

## อัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับในพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร

ปณณทัต จิตตกุล<sup>1</sup> กฤษณญาณ อินทรรัตน์<sup>2</sup> อารีวรรณ หัสสิน<sup>3\*</sup>

### The Preservation and Adaptation of Arab Cuisine Culture in Sukhumvit Area, Bangkok

Pannatat Jittakul<sup>1</sup> Kritchayan Intarat<sup>2</sup> Areewan Hussadin<sup>3\*</sup>

Received 20/06/2022

Revised 17/11/2022

Accepted 08/12/2022

#### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับในพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ผ่านการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับในพื้นที่ซอยสุขุมวิท 3 - 3/1 จำนวน 8 คน ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์อาหารอาหรับประกอบด้วย 1) ลักษณะอาหารจะมีส่วนประกอบของข้าวหรือแผ่นแป้งพิต้า (Pita) เป็นองค์ประกอบหลัก และนิยมทานคู่กับอาหารที่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบหลักเช่น กะบับ (Kabab) ขนมหวานอาหรับจะมีส่วนประกอบของอินทผลัมหรือถั่วอย่างฟัตตาห์ (Fattah) โดยนิยมดื่มคู่กับชาหรือกาแฟไว้ท้ายสุดหลังมื้ออาหาร 2) วัฒนธรรมบนโต๊ะอาหาร ได้แก่ การมีบริเวณสำหรับการรับประทานอาหารบนพื้น การแสดงภาพเมนูอาหารด้วยการเขียนภาษาอาหรับ มีบริการน้ำดื่ม ชูผักหรือซूपเนื้อพร้อมด้วยผักสด และน้ำจิ้ม นิยมรับประทานอาหารด้วยมือ ด้านการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ 1) ระยะแรก (ก่อนปี พ.ศ.2530 - 2549) ผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับส่วนใหญ่ยังไม่มีการปรับตัว จึงทำให้อาหารอาหรับที่ขายในพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงรสชาติให้เข้ากับคนท้องถิ่นน้อย โดยเน้นบริการให้แก่ชาวอาหรับเป็นหลัก 2) ระยะที่สอง (ปี พ.ศ.2549 - 2562) เริ่มมีกระแสความสนใจในวัฒนธรรมอาหารต่างชาติและอาหารสุขภาพเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับมีการปรับตัว โดยมีการบริการอาหารไทย อาหารอินเดียมุสลิม และได้พยายามแนะนำอาหารท้องถิ่นให้ผู้บริโภคชาวไทยได้ลองรับประทาน 3) ระยะปัจจุบัน (ปี พ.ศ.2562- ปัจจุบัน) ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับมีการปรับตัวทางธุรกิจโดยให้วัฒนธรรมอาหารอาหรับเข้าถึงคนภายนอกพื้นที่ด้วยการส่ง

<sup>1</sup> คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

E-mail: pannatat.jit@dome.tu.ac.th

<sup>2</sup> คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

E-mail: intaratt@tu.ac.th

<sup>3\*</sup> คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: areewan\_h@rmutt.ac.th

\* Corresponding author e-mail: areewan\_h@rmutt.ac.th

อาหารผ่านแอปพลิเคชัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการทำให้ธุรกิจสามารถอยู่ได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างทัศนคติของคนท้องถิ่นที่มีต่ออาหารอาหรับให้ดีขึ้น

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์ การปรับตัว วัฒนธรรมอาหาร อาหารอาหรับ

## Abstract

This article aimed to investigate the preservation and adaptation of Arab cuisine culture in the Sukhumvit area by employing qualitative research through participant observation and in-depth interviews. The target group is eight Arab restaurant entrepreneurs in Sukhumvit Soi 3 – 3/1. The study discovered that Arab cuisine identities included 1) rice or pita bread are the main ingredients, admiring served with meat like kabab. Arab dessert consisted of date palm and nuts (Fattah) served with tea or coffee after the main dish. 2) Arab tableware culture revealed that the meals are served on the floor. The menu was written in Arabic. Drinking water, vegetable or meat soup, fresh vegetables, and sauce are provided. Hands are used instead of utensils for having a meal. The cultural adaptation is divided into three periods. First (before 1987 to 2006), most Arabians rarely adapted their culture to further establishments. The taste remains initially and exclusively focuses on Arab customers. In the second period (2006 to 2019), international cuisine and healthy food became trendy among Thai customers, resulting in the adaptation. Thai and Muslim cuisine is served in Arab restaurants; they also promote their local dishes to Thai customers. In the current period (2019 to present), most entrepreneurs adapt their businesses to reach more customers during the COVID-19 crisis. Food applications are incorporated to help sustain and promote a better attitude of local people toward Arab cuisine.

