



สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

โดย

นางสาว พลอยไพลิน ไซ่ทอง

รหัสนักศึกษา 05580686

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อสารนิพนธ์	การศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย
ผู้เขียน	นางสาวพลอยไพลิน ไซ่ทอง
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์ ดร.ยงยุทธ วิถีไตรรงค์
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทยและรูปแบบการบริโภคอาหารไทยของคนญี่ปุ่น โดยมีวิธีการศึกษา คือ ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย จำนวน 50 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า คนญี่ปุ่นมีทัศนคติต่ออาหารไทยในด้านรสชาติว่าอาหารไทยมีรสชาติอร่อยกลมกล่อมมากที่สุดร้อยละ 78.00 มีรสชาติและเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆมากที่สุดร้อยละ 40.00 ด้านราคาอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคนมากที่สุดร้อยละ 36.00 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุดร้อยละ 32.00 ด้านรูปลักษณ์อาหารไทยเป็นอาหารที่มีสีสันน่ารับประทานมากที่สุดร้อยละ 50.00 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีความสวยงามและประณีตมากที่สุดร้อยละ 24.00 ด้านประเภทของอาหาร ฟังพอใจอาหารประเภทผัดและอาหารจานเดียวมากที่สุดร้อยละ 54.00 อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ ข้าวผัดกะเพราคิดเป็นร้อยละ 32.00 ด้านรสชาติ ฟังพอใจรสเผ็ดมากที่สุดร้อยละ 36.00 ด้านคุณประโยชน์ของอาหารไทย คนญี่ปุ่นฟังพอใจว่าอาหารไทยมีส่วนประกอบของสมุนไพรมากที่สุดร้อยละ 32.00 อาหารไทยมีคุณค่าทางโภชนาการมากที่สุดร้อยละ 10.00 ด้านรูปลักษณ์สีสันและการตกแต่ง คนญี่ปุ่นฟังพอใจการจัดแต่งจานให้มีสีสันน่ารับประทานมากที่สุดร้อยละ 18.00 การแกะสลักผักและผลไม้ในการตกแต่งฟังพอใจมากที่สุดร้อยละ 12.00 ด้านความสะอาด คนญี่ปุ่นฟังพอใจด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะน้อยโดยมีความฟังพอใจในเอาใจใส่ดูแลรักษาความสะอาดของอาหารและภาชนะกับร้านอาหารสะอาดปลอดภัยน้อยที่สุดร้อยละ 50.00 ด้านบรรยากาศฟังพอใจมากที่สุดร้อยละ 38.00 ด้านความหลากหลายของอาหารไทยฟังพอใจมากที่สุดร้อยละ 16.00 ด้านทำเลที่ตั้งฟังพอใจมากที่สุดร้อยละ 10.00

คำสำคัญ : ทัศนคติ, อาหารไทย, คนญี่ปุ่น

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทยเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.ยง ยุทธ วิถีไตรรงค์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี

พลอยไพลิน ไซ่ทอง

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	2
1.4 นิยามศัพท์.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	3
2.1 แนวคิดและทฤษฎี.....	3
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	3
2.2 นิยาม ประเภท องค์ประกอบของอาหารไทย.....	10
2.2.1 ความหมายของอาหาร.....	10
2.2.2 ประโยชน์และโทษของอาหาร.....	10
2.2.3 อาหารไทย.....	11
2.3 นโยบายและมาตรการ.....	17
2.3.1 ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.....	17
2.3.2 ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก.....	18
2.4 ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร.....	20

2.4.1	ภูมิประเทศ.....	20
2.4.2	ภูมิอากาศ.....	21
2.4.3	ทรัพยากรธรรมชาติ.....	21
2.4.4	ความเป็นมาของเมืองและการขยายตัวของเมือง.....	22
2.4.5	เศรษฐกิจและสังคม.....	23
2.5	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	29
3.1	แหล่งที่มาของข้อมูล.....	29
3.2	วิธีการจัดกระทำข้อมูล.....	29
3.3	วิธีการดำเนินการศึกษา.....	29
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	30
3.5	เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
บทที่ 4	ผลการศึกษา.....	31
ตอนที่ 1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
ตอนที่ 2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย.....	34
ตอนที่ 3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย.....	36
ตอนที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด.....	39
บทที่ 5	สรุปและอภิปรายผล.....	41
5.1	สรุปผลการศึกษา.....	41
5.2	อภิปรายผลการศึกษา.....	42
5.3	ปัญหาและอุปสรรค.....	44
5.4	ข้อเสนอแนะ.....	44

บรรณานุกรม.....	46
ภาคผนวก.....	50
ประวัติผู้วิจัย.....	63

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	ต้มยำกุ้ง.....	15
ภาพที่ 2	แกงส้ม.....	15
ภาพที่ 3	แกงเขียวหวาน.....	15
ภาพที่ 4	พะแนงไก่.....	15
ภาพที่ 5	แกงมัสมั่น.....	16
ภาพที่ 6	ปูผัดผงกะหรี่.....	16
ภาพที่ 7	แกงจืด.....	16
ภาพที่ 8	ข้าวผัดกะเพรา.....	16
ภาพที่ 9	ข้าวมันไก่.....	16
ภาพที่ 10	ผัดไทย.....	16

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามเพศ.....	31
ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามระดับการศึกษา.....	32
ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามรายได้.....	32
ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามอาชีพ.....	32
ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	
จำแนกตามภูมิภาค.....	33
ตารางที่ 6 แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารไทยของคนญี่ปุ่น.....	33
ตารางที่ 7 ทักษะคิดของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย.....	34
ตารางที่ 8 ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย.....	36
ตารางที่ 9 อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด.....	39

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในรายได้หลักของประเทศ ในบางปีการเติบโตของการท่องเที่ยวนับเป็นครึ่งหนึ่งของอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจ (Pipat Luengnaruemitchai, 2018) ในประเทศไทยอาหารก็เป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งอาหารถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินมากที่สุดประมาณ 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดสำหรับการเดินทาง (วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์, ม.ป.ป.)

อาหารไทยเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของไทย เป็นศาสตร์และศิลป์ที่ละเอียดอ่อน ทั้งอาหารคาวหวานล้วนมีสูตรการปรุงเฉพาะตัว มีการเลือกสรรวัตถุดิบเครื่องปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งเครื่องเทศ สมุนไพร และเครื่องปรุงต่างๆ ไปจนถึงขั้นตอนการปรุง การจัดวาง และการตกแต่งที่ดึงดูดเด่นของส่วนประกอบในแต่ละเมนูออกมาได้เป็นอย่างดี ในอาหารหนึ่งจานนั้นประกอบด้วยรสชาติที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น รสเผ็ด เค็ม หวาน เปรี้ยว ฯ แต่ก็สามารถปรุงและผสมผสานทุกรสชาติให้เข้ากันได้ อย่างลงตัว อีกทั้งประเภทอาหารยังมีความหลากหลายทั้งต้ม ผัด แกง ทอดฯ ยกตัวอย่างเช่น แกงหนึ่งถ้วยประกอบด้วยเครื่องปรุงไม่รวมเนื้อสัตว์ไม่ต่ำกว่า 20 ชนิด ทั้งพริก ข่า ตะไคร้ กะทิ มะเขือ ใบมะกรูด โหระพา มะขาม และเครื่องเทศชนิดต่างๆ ซึ่งแต่ละอย่างมีคุณสมบัติที่สามารถหักล้างข้อเสียของวัตถุดิบอื่นไปในตัวได้ เช่น หมู ซึ่งหากรับประทานมากอาจทำให้อ้วน แต่ข่าและตะไคร้มีสรรพคุณช่วยระบายลมได้ ถือเป็น การหักล้างกันโดยปริยาย (สมศักดิ์ รารองคำ, 2015) อาหารไทยจึงไม่เพียงถูกปากคนไทยแต่ยังถูกใจผู้คนไปทั่วโลก จากการจัดอันดับของ CNN อาหารไทยติด Top 50 สุดยอดอาหารอร่อยจากทั่วโลก (World's 50 best foods) โดยมีแกงมัสมั่น ถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 1, ต้มยำกุ้ง อยู่ในอันดับที่ 8 และส้มตำอยู่ในอันดับที่ 46 อีกทั้งประเทศไทยยังติดอันดับ 10 ประเทศที่มีอาหารการกินที่ดีที่สุดในโลก (10 Countries with Best Food) โดยไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 8 อีกด้วย (CNN, 2017)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งในปี 2017 มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากถึง 1.54 ล้านคน โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2016 ร้อยละ 7.28 และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยประมาณ 67,512 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.67 มีค่าใช้จ่าย 5,353

บาทต่อคนต่อวัน (posttoday, 2018) เมื่อชาวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยแล้วจะต้องได้ลิ้มลองรสชาติของอาหารไทยอย่างแน่นอน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทยว่าหลังจากที่ได้บริโภคอาหารไทยไปแล้วนั้น มีทัศนคติอย่างไร พึงพอใจหรือไม่ ทั้งในด้านรสชาติ ราคา รูปลักษณ์ ฯลฯ เพื่อให้รู้ถึงรูปแบบการบริโภคอาหารไทยของคนญี่ปุ่น และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกครั้งในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย
- 2.2 เพื่อศึกษารูปแบบการบริโภคอาหารไทยของคนญี่ปุ่น

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย” ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 50 ราย ซึ่งจัดทำเป็นแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด ทำการเก็บข้อมูลในบริเวณสุขุมวิทกรุงเทพมหานคร และจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ทำการเก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2562

1.4 นิยามศัพท์

ทัศนคติ คือ ความเอนเอียงหรือแนวโน้ม (Predisposition) ของพฤติกรรมในการตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ และเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในรูปแบบของความชื่นชอบ (Favorable) หรือความไม่ชื่นชอบ (Unfavorable) (Allport, 2004)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย
- 1.5.2 เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการบริโภคอาหารไทยของคนญี่ปุ่นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยในประเทศไทย

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

นักวิชาการหลายคนได้ให้คำนิยามความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้มากมาย และความหมายของทัศนคติที่ถือว่าเป็นที่ยอมรับและได้รับอ้างอิงถึงบ่อยครั้ง ได้แก่ คำจำกัดความของออลพอร์ท (Allport) ที่กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความเอนเอียงหรือแนวโน้ม (Predisposition) ของพฤติกรรมในการตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ และเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในรูปแบบของความชื่นชอบ (Favorable) หรือความไม่ชื่นชอบ (Unfavorable)

ชิฟฟ์แมน และ คานุก์ (Shiffman and Kanuk, 2004) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พอใจหรือไม่พอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทัศนคติของบุคคลจะสะท้อนมุมมองของเขามีต่อสภาพแวดล้อม ขณะเดียวกันทัศนคติก็น่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล ทัศนคติไม่สามารถเห็นได้โดยตรงแต่ต้องวินิจฉัยจากสิ่งที่แต่ละบุคคลพูดหรือกระทำ

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Mun, 1971) ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่า “ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด”

