคนตามหลักหมื่น เริ่มมี ร้านค้าติดต่อให้เราไปรีวิว ตอนนั้นเรายังไม่รู้เลยว่า บล็อกเกอร์คืออะไร

ทำไปเรื่อยๆ เริ่มมีคนติดต่อให้ไปกิน ร้านแรกๆ ที่

ไปเป็นร้านอาหารญี่ปุ่น ไปกัน 4 คน แต่ร้านจัดอาหาร มาให้หลังการมาก เหมือนกิน 10 คน ทุกอย่างดีมาก- อร่อยมาก เราชมทุกอย่าง กลับมาบอกเพื่อนว่าต้อง ไปร้านนั้นนะ มันอร่อยจริงๆ ไม่ถึง 2 สัปดาห์ต่อมา มี คนโทรมาตำหนิเต็มเลย ต่างบอกว่ารูปที่เราโพสต์ไม่ เหมือนที่เขาได้ ช่วงนั้นรู้สึกว่าการตกต่ำมาก ใครจ้าง ใคร เชิญก็ไม่ไป-นั่นเป็นปีแรก

แต่หลังๆ คนเริ่มติดต่อเข้ามาเยอะ ก็คิดว่า จะ จัดการกับปัญหาอย่างไรดี แต่เราไม่อยากเล่าให้ คนอื่นฟังในสิ่งที่มันไม่ใช่ความจริง จึงบอกกับร้าน ที่ติดต่อเข้ามาว่า หากวันไหนมีโอกาสจะไปกินเอง แล้วค่อยจะลงให้

● คีย์เวิร์ดของการรีวิวอาหารของสตาร์ฟวิง ใหม่ ที่ไม่เหมือนใคร

ถ้าเห็นโลโก้จะเป็นตัว ST เราพยายามจะบอกว่า มันเป็นปาก ทุกวันนี้เราก็มักเป็นอย่างนั้น คือพยายาม ให้เป็นปากต่อปาก อยากให้สตาร์ฟวิงใหม่เป็นเพื่อนคู่ กินของคนคนหนึ่ง เพื่อนที่มีรสนิยมธรรมดา แต่จะ เล่าทุกอย่างให้คุณฟังว่า เรื่องราวของร้านนี้มันเป็น อย่งไร อร่อยมากในความคิดของเราที่พูดออกมา ตรงๆ กุ้งตัวใหญ่ กุ้งตัวเล็ก เพราะไม่มีใครรู้ว่าเรา ไปร้านไหน เราลองมาหลายวิธีจนกระทั่งเป็นบริษัท สตาร์ฟวิงใหม่ทุกวันนี้

ความสุขของการทำงานนี้คือได้เล่าให้คนอื่นฟัง ว่าอาหารต่างๆ เป็นอย่างไร ทำให้คนที่ตามไปกิน รู้สึกว่าได้กินเหมือนกัน สองคือ เราได้ช่วยเหลือร้าน คำหลายๆ ร้าน

● การได้ช่วยเหลือ คือกำไรของงานนี้

ครั้งหนึ่งไปเที่ยวต่างจังหวัด เขาก็ขายของเขาไป แล้วเราก็กินภาพ ถ่ายวิดีโอแล้วเขียนรีวิว แล้วพอ มาลงมันกลายเป็นกระแสขึ้นมา คลิปนั้นถูกแชร์ แล้ว ร้านเขามียอดขายถล่มทลาย เขาสิบจนรู้ว่าสตาร์ฟวิง ใหม่ทำ เขาก็ไลน์มาขอบคุณ จากที่ขายไม่ค่อยได้ วัน นี้กลายเป็นร้านประจำจังหวัด

ทำให้ทุกวันนี้ สตาร์ฟวิงใหม่มีทีมโลคอล ที่ไป ค้นหาร้านเด็ดในหลิบในซอก แล้วมาบอกคนอื่น เพราะอยากให้คนไทยได้หาของอร่อย ได้กินสิ่ง ที่ ดี เหมือนเราเป็นตัวกลางที่ทำให้สองอันนี้มาเจอกัน

● ตลอด 4 ปีของการทำสตาร์ฟวิงใหม่ เห็น เทรนด์อาหารในบ้านเราอย่างไร

เทรนด์เมื่อ 2-3 ปีที่แล้วจนถึงตอนนี้เปลี่ยนไป ค่อนข้างเยอะมาก

เมื่อ 2-3 ปีที่แล้ว อาหารโซเซียลยังไม่มี เพิ่ง มา 1.5-2 ปีที่ผ่านมาเอง เป็นพวกแอมเบอร์เกอร์

อาหารสำหรับวัยรุ่น แต่ระยะหลังเริ่มมีกิมมิก ส่วนหนึ่งอาจเพราะเมืองไทยกับต่างชาติสื่อสารกันง่ายขึ้น เทรนด์อาหารของต่างชาติหลายๆ เทรนด์เข้ามาอยู่ในเมืองไทย ไม่ว่าจะเป็นอาหารเกาหลี อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น ได้หันเองก็มา แม้กระทั่งชีสต่างๆ ความรู้ด้านอาหารจากต่างประเทศเข้ามาอยู่ในเมืองไทยมากขึ้น หรือแม้กระทั่งอาหารโมเรกกุล่า หรือโนโตรเจนเหลวที่มีควัน เริ่มมากขึ้น