**Keywords:** Identity, adaptation, food culture, Arab cuisine

## บทนำ

ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นอย่างเห็นเป็นนัยยะสำคัญในช่วงศตวรรษที่ 21 จึงส่งผลให้เกิดกระแสการย้ายถิ่นระหว่างพื้นที่ในแต่ละส่วนของโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการย้ายถิ่นด้วยจุดประสงค์ต่าง ๆ อย่างเต็มใจหรือไม่เต็มใจ ทั้งนี้เพื่อแสวงหาโอกาสและชีวิตที่ดีกว่าในอีกดินแดนหนึ่ง ซึ่งภายใต้กระบวนการย้ายถิ่นฐานของผู้คนแต่ละท้องถิ่นจะมีการนำเอาวัฒนธรรมเฉพาะตัวที่ได้มาจากพื้นที่ต้นทางที่เป็นแหล่งศูนย์กลางวัฒนธรรมเหล่านั้นมาปรับใช้ให้เข้ากับพื้นที่แห่งใหม่เพื่อให้สามารถดำรงวัฒนธรรมของตนเองให้อยู่อย่างยั่งยืนได้ภายในพื้นที่ใหม่ จนเกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมออกไปยังพื้นที่ใหม่ที่มีเชื้อแหล่งกำเนิดต้นทางของตน พร้อมกับการปรับตัวให้เข้ากับพื้นที่วัฒนธรรมใหม่ด้วยเช่นกัน (พรธงาม ขพานนท์, ม.ป.ป., หน้า 26-32) ทั้งนี้วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ได้นำมานั้นอาจจะเป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน อาทิ การแต่งกาย การสื่อสารภาษาท้องถิ่น ประเพณีทางศาสนาของท้องถิ่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารการกิน ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นกระแสหลักที่ผู้ย้ายถิ่นได้นำมาพร้อมกับตนเองด้วย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เข้าถึงผู้คนชนชาติต่าง ๆ ในพื้นที่โดยง่ายเนื่องจากความ



แปลกใหม่ทั้งด้านรสชาติ กรรมวิธีการปรุง หรือแม้กระทั่งวัฒนธรรมในการรับประทาน และกระแสอาหารแรงงานต่างชาติที่มีเพิ่มมากขึ้นทั่วโลกอันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (Möhrling, 2016)

อาหารอาหรับ ถือเป็นวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้เข้ามามีอิทธิพลมากขึ้นในแต่ละพื้นที่ทั่วโลก โดยเฉพาะในทวีปยุโรปและทวีปเอเชีย (Unicomb, 2021) ซึ่งกรุงเทพมหานครถือเป็นหนึ่งในจุดหมายที่ผู้คนจากภูมิภาคตะวันออกกลางหรือที่รู้จักกันดีในนามของ “คนอาหรับ” ได้เลือกย้ายถิ่นฐานเพื่อเข้ามาประกอบธุรกิจภายในกรุงเทพมหานคร ด้วยเช่นกัน จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่คนอาหรับนิยมมาประกอบกิจการกันภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเป็นสิ่งที่สามารถแสดงถึงอัตลักษณ์และตัวตนของคนในภูมิภาคนี้ได้เป็นอย่างดี ในการปรุงอาหารของชาวอาหรับนั้นจะมีการใช้เชื้อเพลิงในปริมาณที่น้อย แต่สามารถกักเก็บความร้อนไว้ได้นานจึงทำให้อาหารอาหรับเป็นการใช้ความร้อนจากการอบเตาไฟ และมีการใส่เครื่องเทศที่หลากหลายในจานอาหาร ทั้งนี้เนื่องจากในภูมิภาคอาหรับเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางสายไหมที่คอยเชื่อมต่อระหว่างโลกตะวันออกและโลกตะวันตกผ่านการค้าขาย ทำให้อาหารอาหรับนั้นได้รับอิทธิพลจากต่างดินแดนด้วยส่วนหนึ่ง กระทั่งได้กลืนกลืนจนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่เห็นอยู่จนถึงวันนี้ (Petzen, 2020, pp.94-103)

บทความวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับภายในพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยมีการศึกษาในทั้งแง่ลักษณะอาหาร และวัฒนธรรมบนโต๊ะอาหาร ผ่านการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอาหรับจำนวน 8 คน เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางอัตลักษณ์และการปรับตัวของวัฒนธรรมอาหารอาหรับ ว่ามีลักษณะเช่นใดและมีการปรับตัวไปในลักษณะใดบ้าง อีกทั้งบทความวิจัยเรื่องนี้ยังสามารถเป็นแบบแผนของการศึกษาวัฒนธรรมต่างชาติกระแสที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทยต่อไปในอนาคตได้

## วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับในกรุงเทพมหานคร

## แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดการปรับตัวทางวัฒนธรรม

มัญศรี โชติรสสุติ (2556) ได้อธิบายคำนิยามของการปรับตัวทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นกระบวนการที่มนุษย์ต้องพบเจอกับการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมรอบตัวอยู่เสมอ จึงทำให้มนุษย์ต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความคิด หรือความรู้สึก เพื่อให้ทำให้นั่นสามารถกลมกลืนไปกับสภาพสังคมและสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ได้จนเป็นที่ยอมรับของสังคมในสภาวะแวดล้อมนั้น ๆ