ลูทซ์ (Lutz, 1991) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ เป็นการแสดงความรู้สึกที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคลในรูปแบบของความชื่นชอบหรือความไม่ชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทัศนคติจะเกิดจากการเรียนรู้ผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ หรือเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่เคยมีมา ซึ่งทัศนคติจะเป็นตัวทำนายแนวโน้มของการเกิดพฤติกรรมต่างๆ ได้ เพราะทัศนคติจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมเสมอ อีกทั้งทัศนคติที่เกิดขึ้นนั้น จะต้องมี ความคงที่สม่ำเสมอไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

กอร์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ท (Gordon W.Allport, 1897-1967) กล่าวว่า “เป็นภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะโต้ตอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง”

โฮวาร์ด เอช เคนด์เลอร์ (Howard H. Kendler, 1963) กล่าวว่า ทักษะคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถานการณ์ หรือแนวคิด

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960) ได้ให้ความหมายของคำว่าทักษะคติไว้ว่า “ทักษะคติ โดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น”

(เฉลียว บุรีภักดี, 2547) ให้ความหมายว่า ทักษะคติเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด ทักษะคติที่เรามีต่อสิ่งต่างๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่รับได้เพิ่มขึ้นแต่กระบวนการการเปลี่ยนแปลงอาจจะเร็วหรือช้าแล้วแต่ปัญหาชนิดทักษะคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

จากความหมายต่างๆ อาจสรุปได้ว่า ทักษะคติหมายถึง ทิศทางและปริมาณของความชอบ ไม่ชอบ การยอมรับ การปฏิเสธ สิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเรารวมไปถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึก และท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทักษะคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น มีธรรมชาติที่ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยาก โดยทักษะคติมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือ คิดว่าสิ่งใดดีก็จะมีทักษะคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทักษะคติที่ไม่ดี ต่อสิ่งนั้น ลูทซ์ (Lutz, 1991) ได้อธิบายว่า องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognition) หมายถึง ความเชื่อ (Beliefs) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยที่ ชิฟแมน และคานุก (Shiffman and Kanuk, 2004) ได้อธิบายเสริมต่อไปว่า ความรู้ (Knowledge) และการรับรู้ (Perceptions) ของบุคคล ที่เกิดขึ้นจากสวนประสมของประสบการณ์ (Experience) และข้อมูลข่าวสาร (Information) ของ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทั้งสองส่วนนั้นจะก่อตัวเป็นความเชื่อ (Beliefs) ที่จะป็นแนวโน้มในการเกิด พฤติกรรมที่สัมพันธ์กับความเชื่อนั้นต่อไป

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนๆ นั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน ลูทซ์ (Lutz, 1991) ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความรู้สึก (Emotional) ทั้งที่เป็นความรู้สึกในเชิงบวก (Positive) และเป็นความรู้สึกในเชิงลบ(Negative) โดยที่ ชิฟแมน และคานุก (Shiffman and Kanuk, 2004) ได้กล่าวไปในทำนองเดียวกันว่า คือ การประเมิน (Evaluation) สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยใช้ ความรู้สึก (Emotions or feelings) ในการตัดสินใจ โดยจะเป็นความรู้สึกใน

รูปแบบของความชื่นชอบ (Favorable) และความไม่ชื่นชอบ (Unfavorable) หรือความรู้สึกว่าดี (Good) และไม่ดี (Bad) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือการแสดงออกของ บุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก หรืออาจจะเรียกได้อีกแบบคือ องค์ประกอบด้านความโน้มเอียง (Conation) หมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรมรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นแล้วต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Lutz ซึ่ง แนวโน้มพฤติกรรมหรือพฤติกรรมที่ได้ทำไปแล้วนั้นเป็นผลซึ่งสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมุมมองทัศนคติแบบสามองค์ประกอบ (Tripartite view of attitude) นี้ ลูทซ์ (Lutz, 1991) ได้อธิบายว่า แต่ละองค์ประกอบนั้นจะเป็นส่วนเติมเต็ม (Integral) ซึ่งกันและกันในการเกิดทัศนคติ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยในแต่ละองค์ประกอบจะมีระดับของความชื่นชอบในลักษณะที่สัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากบุคคลมีความรู้ความเข้าใจหรือความเชื่อ (Cognition) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงแล้ว ก็จะส่งผลให้มีความรู้สึกชื่นชอบ (Affect) ต่อสิ่งนั้นในระดับสูงด้วย อันจะส่งผลให้เกิด แนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรม (Conation) ในลักษณะของการแสดงความชื่นชอบต่อสิ่งนั้นในระดับสูงด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ลักษณะที่สำคัญของทัศนคตินั้น อาจจะอธิบายอย่างง่าย ๆ คือ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของแต่ละคน ไม่ใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวเรามาตั้งแต่กำเนิด โดยทัศนคตินั้นเป็นสภาพทางจิตใจของมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความคิด การกระทำของ บุคคล และมีความคงทนถาวรพอสมควร อย่างไรก็ตามทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ จากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้ เรายังสามารถอธิบายพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของมนุษย์ โดยอิงจากหลักทฤษฎีทางทัศนคติ มีดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความตรงกันและความเหมือนกัน ทฤษฎีนี้หมายถึง การที่นาย ก. ชอบ นาย ข. และ นาย ข. ชอบสิ่งของ ค. จะมีแนวโน้มทำให้นาย ก. ชอบสิ่งของ ค. ซึ่งสังเกตถึงความสัมพันธ์ ว่าจะมีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดภาวะสมดุล แต่ถ้าบุคคลมีปัญหา ภาวะความไม่สมดุลแล้ว บุคคลก็จะพยายามแก้ปัญหาให้อยู่ในภาวะสมดุลได้หลายทาง เช่น เปลี่ยนความคิดตัวเองไม่ยอมรับเพื่อนคนนั้น พยายามลืมความขัดแย้ง

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งของความคิด ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติกลไก ของการปรับตัวของมนุษย์ ซึ่งสรุปว่ามนุษย์ไม่สามารถทนต่อสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ขัดแย้งหรือไม่ลงรอยกันคือ เมื่อใดมนุษย์มีสิ่งที่ยึดแย้งกัน มนุษย์จะพยายามหาทางขจัดความขัดแย้งนั้นให้หมดไป โดยที่บุคคลนั้นมีกิจกรรมและทิศทางให้บุคคลนั้นมีปฏิริยาไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งการทำกิจกรรมนั้นๆ จะทำให้ภาวะความไม่สบายใจจากความขัดแย้งของความคิดลดลงได้

3. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการปรับตัวให้เข้ากับสังคม ทฤษฎีนี้เชื่อว่า กระบวนการในการปรับตัวของบุคคลนั้น เกิดจากปฏิกริยาของทัศนคติของบุคคลนั้นกับ สิ่งแวดล้อม และในขบวนการของการเปลี่ยนทัศนคตินี้มีขั้นของขบวนการเกิดขึ้นสองขั้นคือ

ขั้นที่ 1 บุคคลจะตัดสินใจและให้การวินิจฉัยข่าวสารที่เขาได้รับใหม่ โดยเอาความรู้หรือ ข่าวสารที่เขาเคยได้รับมามีส่วนเกี่ยวข้องกันด้วย

ขั้นที่ 2 ทัศนคติเกิดขึ้นหลังจากการได้ทำการวินิจฉัยแล้ว หรือตัดสินใจแล้ว

ก. มิติของทัศนคติ

ฮันนา และ วอสเน็ค (Hanna and Wozniak, 2001) ได้กล่าวถึง มิติของทัศนคติ (Dimensions of attitudes) ไว้ว่า การเกิดทัศนคติของบุคคลนั้นจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละ มิติ ได้แก่ ทิศทาง (Valence) ความเข้มข้น (Intensity) และความเป็นศูนย์กลาง (Centrality) ซึ่งในแต่ละมิติมีรายละเอียด ดังนี้

มิติที่ 1 คือ ทิศทาง (Valence) โดยทัศนคตินั้นจะมีทิศทางไปในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นทิศทางในเชิงบวก (Positive) ซึ่งอาจหมายถึง ความชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือทิศทางในเชิงลบ (Negative) ซึ่งอาจหมายถึง ความไม่ชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

มิติที่ 2 คือ ความเข้มข้น (Intensity) หมายถึง การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งใน ระดับที่มากหรือน้อยต่างกัน โดยระดับความเข้มข้นของทัศนคติของบุคคลจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่น

มิติที่ 3 คือ ความเป็นศูนย์กลาง (Centrality) ซึ่งทัศนคติเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม (Values) และความเชื่อ (Beliefs) ของบุคคล โดยถ้าบุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ใกล้เคียงกับค่านิยมและความเชื่อของตัวเองมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ชื่นชอบต่อสิ่งนั้นๆ มากขึ้นเท่านั้น รวมถึงจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติของบุคคลนั้นได้ยากด้วยเช่นกัน

ข. การเกิดทัศนคติ

ชาร์ลส์ อาร์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster, 1960) ได้ให้แนวความคิดการเกิดของทัศนคติ ว่ามาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ (Experience) ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในบุคคล จากการได้พบเห็นคุ้นเคย ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) ก็กับการได้ยินได้ฟัง ได้เห็นรูปภาพ หรือได้อ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ แต่ไม่ได้พบเห็น ไม่ได้ทดลองกับของจริงด้วยตนเอง ซึ่ง

ถือเป็นประสบการณ์โดยอ้อม (Indirect Experience) และเนื่องจากทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลรับทราบ ดังนั้นบุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งที่เขาไม่มีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. ระบบค่านิยมและการตัดสินใจตามค่านิยม (Value System And Judgment) เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยม และมาตรฐานเกี่ยวกับความดีและความชอบไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงอาจมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันได้ ดังนั้นการที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดจะมี ทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือมีความรู้สึกว่ามีสิ่งใดผิดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ วัฒนธรรมค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นใช้ชีวิตร่วมอยู่ด้วย

ค. ทัศนคติเกิดจากแหล่งต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

ชาร์ลส์ อาร์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster, 1960) ได้อธิบายว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นโดยชั้นแรก เมื่อเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขึ้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปแบบของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมโยงทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือการติดต่อสื่อสารทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการติดต่อสื่อสารแทรกอยู่เสมอ จึงอาจจะกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นได้

ง. การแสดงออกของทัศนคติ

บุคคลจะแสดงออกของทัศนคติ 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. ทศนคติทางบวก (Positive Attitude) คือทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยา ในด้านดีต่อบุคคลอื่น ต่อเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อนโยบายหรือต่อองค์กร เช่น คนงานในโรงงาน อุตสาหกรรมจำนวนมาก ย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสภาพแรงงาน (Labor Unions) และพากันเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่สหภาพจัดขึ้นเสมอ เป็นต้น

2. ทศนคติทางลบ (Negative Attitude) คือทัศนคติที่เกิดขึ้นได้ในบุคคลทุกคน ได้แก่ มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อ องค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกระหองระแหง (Unpleasantness) หรือความไม่พอใจ (Dissatisfaction) คนงานบางคนอาจมีทัศนคติด้านลบต่อสภาพแรงงานซึ่งทัศนคติด้านลบนี้อาจก่อให้เกิดอคติขึ้นในใจของเขา เป็นสาเหตุให้คนงานนั้น ด่วนสรุปตัดสินถึงวัตถุประสงค์และการดำเนินงานของสหภาพอย่างมีอคติ โดยปราศจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงการช่วยเหลือด้านสวัสดิการคนงานของสหภาพฯ เป็นต้น

3. ทศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) คือทัศนคติที่บุคคลมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลหรือองค์กรสถาบัน อาจเป็นทัศนคติที่นิ่งเฉยก็ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง เช่นคนงานที่มีทัศนคติเฉยเมยต่อสภาพแรงงานนั้น อาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาโต้แย้งนั้นๆ รวมทั้งนโยบาย และกิจกรรมการดำเนินงานของสหภาพฯ เป็นต้น

จ. หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ

แดลเนียล แคทซ์ (Daniel Katz, 1960) ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติที่สำคัญไว้ 4 ประการ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของเขา และด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego - Defensive) โดยปกติในทุกขณะ คนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self - Image) ดังนี้ ทัศนคติจึง สามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัว โดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกดูถูกเหยียดหยาม หรือติฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้น เหนือกว่าผู้อื่น

การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ ทัศนคติจะมีใช้พัฒนาขึ้นมา จากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆ

โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้หนึ่งเอง และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้น ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้

ฉ. การวัดทัศนคติ

มีเทคนิควิธีการหลายวิธี ซึ่งแตกต่างกันออกไป วิธีการเหล่านี้ได้แก่

1. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีช่วงปรากฏเท่ากัน (Equal Appearing Intervals) วิธีสร้างขึ้นโดย Thurstone มีขั้นตอนในการสร้างคือ ขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคลให้ได้ ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อนำไปให้กรรมการพิจารณาให้ความคิดเห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้น โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างมากจำนวน 11 ดิกรี แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งได้จากการให้ดิกรีข้อความต่างๆ ทั้งหมดจากคณะกรรมการ

2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีลิเกิร์ต (Likert Method or Summated Rating) โดยการสร้างข้อความ (Attitude Statements) ขึ้นหลายๆข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษาการตอบแบบสอบถามนี้มีข้อให้เลือก 5 ข้อคือ 1. เห็นด้วยอย่างมาก 2. เห็นด้วย 3. ไม่แน่ใจ 4. ไม่เห็นด้วย 5. ไม่เห็นด้วยอย่างมาก การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้คะแนน 0-4 หรือ 1-5 การตีความหมาย ของคะแนนไม่แตกต่างกัน

3. การวัดทัศนคติโดยวิธีเทคนิคความหมายจำแนก (Scalegram Analysis) วิเคราะห์สเกลนี้เป็นวิธีการที่อธิบายถึงขบวนการในการประเมินผลกลุ่มข้อความกลุ่มหนึ่งๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้องในการสร้างสเกลโดยวิธีของ กัทท์แมน (Guttman) หรือไม่เท่านั้น ตามความคิดเห็นของ กัทท์แมน (Guttman) เชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคตินั้น ควรเลือกข้อความซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4. การวัดทัศนคติโดยวิธีเทคนิคความหมายจำแนก (Semantic Differential) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่างๆ ตามความคิดเห็น ของกลุ่มที่เราจะศึกษา

โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนก จะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ ซึ่งจะให้กลุ่มบุคคลที่ศึกษา ประเมินค่ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่าน้อย เช่น ดี-เลว ใหญ่-เล็ก ช้า-เร็ว เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ซึ่งตรงกันข้ามกันดังตัวอย่างที่กล่าวและมีลำดับของความ มาก-น้อย จากด้าน หนึ่งไปสู่อีกด้านหนึ่งทั้งหมด 7 อันดับ

2.2 นิยาม ประเภท องค์ประกอบของอาหารไทย

2.2.1 ความหมายของอาหาร

อาหาร หมายถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ทั้งนี้ไม่รวมยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ยาเสพติด ใให้โทษ เมื่อรับเข้าสู่ร่างกาย (ไม่ว่าจะเป็นการดื่ม การกิน หรือการฉีด ฯลฯ) แล้วเกิดประโยชน์แก่ร่างกาย โดย ให้ สารอาหาร อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง (พระราชบัญญัติอาหาร, 2522)

2.2.2 ประโยชน์และโทษของอาหาร

ประโยชน์และโทษของอาหารมีดังนี้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2555)

ก. อาหารรสหวาน

ข้อดี คือ น้ำตาลจัดอยู่ในอาหารจำพวกคาร์โบไฮเดรตที่ให้พลังงานกับร่างกายโดยทันที และส่งผลให้ รู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่า ช่วยส่งเสริมการทำงานของกระเพาะอาหารและม้ามอีกด้วย รสหวานมีสรรพคุณ ทานยา รักษาอาการปวดเกร็งกล้ามเนื้อ แก้อาการอ่อนเพลีย บำรุงกำลัง และแก้กระหายได้อีกด้วย

ข้อเสีย คือ เมื่อทานอาหารที่มีรสหวานมาก ๆ ก็จะส่งผลให้เกิดโรคเบาหวาน เพราะการได้รับ น้ำตาลมากเกินไป ร่างกายจะไม่สามารถควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดได้ และจะทำให้ร่างกายได้รับพลังงาน มากเกินไป ส่งผลให้อ้วน ทำให้เกิดอันตรายเสี่ยงต่อโรคหัวใจ โรคไต

ข. อาหารรสเผ็ด

ข้อดี คือ อาหารรสเผ็ดช่วยให้การทำงานของปอดและลำไส้เป็นไปตามปกติ กระตุ้นการไหลเวียนของ เลือด ช่วยขับเหงื่อ ขับลมในกระเพาะอาหารและลำไส้ และยังช่วยในกระบวนการเผาผลาญอาหารให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

ข้อเสีย คือ อาหารรสเผ็ดจัดก็สามารถก่อให้เกิดการระคายเคืองในกระเพาะอาหารได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้อาหารรสเผ็ดจำพวกเครื่องแกงมักมีส่วนผสมของเกลือ ผงชูรส ซึ่งมีโซเดียมอยู่มาก จึงเสี่ยงต่อการ เป็นโรคไต

ค. อาหารรสเค็ม

ข้อดี คือโซเดียมเป็นส่วนประกอบสำคัญของเกลือ ทำหน้าที่สำคัญในการควบคุมความสมดุลของของเหลวในร่างกาย รักษาความดันโลหิตให้อยู่ระดับปกติ ช่วยควบคุมระดับความเป็นกรด และต่างของเลือด ช่วยขับร้อน

ข้อเสีย คือ เมื่อร่างกายมีปริมาณโซเดียมจากเกลือสูงกว่าปกติ ร่างกายจะพยายามขับออกทางปัสสาวะ ส่งผลให้เราารู้สึกคอแห้ง กระหายน้ำ ร้อนใน หรือถ้าหากเป็นมากถึงขั้นภาวะขาดน้ำได้ นอกจากนี้ รสเค็มจะทำให้เลือดในร่างกายไหลเวียนช้าทำให้ความดันโลหิตสูง

ง. อาหารรสเปรี้ยว

ข้อดี คือ ความเปรี้ยวช่วยในการกระตุ้นตับและถุงน้ำดีให้ปล่อยน้ำย่อย ช่วยในการดูดซึมอาหารของร่างกาย ฟอกเลือด เป็นยาระบายอ่อน ๆ ช่วยขับเสมหะ และแก้เลือดออกตามไรฟันได้

ข้อเสีย คือ ทำให้ท้องเสีย ร้อนใน และระบบน้ำเหลืองในร่างกายมีปัญหา จึงทำให้แผลหายช้า

2.2.3 อาหารไทย

ก. นิยามอาหารไทย

อาหารแต่ละชาติไม่เหมือนกัน การทำอาหารขึ้นมาแล้วแต่ความสมบูรณ์ของผลผลิตในพื้นที่เหล่านั้น ผัก เนื้อสัตว์ วัตถุดิบ ที่ประกอบขึ้นมาเป็นอาหาร สมัยก่อนคนไทยรู้จักแค่ ปิ้ง ย่าง ไม่มีทอด ต้ม อาจจะมีน้อย แต่เมื่อมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม คนไทยฉลาดเอาของเหล่านั้นมารวมกันผสมผสานจนเกิดขึ้นมาเป็นอาหารที่อร่อยจากแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายในพื้นที่ (ศรสมร คงพันธุ์ อ่างถึงใน สิรินาฏ ศิริสุนทร, 2556: 20-21)

ข. ประเภทอาหารไทย

ประเภทของอาหารไทยโดยทั่วไป แบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ (พูนพิศ อมาตยกุล อ่างถึงใน สิรินาฏ ศิริสุนทร, 2556: 38-39)

1) อาหารประเภทเครื่องจิ้ม จำแนกออกเป็นน้ำพริก และหลน นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาถึงการใช้พืช ผัก มาเป็นของแถม โดยน้ำพริกแต่ละชนิดจะมีการเตรียมผักที่ต่างกัน มีทั้งผักดิบ และผักต้ม ผักต้มลวก ราดกะทิ ผักผัดน้ำมันและผักทอด ทั้งชุบแป้งและชุบไข่ทอด เช่น การ รับประทานผักต้มกะทิ ผักชุบไข่ทอดกับน้ำพริกกะปิ เป็นต้น

2) อาหารประเภทต้ม เช่น ต้มยำกุ้ง ต้มข่าไก่

3) อาหารประเภทผัด เป็นวิธีปรุงที่ได้รับอิทธิพลมาจากจีน แม้ไม่ใช่วิถีไทยดั้งเดิม แต่ได้เข้ามาแพร่หลายในไทยนานกว่าร้อยปี และมีการดัดแปลงผสมผสานจนเข้ากับวัฒนธรรมไทยเป็น อย่างดี

4) อาหารประเภทแกง อาจจำแนกแยกย่อยได้ตามจำนวนของเครื่องเทศที่ใช้ เช่น แกงเลียง จัดเป็นแกงที่มีเครื่องแกงน้อยที่สุดส่วนประกอบในเครื่องแกงมากที่สุด คือ แกงกะหรี่ แกงมัสมั่น เป็นต้น หรืออาจจำแนกได้จากการใช้หรือไม่ใช้กะทิในการปรุงอาหาร หรือการจำแนก ตามรสชาติของอาหาร เช่น แกงเผ็ด แกงส้ม ต้มจืด หรือแม้แต่การแบ่งตามสีของอาหาร เช่น แกงแดง แกงเขียวหวาน เป็นต้น

5) อาหารประเภทยำ และพล่า สามารถจำแนกย่อยได้ต่างกัน เช่น การจำแนกตามวิธีการ เตรียมอาหาร เช่น ถ้าทำเนื้อสัตว์ให้สุกจะจัดเป็นพวยกยำ ถ้าดิบๆ สุกๆ จะเรียกว่า พล่า โดยมี การใช้เครื่องเทศที่แตกต่างกันบ้างเพื่อดับกลิ่นคาวของเนื้อสัตว์ การจำแนกตามลักษณะของการปรุง เช่น ยำใส่กะทิ หรือมะพร้าวคั่ว ได้แก่ ยำถั่วพู ยำทวาย ยำห้วปลี ยำส้มโอ และยำไม้ใส่กะทิ ได้แก่ ยำใหญ่ ยำวุ้นเส้น ยำปลาตุ๋น นอกจากนี้ยังมีประเภทที่ เรียกว่า “ยำผัก” เช่น ส้มตำ