ดังนั้น เทรนด์อาหารสมัยก่อนของคนไทยจะเป็นอาหารธรรมดา ที่เห็นแล้วอยากถ่ายรูป สังเกตเมื่อ 4 ปีที่แล้วคนจะถ่ายรูปอาหารทะเลลงโซเชียล อย่างกุ้งเผา ผ่านมา 2 ปีครึ่ง เริ่มเป็นอาหารโซเซียลมากขึ้น เน้นหน้าตาของอาหารมากขึ้น ผ่านไปประมาณ 4-5 เดือน เริ่มเป็นอาหารที่เน้นความใหญ่ บิ๊กเบิ้ม เช่น บะหมี่จอมพลัง ผ่านไปอีกนิดเริ่มเป็นอาหารโซเซียลมากๆ อย่างชีสยืดๆ โนโตรเจน หรืออาหารที่ถ่ายรูปแล้วได้ยอดไลค์เยอะๆ เริ่มมากขึ้น จนช่วง 1 ปีที่ผ่านมา เทรนด์อาหารค่อนข้างจะลดตัวลง เหมือนผู้บริหารเริ่มหมกมุ่นในทรัพยากรที่มีอยู่ และมีเรื่องการผสมผสานของอาหารสมัยก่อนและอาหารสมัยใหม่เข้ามา แต่ไม่ได้เป็นกระแสขนาดนั้น

สิ่งที่เราสังเกตเห็นได้คือ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก หรือสแนปแชต 50% ของภาพที่อัปโหลดจะเป็นภาพอาหาร ต่อให้เป็นคนไม่ชอบอาหารก็ต้องมี อีก 30% เป็นภาพเซลฟี่ และอีก 20% จะเป็นไลฟ์สไตล์ของเขา เช่นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

อาจกล่าวได้ว่า เทรนด์อาหารตอนนี้ไม่มีอะไรเด่นชัด แต่คนไทยยังชอบถ่ายและแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับอาหาร มันกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต

● ได้ชิมอาหารมากมาย ชอบไปร้านไหน

ส่วนตัวชอบอาหารไทยกับอาหารญี่ปุ่น เราชอบหาร้านที่ไม่มีคนรู้จัก ซึ่งวิธีหาร้านที่ไม่ค่อยมีคนรู้จักของผมคือขอติดสอยห้อยตามไปกับทีมโลคอล แล้วถามคนในท้องถิ่นว่า ปกติกินมือเที่ยงที่ไหน ร้านไหนถือเป็นร้านอร่อย เช่นที่บางลำพู มีร้านกระเฉดผัดกุ้ง 3 ร้าน ร้านหนึ่งเป็นร้านดัง มีป้ายทุกสำนักไปให้รางวัล แต่มีร้านหนึ่งที่เราไปคุย ว่าเป็นร้านของจริง เจ้าแรกเลย เป็นป้าแก่ๆ แต่กินแล้วเหมือนขึ้นสวรรค์เลย-นี่แหละสิ่งที่ต้องการ

ส่วนอาหารญี่ปุ่น หลักๆ เป็นพวกซูชิและราเมน ซูชิก็มีตั้งแต่แบบทั่วไปถึงแบบโอมาคาเซะ ที่เซฟจัดให้-เนื่องจากเป็นคนชอบเรียนรู้ บางคน Learning by Doing ส่วนเรา Eating and Learning ในเวลาเดียวกัน อาหารสำหรับเราจึงเป็นมากกว่าอาหารที่กินเข้าไป

เช่นของบางอย่างที่ไม่เอาเราทำอาหารได้-เช่น กอนหิน เกลือ หรือบางอย่างที่เรามองว่าเป็นของไม่มีค่า ถูกลำบากเป็นตัวซัพพอร์ต หรือการไปกินซูชิ คนทั่วไปจะคุ้นเคยว่าเนื้อแซลมอนสีส้ม แต่โอมาคาเซะทำให้รู้ว่ามีเนื้อแซลมอนสีชมพู ปีกหนึ่งจะมีแค่เดือนเดียวที่มี และเดือนนั้นมีปลา 1 ตัวจาก 3 ล้านตัวที่มีเนื้อสีชมพู นี่คือน้ำที่เรไม่เคยคิด

จากนั้น เวลาที่หาของกินก็ต้องมีหลัก 2 อย่าง คือวันนี้จะไปเรียนรู้ หรือวันนี้จะไปกินเพื่อหาของแปลก

● ระหว่างประโยค “กินเพื่ออยู่” กับ “อยู่เพื่อกิน” คิดว่าเราเหมาะกับคำไหน

ถ้าถามตอนนี้ คงเป็น “อยู่เพื่อกิน” (หัวเราะ) ตั้งแต่มาทำงานนี้ ชอบอาหาร อยากหาอะไรใหม่ๆ ตลอดเวลา ทุกวันนี้ถ้าไม่ได้ทำอะไร ต้องคิดแล้วว่า จะกินอะไร ไม่ใช่แค่ความสะดวกสบายหรือความง่ายแล้ว แต่ต้องไปหาอะไรเพื่อกินจริงๆ มันคือความสุข

การใช้ชีวิตของเราคือการได้เจออะไรใหม่ๆ เกี่ยวกับอาหาร ได้เรียนรู้อะไรใหม่ๆ แค่นี้คุยกับเจ้าของร้านก็มีความสุขแล้ว ทุกวันนี้จึงเหมือนกับ “อยู่เพื่ออาหาร”

กฤตยา เชื้อมวราศาสตร์