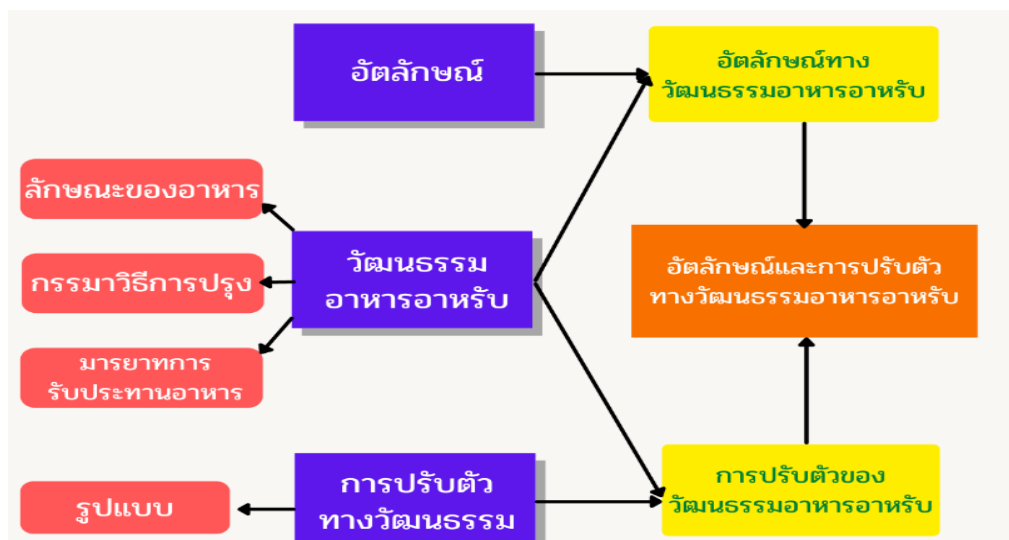
ภายใต้การปรับตัวทางวัฒนธรรมเป็นการยากที่จะดำรงลักษณะทางอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงที่เหมือนแต่ก่อน เพราะเนื่องจากบริบททางวัฒนธรรมของพื้นที่ใหม่นั้นมีอิทธิพลมากกว่าวัฒนธรรมดั้งเดิม จึงทำให้วัฒนธรรมเหล่านั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งในการรักษาขนบธรรมเนียมของกลุ่มคนที่ย้ายเข้ามาภายในพื้นที่ (Berry, et al, 1987, อ้างถึงใน สุรศักดิ์ บุญอาจ, 2558, หน้า 6) ลักษณะการปรับตัวทางวัฒนธรรมนั้นย่อมมีปัจจัยหลากหลายประการที่ส่งผลต่อลักษณะทางวัฒนธรรมด้วย นอกเหนือจากอำนาจทางวัฒนธรรมภายในพื้นที่ เช่น ระบบกฎหมาย การเมือง ศาสนา สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และธรรมชาติ เป็นต้น

### แนวคิดวัฒนธรรมอาหารอาหรับ

ลักษณะทางอาหารอาหรับนั้น Petzen (2020, pp.94-103) ได้ให้คำนิยามว่า อาหารอาหรับเป็นอาหารที่มีการผสมผสานของวัฒนธรรมต่าง ๆ จากภูมิภาคอื่นผ่านกระบวนการค้าขายผ่านเส้นทางสายไหม รวมทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ จนมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร โดยในกรรมวิธีการปรุงอาหารและการรับประทานอาหารอาหรับนั้นจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลทางศาสนาอิสลามและสภาพทางภูมิศาสตร์ภายในพื้นที่เป็นหลัก กล่าวคือจะมีการใช้เนื้อสัตว์ที่ผ่านกระบวนการตามหลักศาสนาอิสลาม มีการใช้เชื้อเพลิงในการประกอบอาหารที่น้อยแต่สามารถกักเก็บความร้อนได้นาน และการใช้เครื่องเทศที่มีความหลากหลายอันเนื่องมาจากเป็นภูมิภาคที่เป็นเส้นทางการค้าในสมัยก่อน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อศึกษาวิจัยเรื่องอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครว่ามีการคงอยู่และการเปลี่ยนแปลงไปในทางด้านใด รวมถึงศึกษาลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมอาหารอาหรับ ทั้งด้านกรรมวิธีประกอบอาหาร และมารยาทในการรับประทานอาหาร

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับภายในพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 3 แหล่ง ได้แก่

#### 1) แหล่งข้อมูลเอกสาร

โดยการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย เช่น ลักษณะทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ การปรับตัวทางวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม อัตลักษณ์ เป็นต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดและสร้างแนวคำถามเพื่อการ



เก็บข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## 2) แหล่งข้อมูลบุคคล

การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบุคคลจะใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับภายในพื้นที่จำนวน 8 ท่าน โดยแต่ละท่านได้ประกอบธุรกิจร้านอาหารคนละ 1 ร้านภายในพื้นที่ โดยทางผู้วิจัยได้ทำการสอบถามข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเชิงลึก อาทิ สาเหตุของการเข้ามาประกอบกิจการ อัตลักษณ์ของอาหารอาหรับ การปรับตัวภายในพื้นที่ เป็นต้น โดยคำถามที่ใช้ในการสอบถาม จะได้จากการทบทวนเอกสารและประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการทราบเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ปรากฏในเอกสาร

## 3) แหล่งข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยลงภาคสนามพื้นที่ร้านอาหารอาหรับบริเวณซอย สุขุมวิท 3 – 3/1 กรุงเทพมหานคร และใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมควบคู่กับการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เชื่อมโยงและเห็นประเด็นที่ศึกษาอย่างชัดเจน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure) เป็นการร่างประเด็นคำถามเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการเล่าเรื่อง แสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interviews) ที่ครอบคลุมถึงประเด็นต่าง ๆ ของจุดประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้

## การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ใช้หลักการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) คือการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 3 วิธี คือ วิธีการศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสำรวจพื้นที่ และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการจะนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันจะสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิธีการต่าง ๆ กันมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกัน รวมทั้งการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้วยวิธีการตรวจสอบเนื้อหาจากแหล่งผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน อย่างน้อย 3 แหล่ง ว่าข้อมูลชุดเดียวกันข้อมูลจะแตกต่างกัน หรือสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ เพื่อให้เกิดความถูกต้องของข้อมูลที่คลาดเคลื่อนน้อยที่สุด

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ประเด็นที่มีความน่าสนใจให้เป็นเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ แล้วจึงทำการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาที่ได้จากการทำวิจัยครั้งนี้

## ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ซอยสุขุมวิท 3 – 3/1 กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มของชนชาติอาหรับมากที่สุดเขตกรุงเทพมหานคร โดยพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตวัฒนาที่มีการคมนาคมสะดวกเนื่องจากอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีนา และบริเวณโดยรอบยังเป็นพื้นที่ชุมชนของชาวอาหรับ อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถานพยาบาลชื่อดังอย่าง โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ (สำนักงานเขตวัฒนา, 2564) รวมถึงในบริเวณพื้นที่ยังเป็นแหล่งที่ตั้งของสถานบันเทิงต่าง ๆ และแหล่งรวมที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยด้วย

### ขอบเขตด้านเวลา

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – Depth Interviews) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ตั้งแต่เดือนกันยายน - พฤศจิกายน 2564

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ศึกษาอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ โดยศึกษาลักษณะอาหาร และวัฒนธรรมบนโต๊ะอาหาร ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ รวมถึงศึกษาการปรับตัวของวัฒนธรรมอาหารอาหรับ ว่ามีการปรับตัวไปในลักษณะใดเมื่อเข้ามาตั้งถิ่นฐานในวัฒนธรรมอื่น

## ผลการศึกษา

ผลการศึกษาอัตลักษณ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับภายในพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร พบผลการศึกษาที่น่าสนใจ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

### 1. อัตลักษณ์อาหารและวัฒนธรรมการกินของชาวอาหรับ

อัตลักษณ์ของอาหารอาหรับจะมีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้าที่เป็นชาวอาหรับเป็นหลัก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าชาวอาหรับถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักที่เข้ามารับประทานมากกว่ากลุ่มลูกค้าในท้องถิ่น อีกทั้งผู้ประกอบการกิจการธุรกิจอาหารเองได้เน้นการให้บริการเฉพาะชาวอาหรับที่เข้ามาในกรุงเทพมหานครด้วย นอกจากอัตลักษณ์ด้านอาหารอาหรับที่ยังคงรักษาความเป็นดั้งเดิมไว้แล้ว บรรยากาศภายในร้านอาหารอาหรับก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนช่วยรักษาวัฒนธรรมตามแบบวิถีของอาหรับไว้ เช่น มีการตกแต่งภายในร้านให้มีความหรูหราโอ่อ่า มีการจัดเตรียมห้องละหมาด และมีเมนูอาหารพร้อมกับภาพประกอบโดยในเมนูยังเขียนด้วยภาษาอาหรับชื่อเมนูเป็นภาษาอังกฤษ รูปแบบการอ่านเมนูในร้านอาหารอาหรับส่วนใหญ่จะมีการอ่านจากขวาไปซ้าย

1.1 ด้านอัตลักษณ์อาหารอาหรับ พบว่า อาหารแต่ละมื้อของชาวอาหรับนั้น จะมีส่วนประกอบของข้าวหรือแผ่นแป้งพิต้า (Pita) เป็นองค์ประกอบหลักในทุกมื้ออาหาร โดยขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการปรุงและอาหารที่นำมารับประทานร่วมกัน เมนูอาหารที่ขึ้นชื่อในภูมิภาคอาหรับที่เป็นที่รู้จักกันดีคือ “กะบับ” (Kabab) ถือเป็นหนึ่งในเมนูแรก ๆ ที่จะสั่งขึ้นมาวางโต๊ะอาหาร โดยจะมีทั้งเนื้อหรือไก่สับผสมกับผักสดมะเขือเทศและหอมใหญ่ พร้อมกับใส่เครื่องเทศหลากหลายชนิดและปั่นให้เป็นแท่งแบนไม้ แล้วนำไปย่างบนเตาถ่าน รับประทานพร้อมกับข้าวหรือแป้งพิต้า ฮัมมุส (Hummus) เป็นอาหารจานย่อยที่นิยมรับประทานกับแป้งพิต้าที่ทำมาจากถั่วลูกไก่บดผสมกับ ทาฮินี (Tahini) น้ำมันมะกอก และกระเทียม มีรสชาติที่เปรี้ยวเค็มและกลมกล่อม ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในเมนูอาหารสุขภาพของชาวอาหรับที่นิยมรับประทานกัน และเป็นจานที่ชีวิตความอร่อยของเมนูอื่นภายในร้านอาหารได้อีกด้วย ส่วนเมนู “ข้าวหมกมันต์” (Mandi Rice) เป็นข้าวที่มีลักษณะคล้ายข้าว