นอกจากนี้ยังมีวิธีการแบ่งประเภทของอาหารไทยจากหนังสือ แม่ครัวหัวป่าก์ แบ่งประเภทไว้ 7 ประเภท ตามลักษณะวิธีการทำอาหาร ดังนี้ (เปลี่ยน ภาสกรวงศ์, 2451 อ้างถึงใน สิรินาฏ ศิริสุนทร, 2556: 40-41)

หุงต้มข้าว อธิบายวิธีการหุงข้าวประเภทต่างๆ

ต้มแกง คืออาหารประเภทของเหลว รับประทานด้วยวิธีการคลุก ชด เช่น แกงคั่ว แกงเผ็ดไก่ แกงคั่วตะพาบน้ำ หรือต้มยำ

กับข้าวของงาน ประกอบด้วยอาหารหลายอย่าง ทั้งไทยแท้ ไทยผสม ดัดแปลงจากการทำของต่างประเทศมีทั้งลาว จีน แขก มีวิธีการทำหลากหลาย ทอด ย่าง

เครื่องจิ้ม เป็นอาหารสามัญประจำบ้านที่ใช้บริโภคกันทุกมื้อ อาหารประเภทเครื่องจิ้มจะต้องมีผักและปลาเป็นเครื่องแกล้ม เช่น ปลาร้า ปลาเจ่า กะปิพล่า และน้ำพริกผักปลาอย่าง ไตปลา ปลาหลน แสร้งว่า ผักที่ใช้ประกอบเครื่องจิ้มได้แก่ ผักดิบ ผักต้ม ผักลวก ผักเผา ผักผัด

ของหวาน ซึ่งของหวานไทยมีส่วนประกอบจากแป้ง น้ำตาล มะพร้าว กะทิ และไข่ เช่น ทองเอก ทองหยิบ ฝอยทอง ทองม้วน ขนมชั้น ขนมใส่ไส้ บ้าบิ่น

ผลไม้ที่มีตามฤดูกาล ซึ่งหากเป็นบุคคลชั้นสูงจะรับประทานผลไม้ด้วยการปอก คั่ว และ แกะสลักให้ประณีต บรรจง

อาหารว่าง เป็นของรับประทานกลางวัน บ่าย ค่ำ ระหว่างเวลาอาหารเช้าหรือเย็น มีทั้งคาว และหวาน

ค. วิวัฒนาการอาหารไทย

หากจัดแบ่งวิวัฒนาการอาหารไทยตามช่วงเวลา จะพบว่าอาหารไทยมีจุดกำเนิดพร้อมกับการตั้งชนชาติไทย และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงปัจจุบัน ความเป็นมาของอาหารไทยยุคต่างๆ สรุปได้ดังนี้ (กอบแก้ว นางพินิจ อ่างถึงโน สิรินาฏ ศิริสุนทร, 2556: 42-43)

1) สมัยสุโขทัย อาหารไทยในสมัยสุโขทัยได้อาศัยหลักฐานจากศิลาจารึกและวรรณคดีสำคัญคือไตรภูมิพระร่วงของพญาลิไทที่ได้กล่าวถึงอาหารไทยในสมัยนี้ว่า มีข้าวเป็นอาหารหลัก โดยกินร่วมกับเนื้อสัตว์ ที่ส่วนใหญ่ได้มาจากปลา มีเนื้อสัตว์อื่นบ้าง การปรุงอาหารได้ปรากฏคำว่า “แกง” ในไตรภูมิพระร่วงที่เป็นที่มาของคำว่าข้าวหม้อแกงหม้อ ผักที่กล่าวถึงในศิลาจารึก คือ แพง แดงและน้ำเต้า ส่วนอาหารหวานก็ใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน เช่น ข้าวตอกและน้ำผึ้ง ส่วนหนึ่งนิยมกินผลไม้แทนอาหารหวาน

2) สมัยอยุธยา สมัยนี้ถือว่าเป็นยุคทองของอาหารไทย ได้มีการติดต่อกับชาวต่างประเทศมากขึ้นทั้งชาวตะวันตกและตะวันออก จากบันทึกเอกสารของชาวต่างประเทศพบว่าคนไทยกินอาหารแบบเรียบง่าย ยังคงมีปลาเป็นหลัก มีต้ม แกง และคาดว่ามีการใช้น้ำมันในการประกอบอาหาร แต่เป็นน้ำมันจากมะพร้าว และกะทิมากกว่าไขมันหรือน้ำมันจากสัตว์มาปรุงอาหาร อย่างไรก็ตาม หลักฐานจากการบันทึกของบาทหลวงชาวต่างชาติที่แสดงให้เห็นว่าอาหารของชาติต่าง ๆ เริ่มเข้ามามากขึ้นในสมเด็จพระนารายณ์ เช่น ญูปูน โปรตุเกส เหล้าองุ่นจากสเปน เปอร์เซีย และฝรั่งเศส สำหรับอิทธิพลของอาหารจีนนั้นคาดว่าเริ่มมีมากขึ้นในช่วงยุคกรุงศรีอยุธยาตอนปลายที่ไทยตัดสัมพันธ์กับชาติตะวันตก ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าอาหารไทยในสมัยอยุธยาได้รับเอาวัฒนธรรมจากอาหารต่างชาติโดยผ่านทางกรรมสัมพันธ์ไมตรีทั้งทางการทูตและทางการค้ากับประเทศต่างๆ และจากหลักฐานที่ปรากฏทางประวัติศาสตร์ว่าอาหารต่างชาติส่วนใหญ่แพร่หลายอยู่ในราชสำนัก ต่อมาจึงกระจายสู่ประชาชน และกลมกลืนกลายเป็นอาหารไทยไปในที่สุด

3) สมัยธนบุรี พบความต่อเนื่องของวัฒนธรรมอาหารไทย จากกรุงสุโขทัยมาถึงสมัยอยุธยา และสมัยกรุงธนบุรี และยังเชื่อว่าเส้นทางอาหารไทย คงจะเชื่อมจากกรุงธนบุรีไปยังสมัยรัตนโกสินทร์ โดยผ่านทางหน้าที่ราชการและสังคมเครือญาติ และอาหารไทยสมัยกรุงธนบุรีน่าจะคล้ายคลึงกับสมัยอยุธยา แต่ที่พิเศษเพิ่มเติมคือมีอาหารประจำชาติจีน

4) สมัยรัตนโกสินทร์ การศึกษาความเป็นมาของอาหารไทยในยุครัตนโกสินทร์นี้ได้จำแนกตามยุคสมัยที่นักประวัติศาสตร์ได้กำหนดไว้ คือ ยุคที่ 1 ตั้งแต่ สมัยรัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 3 และยุคที่ 2 ตั้งแต่ สมัยรัชกาลที่ 4 จนถึง รัชกาลปัจจุบัน ดังนี้ พ.ศ. 2325-2394 อาหารไทยในยุคนี้เป็นลักษณะเดียวกันกับสมัยธนบุรี แต่มีอาหารไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 ประเภท คือ นอกจากมีอาหารคาว อาหารหวานแล้วยังมีอาหารว่างเพิ่มขึ้น ในช่วงนี้อาหารไทยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอาหารของประเทศจีนมากขึ้น และมีการปรับเปลี่ยนเป็นอาหาร

ไทยในที่สุด จากจดหมายความทรงจำของกรมหลวงนรินทรเทวี ที่กล่าวถึงเครื่องตั้งสำหรับคาวหวานของ พระสงฆ์ ในงานสมโภชน์ พระพุทธมณีรัตนมหาปฏิมากร(พระแก้วมรกต) ได้แสดงให้เห็นว่ารายการอาหาร นอกจากจะมีอาหารไทย เช่น ผัก น้ำพริก ปลาแห้ง หน่อไม้ผัด แล้วยังมีอาหารที่ปรุงด้วยเครื่องเทศแบบอิสลาม และมีอาหารจีนโดยสังเกตจากการใช้หมูเป็นส่วนประกอบ เนื่องจากหมูเป็นอาหารที่คนไทยไม่นิยมแต่จีนนิยม

ง. อาหารไทยที่เป็นที่นิยม

เรื่องเล่าเหล่านี้ (2560 อ้างถึงใน CNN TRAVEL, 2017) ได้จัดทำรายการพิเศษแนะนำอาหารไทย ที่ผูกพันกับคนไทยมาช้านาน จนเป็น 40 เมนูอาหารไทยที่พลาดไม่ได้ มีดังนี้

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1.ต้มยำกุ้ง | 2.แกงส้ม |
| 3.แกงเขียวหวาน | 4.พะแนงไก่ |
| 5.แกงมัสมั่น | 6.ปูดผัดกะทรี |
| 7.แกงจืด | 8.จิ้มจุ่ม |
| 9.ข้าวหน้าเป็ด | 10.ไข่เจียวหมูสับ |
| 11.ข้าวเหนียวหมูπίง | 12.หมูแดดเดียว |
| 13.ยำคอหมูย่าง | 14.ไก่ย่าง |
| 15.ข้าวขาหมู | 16.ข้าวหมกไก่ |
| 17.ข้าวหมูแดง | 18.ข้าวมันไก่ |
| 19.น้ำตกหมู | 20.ลาบหมู |
| 21.ผัดกะเพราไก่ไข่ดาว | 22.ไก่ผัดเม็ดมะม่วง |
| 23.ปลากะพงนึ่งมะนาว | 24.ปลาทอด |
| 25.ปลาเผา | 26.ยำปลาดุกฟู |
| 27.ส้มตำ | 28.ขนมจีน |
| 29.ไก่ผัดขิง | 30.ผัดผักบุ้งน้ำมันหอย |
| 31.น้ำพริกกะปิ | 32.ผัดซีอิ้ว |

33. ผัดไทย

34. ก๋วยเตี๋ยวเรือ

35. ก๋วยเตี๋ยวเนื้อเส้นเล็ก

36. ก๋วยจั๊บน้ำใส

37. ก๋วยเตี๋ยวหลอด

38. ซาเต๋

39. ข้าวเหนียวมะม่วง

40. ส้มตำ



ภาพที่ 1 ต้มยำกุ้ง

ที่มา : twitter.com/hastag/ต้มยำกุ้งกะทิ (2561)

ภาพที่ 2 แกงส้ม

ที่มา : www.maeban.co.th (2561)

ภาพที่ 3 แกงเขียวหวาน

ที่มา : www.wongnai.com (2561)

ภาพที่ 4 พะเนียงไก่

ที่มา : sites.google.com (2561)



ภาพที่ 5 แกงมีสมัน

ที่มา : www.thaistreetfood.net (2561)



ภาพที่ 6 ปูผัดผงกะหรี่

ที่มา : mortarchefs.wordpress.com (2561)



ภาพที่ 7 แกงจืด

ที่มา : <http://foods6957.blogspot.com> (2561)



ภาพที่ 8 ข้าวผัดกระเพรา

ที่มา : www.yokmaneefoodmarket.com (2561)



ภาพที่ 9 ข้าวมันไก่

ที่มา : <http://เมนู.net> (2561)



ภาพที่ 10 ผัดไทย

ที่มา : www.thaistreetfood.net (2561)

2.3 นโยบายและมาตรการ

2.3.1 ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ก. วิสัยทัศน์ (Vision)

“มุ่งพัฒนาและบูรณาการด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา สร้างเสริมความเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ”