หมกของอินเดีย แต่จะมีความแตกต่างกันตรงที่เครื่องเทศที่จะมีการใช้เครื่องเทศที่หลากหลายมากกว่า แต่กลิ่นจะไม่เข้มข้นเท่ากับอาหารอินเดีย รวมถึงกรรมวิธีการปรุงที่จะทำการอบในเตาดินเผาหรือชุดหลุมอบไว้จนกว่าข้าวจะสุกและเนื้อเปื่อยนุ่มกำลังดี โดยที่ข้าวมันดีจะนิยมใช้เนื้อไก่หรือเนื้อแพะในการปรุงอาหารเมนูนี้

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังได้นำเสนออาหารท้องถิ่นที่ไม่ใช่อาหารอาหรับกระแสหลักแต่เป็นที่รู้จักกันในกลุ่มคนทั่วไปอย่างเมนู “อักดาร์” (Akdar) ที่ประกอบไปด้วยเนื้อไก่และเนื้อแกะ ผัดคลุกเคล้ากับมะเขือเทศ พริกหยวก มันฝรั่ง และเครื่องเทศ ซึ่งเป็นอาหารที่นิยมเป็นอย่างมากในประเทศเยเมน เมนู “ซัคชูกา” (Shakshuka) เป็นไข่ผัดหอมหัวใหญ่ มะเขือเทศ กระเทียม และผักชี ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มชาวอาหรับแถบแอฟริกาตอนเหนือ เมนู “แกงซาโลน่า” (Salona) ซึ่งเป็นแกงของชาวอาหรับที่ประกอบไปด้วยเนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ พร้อมด้วยเครื่องปรุงรสหลากหลายชนิด เช่น มะนาวดำ และเครื่องเทศผสมอย่าง “Omani spice mix” ซึ่งถือเป็นที่นิยมมากในแถบประเทศโอมาน เป็นต้น

อัตลักษณ์อาหารหวาน ชาวอาหรับจะนิยมรับประทานขนมหวานที่มีส่วนผสมของอินทผลัมหรือถั่วเช่น ฟัตตาห์ (Fattah) ซึ่งเป็นขนมปังที่มีการผสมกับอินทผลัม เนย และกล้วย โดยมีจะนิยมดื่มคู่กับชาหรือกาแฟไว้หลังมื้ออาหาร ซึ่งชาที่ชาวอาหรับนิยมดื่มนี้จะเป็นชาดำที่มีการผสมของใบสะระแหน่ไว้ภายในกา และถ้าหากมีเพียงแค่การดื่มชาหรือกาแฟเพียงอย่างเดียวหลังมื้ออาหาร ก็จะมีการเติมน้ำตาลลงไปในภาชนะที่ใส่เครื่องดื่ม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทางร้านว่าจะเป็นผู้เติมน้ำตาลให้เองหรือให้ลูกค้าเติมได้ตามความต้องการ

1.2 ด้านวัฒนธรรมการกินของชาวอาหรับ โดยภายในร้านอาหารอาหรับนั้นเมื่อมีลูกค้าเดินเข้ามาภายในร้าน ลูกค้าจะเป็นผู้เลือกที่นั่งรับประทานอาหาร เนื่องจากบางร้านจะมีพื้นที่บริการแบ่งออกเป็น 2 พื้นที่คือ บริเวณที่นั่งรับประทานบนโต๊ะเหมือนร้านอาหารทั่วไป และบริเวณที่นั่งสำหรับรับประทานบนพื้น เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าชาวอาหรับจะนิยมรับประทานอาหารบนพื้นมากกว่า เนื่องจากมีความสะดวกสบายและมีความเป็นกันเอง นอกจากนี้ยังเป็นลักษณะนิสัยของชาวอาหรับในเวลารับประทานอาหารจะทำตัวผ่อนคลายเหมือนกับกำลังรับประทานอาหารในบ้าน ในขณะที่นั่งแบบโต๊ะ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนท้องถิ่นที่มารับประทานอาหารอาหรับและชาวอาหรับที่ไม่สะดวกนั่งรับประทานบนพื้น เมื่อลูกค้าได้เลือกที่นั่งแล้วจะมีพนักงานมาบริการนำดื่มหรือซุสผักหรือซุสเนื้อ โดยทันที พร้อมด้วยผักสด และน้ำจิ้ม เมื่ออาหารมาเสิร์ฟถึงโต๊ะ ผู้รับประทานอาหารจะต้องไปล้างมือก่อนรับประทานอาหาร พร้อมกับกล่าวพระนามของพระอัลลอฮ์ด้วยคำว่า “บิสมิลลาฮ์” จากนั้นชาวอาหรับจะรับประทานอาหารด้วยมือโดยจะใช้มือขวาในการหยิบอาหารเข้าปาก ส่วนคนท้องถิ่นที่มารับประทานจะใช้ช้อนส้อมในการรับประทาน

อาหารอาหรับในแต่ละประเทศแถบภูมิภาคตะวันออกกลางส่วนใหญ่จะมีความแตกต่างกันมากอย่างไรก็ตามชาวอาหรับส่วนใหญ่จะชื่นชอบอาหารอาหรับที่อยู่ในประเทศเยเมน เนื่องจากอาหารมีความหลากหลายมากกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน อีกทั้งยังมีการปรุงรสที่ละเอียดอ่อนมากกว่า จึงทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