ข. เป้าหมาย (Goal)

เป้าหมายของยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564) เป็นเป้าหมายที่เน้นการ พัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาในมิติที่สำคัญต่างๆ โดยเป้าหมาย(Goal)ของการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ คือ “การพัฒนาและบูรณาการตามมิติราชการ (Function Base) มิติยุทธศาสตร์ (Agend Baseและมิติพื้นที่ (Area Base)” โดยสามารถแยกออกเป็นเป้าหมายย่อยที่สอดคล้องตามพันธกิจข้างต้น และเป็นรากฐานของการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues) ของยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564) ดังนี้

1) นโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาประสบความสำเร็จในการพัฒนาแหล่งสินค้า บริการและการอำนวยความสะดวกในตลาดการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างมีความสมดุลและยั่งยืน และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศในภาพรวม

2) การจัดสรรทรัพยากรเพื่อการดำเนินงานของทุกภาคส่วนนั้นเป็นไปอย่างสมดุลและเพียงพอ การกระจาย การพัฒนานั้นเป็นไปอย่างทั่วถึงระดับพื้นที่ทำให้ชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันและได้รับโอกาสจากตลาดการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างทั่วถึง

3) บุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในตลาดการท่องเที่ยวและกีฬามีคุณภาพและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนได้รับปัจจัยสนับสนุนและมาตรฐานต่างๆที่จำเป็นในการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาของประเทศประสบความสำเร็จในระดับสากล

4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ ผ่านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการบริหารและให้บริการตลอดจนการพัฒนาองค์ความรู้ และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆอย่างเป็นระบบ

5) การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง และทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาได้อย่างแท้จริง

ค. ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues)

1) ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาแหล่ง สินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาด

ประการที่หนึ่ง พัฒนาแหล่งสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวบนฐานของความสมดุลและยั่งยืน โดยการเน้นการยกระดับมาตรฐานของในสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีศักยภาพ พร้อมกับการกระจายความเจริญเติบโตไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพแหล่งรองเพื่อเป็นการรักษาสมดุลเชิงพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างความยั่งยืนของแหล่งสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่อาศัยทรัพยากรด้วยการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล

ประการที่สอง ส่งเสริมและพัฒนาด้านการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อรองรับการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว เพิ่มความปลอดภัยและมั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยวด้วยการปรับปรุง พัฒนา ยกระดับมาตรการวิธีการ การดำเนินการด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

ประการที่สาม ส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่เวลาและกลุ่มตลาด โดยการใช้ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ความเป็นไทยประสานกับการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระจายการท่องเที่ยวในมิติเชิงพื้นที่ เวลาในกลุ่มตลาด การเสริมสร้างภาพลักษณ์ท่องเที่ยวไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพการสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างประเทศกับรักวิถีไทย การเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพทั้งชาวไทยและต่างชาติ การกระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และเวลาท่องเที่ยว การกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลักการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าทางการท่องเที่ยว และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาด

2.3.2 ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก

ก. คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เสนอ ดังนี้

1) เห็นชอบทิศทางการพัฒนา และ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก พ.ศ. 2559-2564 ที่มีการบูรณาการตลอดห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าอาหารและบริการด้านอาหาร ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์พัฒนาสินค้าอาหาร ยุทธศาสตร์พัฒนาธุรกิจบริการอาหาร และยุทธศาสตร์พัฒนาปัจจัยสนับสนุนที่ครอบคลุมการผลิตและ

ส่งออกสินค้าอาหารและธุรกิจบริการด้านอาหาร ให้มีคุณภาพมาตรฐานสากล และมีความปลอดภัยบนพื้นฐานของความยั่งยืน และมั่นคงทางอาหารของประเทศ

2) เห็นชอบข้อเสนอการปรับปรุงโครงสร้างองค์ประกอบของคณะกรรมการอาหารแห่งชาติเพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลกที่มีความคล่องตัวและสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบครบวงจร

3) เห็นชอบให้มีการบูรณาการงบประมาณ เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตาม (ร่าง) ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก (พ.ศ. 2559-2564) โดยมอบหมายให้สำนักงบประมาณ (สงป.) เร่งบรรจุในกรอบยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถดำเนินการกิจกรรมเร่งด่วนได้ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 และสำหรับปีงบประมาณ 2560-2564 ให้มีการกำหนดประเด็นครัวไทยสู่โลกไว้ในกรอบการบูรณาการงบประมาณ เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมตาม (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีบูรณาการต่อไป

ข. (ร่าง) ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก พ.ศ.2559-2564 สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1) การพัฒนา “ครัวไทยสู่โลก” มีขอบเขตอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด “From Farm to Table” ครอบคลุมเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร และครอบคลุมถึงธุรกิจหรือกิจกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง เช่น การตรวจสอบประเมินมาตรฐานธุรกิจโลจิสติกส์อาหาร และกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งให้ “ประเทศไทยเป็นผู้นำในการผลิตและส่งออกสินค้าอาหาร และการบริการด้านอาหารอันดับ 1 ใน 10 ของโลกที่มีความปลอดภัยและสุขอนามัยสูง มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล”

2) (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าอาหาร ยุทธศาสตร์พัฒนาธุรกิจบริหารอาหารและยุทธศาสตร์พัฒนาปัจจัยสนับสนุน

ค. กลไกการขับเคลื่อน

1) ปรับปรุงโครงสร้างองค์ประกอบของคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ ประกอบด้วย ประการที่หนึ่ง นายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมาย เป็นประธาน ประการที่สอง ฝ่ายเลขานุการร่วม จาก 4 หน่วยงานหลัก ได้แก่ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม (หรือผู้อำนวยการสถาบันอาหาร) ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และผู้อำนวยการสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

ประการที่สาม กรรมการ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ 13 คนเอกชน 2 คน

ประการที่สี่ คณะกรรมการอาหารแห่งชาติเป็นคณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ดังนั้น การปรับปรุงโครงสร้างองค์ประกอบคณะกรรมการดังกล่าวต้องมีการแก้ไขพระราชบัญญัติคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ พ.ศ. 2551 ก่อน ซึ่งขณะนี้ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการอาหารแห่งชาติชุดปัจจุบันหมดวาระไปแล้ว จึงยังไม่สามารถดำเนินการแก้ไขพระราชบัญญัติฯ เพื่อปรับปรุงองค์ประกอบคณะกรรมการฯ ได้กำหนดให้มีการจัดตั้งสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการอาหารแห่งชาติอย่างเป็นทางการ

ง. แผนที่นำทางการขับเคลื่อน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ

- 1) ระยะแรก (ปีงบประมาณ 2559) เป็นระยะเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการ โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาเร่งด่วน และการวางพื้นฐานและปรับโครงสร้างกลไกที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ
- 2) ระยะที่สอง (ปีงบประมาณ 2560-2562) เป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากระยะแรก โดยเน้นการดำเนินการตามกลยุทธ์ต่างๆที่ได้กำหนดแล้วเสร็จในระยะแรก
- 3) ระยะที่สาม (ปีงบประมาณ 2563-2564) เป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากระยะที่สองโดยมุ่งเน้นการปรับปรุงระบบมาตรฐาน และการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ

2.4 ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย บริเวณละติจูดที่ 13.45 องศาเหนือ ลองจิจูด 100.28 องศาตะวันออก โดยเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร และมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้

2.4.1 ภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือ จะค่อยๆ ลาดเอียงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ตั้งอยู่บนพื้นที่ซึ่งในทางภูมิศาสตร์เรียกว่าบริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา (Alluvium) โดยเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย (The Lower General Plain of Thailand) เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวและพืชประเภทต่างๆ

2.4.2 ภูมิอากาศ

อุณหภูมิกรุงเทพมหานครนั้นมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น โดยอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ชนิด ได้แก่ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งก่อให้เกิดฤดูกาลที่แตกต่างกัน 3 ฤดู ได้แก่ ฤดูร้อน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน , ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม – เดือนตุลาคม , ฤดู

หนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – เดือนมกราคม อุณหภูมิทั้ง 3 ฤดูจะแตกต่างกัน แต่ค่าเฉลี่ยจากการวัด ณ สถานีตรวจอากาศ กรุงเทพมหานคร ปี 2545 จะอยู่ที่ 29.2 องศาเซลเซียส โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 38 องศาเซลเซียส และต่ำสุดเท่ากับ 19.2 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ของกรุงเทพมหานครจะมีค่าสูงเกือบตลอดปี เนื่องจากกรุงเทพมหานครตั้งอยู่ใกล้อ่าวไทย ซึ่งมีไอน้ำพัดเข้าถึงสม่ำเสมอ ซึ่งจากการวัด ณ ปี พ.ศ. 2545 เช่นกัน ความชื้นสัมพัทธ์ของกรุงเทพมหานครจะมีค่าเฉลี่ยร้อยละ นวิสัย ทิศนวิสัยของกรุงเทพมหานครเมื่อเวลา 07.00 น. จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.6-8.0 กิโลเมตรปริมาณฝน ค่าเฉลี่ยปริมาณน้ำฝน ณ สถานีตรวจอากาศกรุงเทพมหานคร ณ ปี พ.ศ. 2545 คือ 1,878.3 มิลลิเมตร และมีค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ฝนตกปีละ 146 วัน

2.4.3 ทรัพยากรธรรมชาติ

ก. **ทรัพยากรน้ำแหล่งน้ำผิวดิน** กรุงเทพมหานครอุดมไปด้วยน้ำผิวดิน ได้แก่ น้ำในลุ่มน้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำต่างๆ ตลอดจนลำคลองที่แยกสาขาไปจากแม่น้ำจำนวนมาก แต่ปัจจุบัน เริ่มมีความไม่สมดุล ของความต้องการใช้น้ำ และปริมาณน้ำที่เก็บ เกิดปัญหาด้านการระบายน้ำ ได้แก่ ปัญหาน้ำท่วม น้ำขัง อันเนื่องมาจากขาด การบริหารจัดการ น้ำที่ตีแหล่งน้ำใต้ดิน ชั้นน้ำใต้ดินบริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถแบ่งได้เป็น 8 ชั้นตลอดความลึก 550 เมตร โดยการใช้ส่วนใหญ่สูบจากชั้นใต้ดิน สถิติการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2525 พบว่า กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง มีการสูบน้ำบาดาล มาใช้ถึงประมาณ 1.4 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งการสูบน้ำใต้ดินที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมากขึ้น ทำให้เกิดผลกระทบ ต่อสภาพแวดล้อม เช่น การรุกรานของน้ำเค็ม การลดลงของปริมาณน้ำใต้ดิน การเปลี่ยนแปลงของ คุณภาพน้ำใต้ดิน และผลกระทบที่สำคัญ คือ แผ่นดินทรุดตัว ซึ่งจากการศึกษาวิจัยเมื่อปี พ.ศ. 2521 พบว่ากรุงเทพมหานคร มีการทรุดตัวมาก ด้านตะวันออกของเมือง ได้แก่ บริเวณลาดพร้าว หัวหมาก พระโขนง บางนา ในอัตราการทรุดตัวปีละมากกว่า 10 เซนติเมตร บริเวณตอนกลางของเมืองมีอัตราการทรุดตัวปีละ 5-10 เซนติเมตร และด้านตะวันตกจะมีอัตราการทรุดตัวน้อยกว่า 5 เซนติเมตร โดยบริเวณต่ำสุดของพื้นดินกรุงเทพมหานคร คือ บริเวณมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งจากการสำรวจ ของกรมแผนที่ทหารเมื่อปี พ.ศ. 2525 พบว่าหมุดหลักฐานของบริเวณดังกล่าวอยู่ต่ำกว่าระดับน้ำทะเลปานกลาง 4 เซนติเมตร แต่หลังจากมีมาตรการควบคุมการสูบน้ำบาดาลในปี พ.ศ. 2526 เป็นต้นมา ระดับน้ำบาดาลของ กรุงเทพมหานครในบริเวณต่างๆ ได้เพิ่มสูงขึ้น ทำให้อัตราการทรุดตัวของพื้นดินลดลง โดยผลการศึกษาสำรวจ ครั้งหลังสุด ของสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เมื่อปี พ.ศ. 2544 รายงานว่า สถานการณ์โดยรวม ของแผ่นดินทรุด ในเขตกรุงเทพมหานครดีขึ้น กล่าวคือ อัตราการทรุดตัวอยู่ที่ประมาณปีละ 1 เซนติเมตร ยกเว้นเขตตอนเมืองที่มีอัตราการทรุดตัวอยู่ระหว่าง 3-5 เซนติเมตรต่อปี และเขตหนองจอกมีอัตราการทรุดตัวอยู่ระหว่าง 2-3 เซนติเมตรต่อปี ส่วนปริมณฑลรอบกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร มีอัตราการทรุดตัวอยู่ระหว่าง 2-5