## 2.การปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ

การปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ สามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่

1) ระยะแรก (ก่อนปี พ.ศ.2530 - 2549) ในระยะแรกวัฒนธรรมอาหารอาหรับ ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอาหารอาหรับแบบดั้งเดิม ยังไม่มีการปรับตัวหรือมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในทุกด้าน ทั้งรสชาติอาหาร หรือแม้กระทั่งเรื่องของมารยาทการรับประทานอาหารของชาวอาหรับ เนื่องจากชาวอาหรับมีลักษณะนิสัยที่ไม่ค่อยนิยมปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นภายในพื้นที่ จึงทำให้ร้านอาหารอาหรับที่ได้เข้ามาเปิดกิจการภายในพื้นที่นั้นยังคงไว้ซึ่งรูปแบบความเป็นวัฒนธรรมอาหรับเหมือนกับตอนที่อยู่ในประเทศของตน เช่น บรรยากาศของร้านโดยมีการตกแต่งภายในร้านให้ดูหรูหราโอ่อ่า มีบริเวณสำหรับการรับประทานบนพื้น มีการเสิร์ฟซุสหรือน้ำเปล่าทันทีเมื่อเข้ามาในร้าน เป็นต้น รวมถึงรสชาติอาหารที่จะพยายามเน้นให้มีรสชาติถูกปากกับคนในภูมิภาคมากกว่าคนในพื้นที่ อย่างไรก็ตามภายในร้านอาหารก็ยังคงมีการบริการแบบนั่งโต๊ะ และใช้ช้อนส้อม

เพื่อให้บริการสำหรับคนในท้องถิ่นที่อาจจะเข้ามารับประทานภายในร้านอาหาร ซึ่งถือได้ว่าการปรับเพียงเล็กน้อยที่ร้านอาหารจะมีการปรับรูปแบบวัฒนธรรมเมื่อเข้ามาในพื้นที่ในระยะนี้ โดยในระยะแรกนี้ถือได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับยังคงไว้ซึ่งการรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของวัฒนธรรมอาหารผ่านวัฒนธรรมอาหารของตนไว้ (Ethnic-Oriented Identity)

2) ระยะที่สอง (ปี พ.ศ.2549 - 2562) เริ่มมีกระแสความสนใจในกลุ่มชาวไทยที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารต่างถิ่นที่เข้ามาเปิดร้านบริการภายในประเทศไทย รวมถึงกลุ่มคนรักสุขภาพบางคนที่มีความต้องการทดลองรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ไม่สามารถรับประทานได้ในท้องตลาดทั่วไป จึงทำให้อาหารอาหรับหลายร้านเริ่มมีการปรับตัวแบบอัตลักษณ์ทางพหุวัฒนธรรม (Bicultural Identity) ที่เห็นได้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารได้พยายามนำเสนอเมนูอาหารที่ขึ้นชื่อในภูมิภาคหรือในท้องถิ่น เช่น เมนู กะบับ (Kabab) ฮัมมุส (Hummus) ชวามาร์ (Shawarma) ข้าวหมกมันต์ (Mandi) เป็นต้น ซึ่งถือเป็นอาหารที่มีรสชาติถูกปากคนไทย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังได้มีการเพิ่มเมนูอาหารไทย อาทิ ต้มยำข้าวผัด ผัดผักรับ เป็นต้น ทั้งนี้เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าชาวไทย หากไม่สามารถรับประทานอาหารอาหรับได้ รวมถึงชาวอาหรับที่ต้องการทดลองรับประทานอาหารไทยที่ถูกต้องตามหลักศาสนา ซึ่งอาหารไทยที่ถูกปรุงในร้านอาหารอาหรับนั้นจะยังคงวัตถุดิบตามแบบดั้งเดิม แต่รสชาติก็ยังยึดตามรสชาติของชาวอาหรับเป็นหลัก เช่น เมนูต้มยำกุ้ง ก็จะมีรสเผ็ดคล้ายคลึงกับร้านอาหารไทยทั่วไป แต่รสชาติจะมีความหวานและเปรี้ยวและจะมีความเผ็ดเพียงเล็กน้อยเท่านั้น มากไปกว่านั้น ในระยะนี้ก็มีผู้ประกอบการกลุ่มใหม่อย่างชาวบังคลาเทศได้เข้ามาประกอบกิจการภายในพื้นที่ด้วยเช่นกัน อันเนื่องมาจากเห็นโอกาสในการสร้างรายได้จากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ในพื้นที่นับถือศาสนาอิสลาม โดยผู้ประกอบการกลุ่มนี้จะมีบริการอาหารอินเดียมุสลิมพร้อมกับอาหารไทยและอาหารอาหรับเข้ามาด้วย