เซนติเมตรต่อปี โดยสถิติการใช้หน้าบาดาลของกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2544 มีจำนวน 567.935 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

ข. ทรัพยากรดิน จากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องดินของผู้เชี่ยวชาญระบุว่าชนิดของดินในเขตกรุงเทพ ได้แก่ ดินเหนียวกรุงเทพ (Bangkok Clays) ซึ่งพบอยู่ตามบริเวณที่ราบดินดอนสามเหลี่ยมลุ่มน้ำเจ้าพระยา แม่น้ำกลอง บางปะกง และสาขาอื่นๆ ของแม่น้ำเจ้าพระยาเหมาะในการปลูกข้าวนาดำ หากยกท้องร่องสูงก็จะใช้ทำสวนผักสวนผลไม้ได้ดินนับเป็นดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร

ค. ทรัพยากรพืชพันธุ์ไม้ กรุงเทพมหานครนั้นตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ห่างจากปากแม่น้ำ ที่ไหลลงสู่อ่าวไทยประมาณ 30 กิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่ บริเวณชานเมือง จะเป็นพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าว มีการปลูกผัก ผลไม้ และทำสวนประเภทต่างๆ ในพื้นที่ด้านใน และสำหรับด้านไต้้นั้น เป็นพื้นที่ป่าชายเลน เหมาะแก่ การทำประมงชายฝั่ง ประเภทเลี้ยงกุ้ง หอย ปู ปลา

2.4.4 ความเป็นมาของเมืองและการขยายตัวของเมือง

กรุงเทพมหานครเมื่อครั้งที่ได้รับการสถาปนาให้เป็นเมืองหลวงแห่งใหม่ของประเทศในรัชสมัยของพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก หรือรัชกาลที่ 1 แห่งราชวงศ์จักรีนั้น มีพื้นที่เมืองประมาณ 2,589 ไร่ (4.14 ตารางกิโลเมตร) เท่านั้น สำหรับจำนวนประชากรไม่มีหลักฐานชัดเจน โดยประชาชนอาศัยอยู่ในเขตกำแพงเมืองและริมแม่น้ำลำคลองใกล้เคียงกับกำแพงเมือง นอกนั้นเป็นที่ลุ่มและป่ารกกว้างว่างเปล่า ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ประชากรในเขตกำแพงเมืองเพิ่มมากขึ้น จึงโปรดให้ขยายเมืองออกไปอีกชั้นหนึ่ง ด้วยการขุดคลองผดุงกรุงเกษมเป็นคูเมืองชั้นนอก มีป้อมปราการตั้งอยู่เป็นระยะ เปลี่ยนระบบการสัญจรทางน้ำมาเป็นทางบก โดยการสร้างถนนเจริญกรุง บำรุงเมือง เพ็ญนคร ถนนสีลม ชุมชนได้ขยายมาทาง ทิศใต้ของเมือง มีการก่อสร้างอาคาร ร้านค้าตามแบบตะวันตก ซึ่งมีหลักฐานว่าในปี พ.ศ. 2443 นั้นพื้นที่เมืองมีประมาณ 8,330 ไร่ (13.32 ตารางกิโลเมตร) โดยมีประชากรประมาณ 600,000 คน และในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ได้ทรงขยายเมืองออกไปทางทิศเหนือ ด้วยการสร้างพระราชวังดุสิต สวนและวังต่างๆ พระราชทานแก่สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอหลายพระองค์ เช่น วังจันทร์เกษม สวนปารุสกวัน สวนจิตรลดา สวนอัมพร สวนสุนันทา ฯลฯ นอกจากนี้แล้วยังมีการสร้างถนน สะพาน สิ่งก่อสร้างต่างๆ ขุดคลองเพื่อเป็นเส้นทางคมนาคมการขนส่งผลผลิตและการเพาะปลูก ตลอดจนการก่อสร้างเส้นทางรถไฟ และระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น การประปา ไปรษณีย์ ฯลฯ

หลังจากที่กรุงเทพมหานครได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพเป็นอย่างมากในสมัยรัชกาลที่ 4-5 เป็นต้นมานั้น เมืองได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งด้านพื้นที่เมืองและประชากร ดังจะเห็นได้ว่าจำนวนประชาชนของกรุงเทพมหานคร เพิ่มจากจำนวน 1 ล้านคนแรกเป็น 2 ล้านคนในเวลาประมาณ 10 ปี จาก 2 ล้านคนเป็น 3 ล้านคนในเวลา 8 ปี จาก 3 ล้านคนเป็น 4 ล้านคนในเวลาประมาณ 7 ปี และ 4 ล้านคนเป็น 5

ล้านคนในเวลาประมาณ 5 ปีเท่านั้น ทั้งๆ ที่อัตราเพิ่มสุทธิของจำนวนประชากรลดลง แสดงให้เห็นว่าการขยายตัวของกรุงเทพมหานครอย่างรวดเร็วนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการอพยพย้ายถิ่นของประชากร และสำหรับพื้นที่เมื่อนั้นสามารถแยกพิจารณาได้ 2 ประเด็น ได้แก่ พื้นที่ตามขอบเขตการปกครอง และพื้นที่ความเป็นเมือง (Built-up Area) ซึ่งในการศึกษาเรื่องการขยายตัวของเมื่อนั้น พื้นที่ความเป็นเมือง (Built-up Area) จะแสดงให้เห็น ความเป็นจริงของกิจกรรมเมืองที่เกิดขึ้นได้มากกว่าขอบเขตการปกครอง และจากการศึกษาของสำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร โดยตรวจสอบจากภาพถ่ายทางอากาศในปี พ.ศ.ต่างๆ พบว่า ในปี พ.ศ. 2510 กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ชุมชน (Urbanized Area) ประมาณ 143.42 ตารางกิโลเมตร โดยเมืองได้ขยายตัวออกไปทางด้านทิศใต้ถึงสมุทรปราการ ทางด้านเหนือไปถึงจังหวัดนนทบุรี ด้านตะวันออกอยู่บริเวณเขตธนบุรี และพื้นที่ติดต่อกัน และทางด้านตะวันออกเฉียงใต้ขยายตัวไปตามแนวถนนสุขุมวิทและจากการศึกษาภาพถ่ายทางอากาศในปีต่อมาเป็นช่วงๆ ได้แก่ ปี พ.ศ. 2529 และ พ.ศ. 2538 และ พ.ศ. 2543 ได้พบว่าพื้นที่ความเป็นเมืองได้ขยายตัวออกไปรวดเร็วมาก เป็นจำนวน 347.39 , 585.54 และ 672.339 ตารางกิโลเมตรตามลำดับ โดยทิศทางการขยายตัวของเมืองได้ครอบคลุมจุดพื้นที่จังหวัดต่างๆ ในบริเวณปริมณฑลและอยู่ในแนวทางด้านตะวันออกและด้านเหนือของศูนย์กลางเมืองเดิม และเป็นการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่เกษตรกรรมมาเป็นพื้นที่อยู่อาศัยพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม เพื่อให้บริการ ชุมชนโดยรอบพื้นที่ดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่

2.4.5 เศรษฐกิจและสังคม

ก.โครงสร้างทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมของกรุงเทพมหานคร ในสาขาการผลิตหลัก 3 สาขา ได้แก่ สาขาปฐมนุฎมิ ทุติยภูมิ และตติยภูมิ ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ปรากฏว่ากรุงเทพมหานครมีผลิตภัณฑ์มวลรวมมากที่สุด ในสาขาคติยภูมิ (กลุ่มสาขาการผลิตที่ประกอบด้วยคมนาคมและการสื่อสาร, การค้าปลีก, การธนาคาร, ประกันภัยและอสังหาริมทรัพย์ ที่อยู่อาศัย บริหารราชการและการป้องกันประเทศ การบริการ) สาขารองลงมาคือ ทุติยภูมิ (กลุ่มสาขาการผลิตที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมก่อสร้าง และไฟฟ้า ประปา) สำหรับสาขาปฐมนุฎมิ (กลุ่มสาขาการผลิตที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ ได้แก่ กสิกรรม ปศุสัตว์ ประมง เหมืองแร่ และย่อยหิน มีสัดส่วนน้อยที่สุดไม่ถึงร้อยละ 1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของกรุงเทพมหานครและเมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์มวลรวมจำแนกตามสาขาการผลิตย่อย จะเห็นว่าโครงสร้างทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครมีภาคอุตสาหกรรมเป็นแกนนำ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 และมีอัตราขยายตัวต่อเนื่องตลอดมา

ข.อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2537 กรุงเทพมหานครมีอัตราการขยายตัวของสาขาการผลิตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 13.08 และไม่มีการผลิตใดมีอัตราการขยายตัวติดลบเลย โดยมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีสูงสุด คือ ร้อยละ 36.91 ในสาขาการธนาคาร ประกันภัย และอสังหาริมทรัพย์หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ของกรุงเทพมหานครในช่วงปี 2537-2541 เริ่มติดลบ คือ เฉลี่ยปีละ 2.26 โดยสาขาการผลิตที่หดตัวมากที่สุด คือ สาขาการธนาคาร ประกันภัยและอสังหาริมทรัพย์ และอีกสาขาหนึ่งที่ติดลบมาก คือ สาขาการค้าส่งค้าปลีก

ค.โครงสร้างการจ้างงาน

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้มีงานทำในสาขาที่สำคัญ 3 สาขา คือ พาณิชยกรรม บริการ และอุตสาหกรรม รวมกันถึงกว่าร้อยละ 80 และเมื่อดูสัดส่วนของผู้มีงานทำของกรุงเทพมหานคร เทียบกับสัดส่วนผู้มีงานทำในภาคมหานคร พบว่ากรุงเทพมหานครยังคงเป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญของภาคมหานครผู้มีงานทำในภาคมหานครเป็นผู้มีงานทำในกรุงเทพมหานครทั้งหมดร้อยละ 67.52 ในปี พ.ศ. 2537 และร้อยละ 66.13 ในปี พ.ศ. 2542

ง.การจ้างงานและจำนวนผู้มีงานทำ

ในปี พ.ศ. 2542 มีสาขาประกอบการทั้งประเทศ 362,683 แห่ง โดยเป็นสถานประกอบการที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลถึงร้อยละ 54 โดยอยู่ในกรุงเทพมหานครประมาณร้อยละ 46 และอีกร้อยละ 8 กระจายอยู่ตามจังหวัดในปริมณฑล และมีจำนวนการจ้างงานในปี พ.ศ. 2542 ประมาณ 8,134,644 คน และลดลงในปี พ.ศ. 2543 เหลือ 7,807,367 คน ซึ่งเนื่องจากการเลิกกิจการของสถานประกอบการจำนวนหนึ่งในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ

จ.รายได้ครัวเรือนและบุคคล

จากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2543 สำนักงานสถิติแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่ากรุงเทพมหานครมีขนาดครัวเรือนเฉลี่ย 303 คนต่อครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนต่อเดือน 26,909 บาท หรือรายได้เฉลี่ยต่อคน 8,154 บาท ในส่วนค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 20,448 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 6,284 บาทต่อคน โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้เท่ากับร้อยละ 76 ในขณะที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีขนาดครัวเรือนเฉลี่ย 302 คนต่อครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน 25,242 บาท หรือรายได้เฉลี่ยต่อคน 7,794 บาท ในส่วนค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 19,582 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 6,046 บาทต่อคน โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้เท่ากับร้อยละ 77.6 ที่มาของรายได้ตามสัดส่วนครัวเรือน พบว่ากรุงเทพมหานครมีสัดส่วนครัวเรือน ทำงานเป็นเสมียน พนักงาน พนักงานขายและให้บริการมากที่สุด ร้อยละ 29.2 รองลงมา ครัวเรือนดำเนินธุรกิจของตนเอง ร้อยละ 24.4 ปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหาร ร้อยละ 18.5 ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต ร้อยละ 15.5 ไม่ได้ปฏิบัติงานเชิงเศรษฐกิจ ร้อยละ 9.9 ทำการเกษตร สัดส่วนมีน้อยที่สุด ร้อยละ 0.1 คนงานเกษตร ร้อยละ 0.4 คนงานทั่วไป ร้อยละ 1.9 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนจำแนกตามอาชีพ พบว่าปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหารมีรายได้เฉลี่ยสูงสุด 12,853 บาทต่อคนต่อเดือน รองลงมาไม่ได้ปฏิบัติงานในเชิงเศรษฐกิจมีรายได้เฉลี่ย 8,809 บาทต่อคนต่อเดือน และดำเนินธุรกิจของตนเองมีรายได้เฉลี่ย 8,090 บาทต่อคนต่อเดือน เสมียน พนักงาน พนักงานขาย และให้บริการ รายได้เฉลี่ย 6,301 บาทต่อคนต่อเดือนปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตรายได้เฉลี่ย

5,193 บาทต่อคนต่อเดือน ในขณะที่ทำการเกษตรรายได้เฉลี่ยต่ำสุด 1,566 บาทต่อคนต่อเดือน คนงานเกษตร รายได้เฉลี่ย 2,851 บาทต่อคนต่อเดือน คนงานทั่วไปรายได้เฉลี่ย 4,135 บาทต่อคนต่อเดือน และประชากรมี แนวโน้มในการทำงานมากขึ้น

ฉ.ระดับการศึกษา

จากสำมะโนประชากร พ.ศ. 2523 พ.ศ. 2533 และ พ.ศ. 2543 ระดับการศึกษาของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปของกรุงเทพมหานคร พบว่าใน พ.ศ. 2543 มีประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป 5,913,700 คน มีประชากรที่มีการศึกษา 5,582,700 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.40 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ขณะที่ประชากรไม่มีการศึกษามี 306,300 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.18 สำหรับระดับการศึกษาของประชากรที่สำเร็จการศึกษา ในระดับต่างๆ พบว่า ระดับประถมศึกษา 2,055,800 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.76 ซึ่งมากที่สุด รองลงมา เป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1,196,900 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.24 ขณะที่ระดับปริญญาตรีและมัธยมศึกษาตอนต้นมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 15.53 และร้อยละ 15.09 ตามลำดับ

ช.การนับถือศาสนา

การนับถือศาสนาของประชากรกรุงเทพมหานครจากสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2543 พบว่า ประชากรนับถือศาสนาพุทธมากที่สุด เป็นสัดส่วนร้อยละ 94.50 รองลงมาศาสนาอิสลาม มีสัดส่วนร้อยละ 4.34 และศาสนาคริสต์ ร้อยละ 1.02 เมื่อเปรียบเทียบกับสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2533 กับ พ.ศ. 2543 พบว่า จากการเพิ่มขึ้นของประชากร ประชากรนับถือศาสนาคริสต์เพิ่มขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.79 รองลงมา ศาสนาอิสลามเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.75 และศาสนาพุทธเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.81 ขณะที่ศาสนาฮินดูมีการเปลี่ยนแปลง ลดลงร้อยละ 89.30

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

NFI-JAPAN DESK (ม.ป.ป.) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น” พบว่า ร้อยละ 47.3 ของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ความเสี่ยง (Risk) ต่อการบริโภคอาหารที่ไม่ปลอดภัย และอาหารที่มีอันตรายในระดับที่สูง สาเหตุที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับประเด็นทางด้านความปลอดภัยของอาหารมาก เนื่องจากอาหารเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องบริโภคทุกวัน ประกอบกับ ปัจจุบันมีเชื้อโรคหรือสารเคมีอันตรายชนิดใหม่ๆปนเปื้อนหรือตกค้างในอาหารอย่างต่อเนื่อง เช่น BSE ใช้หัวदनก หรือกรณีการปนเปื้อนยาฆ่าแมลงในเกี่ยวข้าว เป็นต้น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นซึ่งมีความอ่อนไหวต่อประเด็นอาหารปลอดภัยสูง เชื่อว่า เชื้อโรคหรือสารเคมีตกค้างที่ปนเปื้อนมากับอาหารมักถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ

NFI-JAPAN DESK (ม.ป.ป.) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของคนญี่ปุ่น” 1.การใช้จ่ายด้านอุปโภคบริโภค สามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆคือ อาหารและเครื่องดื่ม ที่อยู่อาศัย การพักผ่อนหย่อนใจและสันทนาการ โดยค่าใช้จ่ายที่สำคัญในสินค้าสามกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ สินค้าเพื่อสุขภาพ บริการด้านการ

รักษาพยาบาล และการสื่อสาร ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 2.อุปนิสัยการรับประทานอาหาร ถึงแม้ว่าตัวเลขการใช้จ่ายสำหรับอาหารต่อบุคคลจะมีจำนวนลดลง แต่ญี่ปุ่นก็ยังถูกจัดอยู่ในอันดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ และแม้แต่ในระดับโลก ความพึงพอใจด้านการรับประทานอาหาร ความสดใหม่ซึ่งเป็นความต้องการแบบดั้งเดิมยังคงปรากฏให้เห็นชัดเจนในญี่ปุ่นแต่ก็มีการแข่งขันจากสินค้าแปรรูป สินค้าแช่แข็ง สินค้าบรรจุหีบห่อ และอาหารสำเร็จรูปที่เน้นความสะดวกสบายซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้น 3.การใช้จ่ายและทัศนคติต่อการรับประทานอาหารนอกบ้าน ชาวญี่ปุ่น คือ ประชากรที่คุ้นเคยกับการรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นอย่างดี เป็นวัฒนธรรมที่ฝังรากลึกในสังคมญี่ปุ่นมาเป็นเวลานาน ชาวญี่ปุ่นเป็นแฟนตัวยงของการรับประทานอาหารนอกบ้าน ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานกับครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนฝูงและคนรัก กิจกรรมการสังสรรค์ และการดื่มกับเพื่อนฝูงหรือเพื่อนร่วมงานเกือบทุกครั้งจะขาดอาหารไปไม่ได้ ธรรมเนียมปฏิบัติในการสังสรรค์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีทั้งหญิงและชาย คือ การไปสังสรรค์ที่ร้านอาหารซึ่งมักจะเสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับมื้ออาหาร

เนริอุซุรา กิจวிரานต์ (2557) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์อาหารไทย (Brand Image การรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทย (Perceive Quality) และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ด้านภาพลักษณ์อาหารไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวม ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีมุมมองเกี่ยวกับภาพลักษณ์ อาหารไทย ในระดับมาก คือด้านความคุ้มค่าเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ด้านความแปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 ด้านสิ่งติดตรงและส่วนประกอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ด้านคุณภาพของอาหารไทย มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และด้านบรรยากาศของร้านอาหารไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ ด้านการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพอาหารไทยโดยรวม ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพอาหารไทยในระดับมาก คือ ด้านความเป็นแก่นแท้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 และด้านสุนทรียศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ ด้านแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการกลับมาท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารไทย นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติคาดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และแนวโน้ม การแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะแนะนำให้ ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ตามลำดับ

ธนิตา ปิติวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง “แนวโน้มการยอมรับอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย 4 ภาค และขนมไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มการยอมรับอาหารไทย 4 ภาค และขนมไทย ทางด้านการรู้จัก ความสนใจ และความตั้งใจซื้อ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กับแนวโน้มการยอมรับอาหารไทย 4 ภาค และขนมไทย ผลการศึกษาพบว่าแนวโน้มในการยอมรับอาหารไทยในด้านการรู้จัก ด้านความสนใจ ด้านความถี่ในการรับประทานอาหารไทย และด้านแนวโน้มการรับประทานอาหารไทยของชาวต่างชาติพบว่าค่าเฉลี่ยของระดับการรู้จักอาหารภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และขนมไทย ในด้านการรู้จัก ด้านความสนใจ ด้านความถี่ในการรับประทานอาหารไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันอาหารและขนมไทยในภาคต่างๆที่กล่าวมา ยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่ได้ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเท่าที่ควร การที่อาหารที่นำมาเป็นตัวอย่งในการวิเคราะห์เป็นอาหารที่ประชาชนชาวไทยนิยมรับประทานและเป็นที่รู้จักกันอย่างดี แต่เมื่ออยู่ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่ายังต้องมีการปรับปรุงหลายๆด้านซึ่งจะเห็นได้ว่าอาหารในแต่ละภาคของประเทศไทยก็มีความเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองแต่จะแตกต่างกันในด้านของรสชาติของอาหาร ส่วนผสมที่นำมาประกอบของแต่ละภาคสีสันทันที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตำแหน่งของการจัดวางรวมถึงการให้บริการของบริการแต่ละสถานที่ล้วนแต่มีผลต่อการสร้างการยอมรับ