3) ระยะปัจจุบัน (ปี พ.ศ.2562- ปัจจุบัน) อันเนื่องมาจากสถานการณ์โควิด-19 จึงทำให้กลุ่มลูกค้าชาวอาหรับซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักนั้นได้หายไปจำนวนร้อยละ 80 จึงส่งผลต่อผู้ประกอบการร้านอาหารอาหรับเป็นอย่างมาก และทำให้ผู้ประกอบการบางคนได้ปิดกิจการลงภายในพื้นที่เป็นการชั่วคราว อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการบางส่วนที่สามารถเปิดธุรกิจอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน โดยยังคงสามารถปรับตัวแบบอัตลักษณ์ทางพหุวัฒนธรรม (Bicultural Identity) ด้วยวิธีการแบบใหม่ เช่น การเพิ่มช่องทางในการขายผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารอาทิ Grab, Foodpanda, Lineman เป็นต้น โดยผู้ประกอบการได้ขยายเป้าหมายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าท้องถิ่นที่เป็นชาวไทยมากขึ้น เช่น มีการทำเมนูภาษาไทยขึ้นบนแอปพลิเคชันสั่งอาหารพร้อมด้วยคำอธิบายที่เป็นภาษาไทย เพื่อให้ลูกค้าได้มีความเข้าใจและมีความรู้สึกต้องการรับประทานอาหารอาหรับมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางร้านได้นำแนวคิดให้กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) มาแนะนำ (Review) อาหารผ่านเพจร้านอาหารในเฟซบุ๊ก หรือช่องยูทูบ เพื่อมาช่วยโฆษณาให้ร้านอาหารเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าท้องถิ่นมากขึ้น ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะสูญเสียรายได้เป็นอย่างมากจากสถานการณ์โควิด-19 ในครั้งนี้ แต่ผู้ประกอบการยังสามารถปรับมุมมองทางธุรกิจโดยการโปรโมทวัฒนธรรมอาหารอาหรับให้เป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจในอาหารอาหรับเหมือนกับอาหารอื่น ๆ ที่เข้ามาเปิดธุรกิจในกรุงเทพมหานคร รวมถึงยังเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมอาหารอาหรับด้วยในอีกทางหนึ่ง

## สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

### 1. อัตลักษณ์อาหารและวัฒนธรรมการกินของชาวอาหรับ

วัฒนธรรมอาหารอาหรับภายในพื้นที่ซอยสุขุมวิท 3 - 3/1 กรุงเทพมหานคร พบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของอัตลักษณ์และขนบธรรมเนียมการรับประทานอาหารอาหรับในช่วงระยะแรก (ก่อนปี พ.ศ.2530 - 2549) ทั้งในด้านของรูปแบบการนำเสนอและรสชาติอาหาร โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหลัก เพื่อบริการชาวอาหรับที่เข้ามาภายในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งจากลักษณะนิสัยของชาวอาหรับที่ไม่นิยมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เข้ากับวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น ๆ



จึงทำให้ต้องมีการสร้างบรรยากาศภายในร้านอาหารให้มีลักษณะคล้ายคลึงกับภูมิภาตามแบบฉบับชาวอาหรับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องของการปรับตัวแบบรักษาสถิตดั้งเดิม (Berry, et al, 1987, อ้างถึงใน สุรศักดิ์ บุญอาจ, 2558, หน้า 6) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะการปรับตัวทางวัฒนธรรมภายในพื้นที่ ที่ไม่มีการปรับตัวหรือมีการปรับตัวที่น้อยมาก จึงทำให้ยังคงมีการคงความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารอาหรับภายในพื้นที่อย่างชัดเจน ทั้งวัตถุดิบ กรรมวิธีการปรุง และวัฒนธรรมการบริโภคอาหารอาหรับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Petzen (2020, pp. 94-103) และ Obeidat (2002, p. 8-16) ที่กล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่า วัฒนธรรมอาหารอาหรับนั้นจะมีความผูกพันและเชื่อมโยงกับศาสนาอิสลามเป็นอย่างมากอย่าง เช่น วิธีการปรุงอาหารอย่างถูกต้องตามหลักศาสนา การเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นฮาลาล การบริโภคอาหารไม่ให้มึนจนเกินไป อาหารอาหรับมีกรรมวิธีการปรุงที่ใช้เครื่องเทศอย่างหลากหลายในแต่ละเมนู จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหารอาหรับ และวัฒนธรรมการดื่มชา กาแฟถือเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นชาวอาหรับได้ดีที่สุด

## 2. การปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารอาหรับ

ร้านอาหารอาหรับในปัจจุบันมีการปรับตัวเพื่อให้ยังคงสามารถประกอบธุรกิจได้ ดังนั้นร้านอาหารอาหรับภายในพื้นที่บางร้าน จึงมีการขายอาหารอินเดียมุสลิม และอาหารไทย ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่เข้ามาประทานอาหารภายในร้าน และยังเป็นการสร้างความมั่นใจในกลุ่มลูกค้ามุสลิมด้วยว่าอาหารที่นำมาขายนั้นถูกต้องตามหลักศาสนาอย่างแท้จริง โดยจะยังคงยึดรสชาติตามแบบชาวอาหรับเป็นหลัก จึงทำให้อาหารไทยที่ขายภายในร้านการปรับเปลี่ยนรสชาติไปจากเดิมเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุทธิพร บุญมาก (2556, หน้า 98-101) และ Berry, et al (1987, อ้างถึงใน สุรศักดิ์ บุญอาจ, 2558, หน้า 6) ที่ได้กล่าวถึงการปรับตัวทางวัฒนธรรมแบบอัตลักษณ์ทางพหุวัฒนธรรมที่มีการยอมรับเอาวัฒนธรรมบางอย่างที่ได้มาจากพื้นที่แห่งใหม่มาปรับใช้กับวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองให้มีการผสมผสานกันอย่างลงตัวโดยยังคงธำรงรูปลักษณ์ทางอัตลักษณ์เดิมไว้ อย่างการทำอาหารไทยให้กับชาวต่างชาติได้รับประทานนั้น จะมีการปรุงรสชาติบางอย่างให้มีรสชาติที่อ่อนลงเพื่อให้ชาวต่างชาตินั้นสามารถรับประทานได้ แต่ยังคงเรื่องของวัตถุดิบและรสชาติให้คงคล้ายกับรสชาติที่คนท้องถิ่นรับประทานกัน

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ เนื่องจากเกิดวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 จึงส่งผลให้ลูกค้าชาวอาหรับมีจำนวนลดน้อยลงไปเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเข้าหาลูกค้ากลุ่มใหม่ที่เป็นคนไทย เพื่อเป็นการรักษาธุรกิจร้านอาหารให้รอดพ้นจากวิกฤตช่วงนี้ไปได้ด้วยดี มากไปกว่านั้นผู้ประกอบการยังมีความตั้งใจในการเผยแพร่อาหารอาหรับให้กับกลุ่มคนไทย โดยเชื่อว่าทัศนคติของคนไทยที่มีต่ออาหารอาหรับจะดีขึ้นมากกว่าเดิมหลายเท่าตัว จนอาจจะกลายเป็นวัฒนธรรมอาหารชนิดหนึ่งที่อยู่ในกระแสหลักของสังคมไทย

วัฒนธรรมอาหารอาหรับ ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมอาหารกระแสรองในสังคมไทย เนื่องด้วยเป้าหมายของผู้ประกอบการที่มีความต้องการที่จะให้บริการแก่ชาวอาหรับที่เข้ามาในกรุงเทพมหานครด้วยจุดประสงค์ต่าง ๆ จึงทำให้วัฒนธรรมอาหารอาหรับยังคงมีการธำรงรักษาไว้อย่างสมบูรณ์กว่าวัฒนธรรมอาหารกระแสหลักอย่างอาหารจีน อาหารญี่ปุ่น หรืออาหารเกาหลี ทั้งลักษณะอาหารและวัฒนธรรมบนโต๊ะอาหาร ถึงแม้ว่าจะมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมไปบางอย่าง เช่น การเพิ่มอาหารไทยหรืออาหารอินเดียมุสลิมลงไปในเมนูเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค แต่ก็ยังคงกลมกลืนร่วมกับตัวบริบททางวัฒนธรรมของชาวอาหรับไว้เป็นอย่างดี แม้ว่า ณ ปัจจุบันจะเกิดวิกฤตโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก แต่ผู้ประกอบการมีความพยายามที่จะทำให้ธุรกิจยังคงสามารถดำเนินการอยู่ได้โดยการปรับมุมมองทางการตลาดมากขึ้น อีกทั้งยังคงนำเสนออาหารอาหรับที่คงอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้อย่างดี จนสามารถก้าวไปสู่วัฒนธรรมอาหารกระแสหลักที่ยังคงอัตลักษณ์เดิมไว้ได้จนถึงปัจจุบัน

## กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความช่วยเหลือทางข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านอาหาร  
อาหรับทั้งชาวไทยและชาวอาหรับจำนวน 8 ท่านที่ได้ให้ความกรุณาในการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์จนสำเร็จลุล่วง

## รายการอ้างอิง

- พรรณงาม ขพานนท์. (2526). *ภูมิศาสตร์วัฒนธรรม*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- มัญชรี โชติรสฐิติ. (2556). *การปรับตัวข้ามวัฒนธรรมของนักเรียนไทยในต่างประเทศ*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต).  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ. อัดสำเนา.
- สำนักงานเขตวัฒนา. (2564). *ข้อมูลทางกายภาพ*. สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://webportal.bangkok.go.th/vadhana>
- สุธิพร บุญมาก. (2556). ร้านอาหารไทยในประเทศออสเตรเลีย: ภาพสะท้อน “ความเป็นไทย” และ “การปรับตัว”.  
*วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาลัยเขตหาดใหญ่*, 5(1), 90-103.
- สุรศักดิ์ บุญอาจ. (2558). *กระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรมของนักศึกษาชาวและกัมพูชาในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*.  
อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- Möhrling, M. (2016). *GESCHMACK IST SO WANDELBAR WIE DIE IDENTITÄT*. Retrieved on November 6,  
2021, from <https://www.goethe.de/ins/th/de/kul/mag/20866343.html>
- Obeidat, B. (2002). *Food Habits of Arab Students Living in the United States*. (Master's Thesis).  
Nutritional Sciences Texas Tech University, Lubbock.
- Petzen, B. (2020). Middle Eastern Food: Six Lenses. *The Geography Teacher*, 17(3), 94-103.
- Unicomb, M. (2021). *From doner to hummus, the Middle Eastern foods Europe loves*. Retrieved on July  
28, 2022, from <https://www.middleeasteye.net/discover/middle-east-food-doner-hummus-europe-loves>