ณัฐกานต์ พลกุล (2560) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลังทางวัฒนธรรมด้านอาหารของชาวญี่ปุ่นในแต่ละภูมิภาค ทศนคติ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่นและการทำแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญบริเวณย่านทองหล่อ กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมีนาคมถึง เมษายน พ.ศ.2561 จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอายุเฉลี่ย 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 280,000 เยนหรือประมาณ 81,423.88 บาทต่อเดือน และเป็นพนักงานบริษัท มาจากภูมิภาคคันโตมากที่สุด รองลงมาคือ ภูมิภาคชูบุ และคิงกิ ตามลำดับ โดยชาวญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมการกินคล้ายคลึงกันคือมีข้าวเป็นอาหารหลัก แต่อาจมีรสชาติแตกต่างกันไป ตามลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และทรัพยากรของแต่ละท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารทะเลและเนื้อสัตว์ รวมทั้งผักอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารไทยด้านอาหารไทยเป็น อาหารที่มีรสชาติกลมกล่อม ด้านอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของ ประเทศอื่นๆ และอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคน และนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยม อาหารไทยประเภทผัดและอาหารจานเดียวและอาหารประเภททอด บั๊งหรืออย่างเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคืออาหารประเภทยา และแกงตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ประเภทอาหารที่เป็นที่นิยม คือ ข้าวผัดกะเพรา ไก่ย่าง ข้าวมันไก่ ผัดไทย และส้มตำตามลำดับ ส่วนด้านรสชาติจะนิยมบริโภค รสเผ็ด รสหวาน รสเปรี้ยวและเค็ม ตามลำดับ ทั้งนี้

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยังมีความพึงพอใจใน อาหารไทยด้านความหลากหลายและราคามากที่สุด ในขณะที่ความสะอาดถูกสุขลักษณะได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด

เบญญาภา อยู่โพธิ์ทอง (2557) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี การรวบรวมครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์สถิติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบ t-test และ ANOVA ผลวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 มาจากกลุ่มประเทศต้นทางภูมิภาคอาเซียน เอเชีย ตะวันออก ยุโรป อเมริกา คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง \$ 10,001- \$ 20,000 ด้านพฤติกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว 2-3 ครั้ง พำนักในกรุงเทพมหานครน้อยกว่า 5 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทย มีความถี่ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถี 2-5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีระหว่าง 51-100 บาท มีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเองมากที่สุด ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านอาหาร และรสชาติ ด้านการบริการ ด้านผู้ชาย ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในการดำเนินการศึกษางานวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย” มีขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา ดังขั้นตอนต่อไปนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 วิธีการจัดกระทำข้อมูล
- 3.3 วิธีการดำเนินการศึกษา
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย จำนวน 50 ชุด โดยเก็บข้อมูลจากคนญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทยหรือคนญี่ปุ่นที่เคยมาประเทศไทยและแบบสอบถามออนไลน์ ช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน พ.ศ.2562

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนญี่ปุ่น จากเว็บไซต์ nfi japan-desk ภายใต้โครงการส่งเสริมการค้าและการลงทุน เพื่อครัวไทยไปครัวโลก และข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยจากหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “วัฒนธรรมอาหารไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน” ของคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ

3.2 วิธีการจัดกระทำข้อมูล

ในการจัดกระทำข้อมูลผู้วิจัยจะปรับปรุงแบบสอบถามจากงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยนางสาวณัฐกานต์ พลกุล

3.3 วิธีการดำเนินการศึกษา

3.3.1 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนญี่ปุ่น วัฒนธรรมอาหารไทย และอิทธิพลที่ส่งผลต่อการแสดงทัศนคติของคนญี่ปุ่น

3.3.2 ศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทยจากแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด ในบริเวณสุขุมวิทกรุงเทพมหานครและแบบสอบถามออนไลน์ จากนั้นนำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

3.5 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.5.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย และเพื่อศึกษารูปแบบการบริโภคอาหารไทยของคนญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และได้ทำการประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านโปรแกรมทางสถิติ จากนั้นนำผลลัพธ์มาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	10	66.67
หญิง	5	33.33
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเป็นเพศหญิงจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ด้านอายุ มีอายุเฉลี่ย 39 ปี มีอายุสูงสุด 50 ปี และต่ำสุด 22 ปี

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	6	40.00
ปริญญาตรี	8	53.33
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	1	6.67
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า คนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 40.00 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้(เยน)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200,000	1	6.67
220,000 – 239,999	1	6.67
240,000 – 259,999	1	6.67
260,000 – 279,999	2	13.33
มากกว่า 280,000	10	66.66
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า คนที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 280,000 เยน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาคือคนที่มีรายได้ 260,000 – 279,999 เยน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และคนที่มีรายได้ต่ำกว่า 200,000 เยน คนที่มีรายได้ 220,000 – 239,999 เยน คนที่มีรายได้ 240,000 – 259,999 เยน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
หน่วยงานราชการ	1	6.67
พนักงานบริษัท	10	66.66
แม่บ้าน	3	20.00
นักเรียน/นักศึกษา	1	6.67
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.66 รองลงมาคือแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และหน่วยงานราชการกับนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คันโต	8	53.33
ชูปะ	3	20.00
คันไซ	3	20.00
ชูโงะกุ	1	6.67
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภูมิภาคคันโตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคชูปะและภูมิภาคคันไซ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และภูมิภาคชูโงะกุ คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารไทยของคนญี่ปุ่น

แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารไทยของคนญี่ปุ่น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	11	73.33
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก	3	20.00
ร้านอาหารไทยในประเทศญี่ปุ่น	1	6.67
รวม	15	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ได้รับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมา คือ ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 20.00 และร้านอาหารไทยในประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคณู์ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ตารางที่ 7 ทัศนคติของคณู์ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ทัศนคติของคณู์ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย	ระดับความคิดเห็น											
	5		4		3		2		1		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.ด้านรสชาติ												
1.1 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยกลมกล่อม	39	78.00	9	18.00	2	4.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
1.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆ	20	40.00	25	50.00	3	6.00	2	4.00	0	0.00	50	100.00
2. ด้านราคา												
2.1 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	16	32.00	23	46.00	11	22.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
2.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคน	18	36.00	24	48.00	8	16.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
3. ด้านรูปลักษณ์												
3.1 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีความสวยงามและประณีต	12	24.00	21	42.00	16	32.00	1	2.00	0	0.00	50	100.00
3.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีสีสันท่ารับประทาน	25	50.00	17	34.00	7	14.00	1	2.00	0	0.00	50	100.00

* F หมายถึง จำนวน(คน)

จากตารางที่ 7 ทักษะคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย พบว่า

ทัศนคติด้านรสชาติ คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยกลมกล่อมอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ทัศนคติด้านราคา คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคนอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 32.00 ตามลำดับ

ทัศนคติด้านรูปลักษณ์ คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีสีสันน่ารับประทานอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีความสวยงามและประณีต คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย	ระดับความคิดเห็น											
	5		4		3		2		1		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. ความพึงพอใจด้านประเภทของอาหารไทย												
1.1 อาหารประเภทผัดและอาหารจานเดียว	27	54.00	23	46.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
1.2 อาหารประเภทต้มหรือแกง	5	10.00	19	38.00	24	48.00	2	4.00	0	0.00	50	100.00
1.3 อาหารประเภททอด ปิ้ง หรือย่าง	15	30.00	30	60.00	5	10.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
1.4 อาหารประเภทยำ	3	6.00	14	28.00	31	62.00	2	4.00	0	0.00	50	100.00
2. ความพึงพอใจด้านรสชาติอาหารไทย												
2.1 รสเปรี้ยว	2	4.00	17	34.00	11	22.00	18	36.00	2	4.00	50	100.00
2.2 รสเผ็ด	18	36.00	16	32.00	6	12.00	4	8.00	6	12.00	50	100.00
2.3 รสเค็ม	1	2.00	1	2.00	25	50.00	22	44.00	1	2.00	50	100.00
2.4 รสหวาน	3	6.00	22	44.00	22	44.00	4	8.00	1	2.00	50	100.00
3. ความพึงพอใจด้านคุณประโยชน์ของอาหารไทย												
3.1 อาหารไทยมีส่วนประกอบของสมุนไพร	16	32.00	31	62.00	3	6.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
3.2 คุณค่าทางโภชนาการ	5	10.00	8	16.00	28	56.00	5	10.00	4	8.00	50	100.00

ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย	ระดับความคิดเห็น											
	5		4		3		2		1		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
4. ความพึงพอใจด้านรูปลักษณ์ สี สัน และการตกแต่ง												
4.1 การแกะสลักผักและผลไม้ในการตกแต่ง	6	12.00	22	44.00	18	36.00	2	4.00	2	4.00	50	100.00
4.2 การจัดแต่งจานให้มีสี สัน น่ารัก ประทาน	9	18.00	23	46.00	17	34.00	0	0.00	1	2.00	50	100.00
5. ความสะอาดถูกสุขลักษณะ												
5.1 ความเอาใจใส่ในการดูแลรักษาความสะอาดของอาหารและภาชนะ	0	0.00	8	16.00	16	32.00	14	28.00	12	24.00	50	100.00
5.2 ร้านอาหารสะอาดปลอดภัย	0	0.00	4	8.00	22	44.00	12	24.00	12	24.00	50	100.00
6. ความพึงพอใจในเอกลักษณ์ของอาหารไทยด้านต่างๆ												
6.1 ความหลากหลายของอาหารไทย	8	16.00	17	34.00	25	50.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00
6.2 บรรยากาศ	19	38.00	24	48.00	5	10.00	2	4.00	0	0.00	50	100.00
6.3 ทำเลที่ตั้ง	5	10.00	18	36.00	27	54.00	0	0.00	0	0.00	50	100.00

จากตารางที่ 8 ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย พบว่า

ความพึงพอใจด้านประเภทของอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจอาหารประเภทผัดและอาหารจานเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ อาหารประเภททอด ปิ้ง หรือย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.00 และอาหารประเภทต้มหรือแกง คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านรสชาติอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจอาหารรสเผ็ดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ อาหารรสหวานคิดเป็นร้อยละ 6.00 และอาหารรสเปรี้ยว คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านคุณสมบัติของอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจว่าอาหารไทยมีส่วนประกอบของสมุนไพรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ คุณค่าทางโภชนาการ คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านรูปลักษณ์ สี สัน และการตกแต่ง คนญี่ปุ่นพึงพอใจการจัดแต่งจานให้มีสีสันน่ารับประทานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมา คือ การแกะสลักผักและผลไม้ในการตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะ คนญี่ปุ่นพึงพอใจด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะน้อย โดยมีความพึงพอใจในเอาใจใส่ดูแลรักษาความสะอาดของอาหารและภาชนะกับร้านอาหารสะอาดปลอดภัยน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00

ความพึงพอใจในเอกลักษณ์ของอาหารไทยด้านต่างๆ คนญี่ปุ่นพึงพอใจในด้านบรรยากาศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา คือ ความหลากหลายของอาหารไทยคิดเป็นร้อยละ 16.00 และด้านทำเลที่ตั้งคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

ตารางที่ 9 อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

ชื่ออาหาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ต้มยำกุ้ง	3	6.00
2. ข้าวมันไก่	13	26.00
3. แกงเขียวหวาน	2	4.00
4. ผัดไทย	9	18.00
5. ไก่ย่าง	1	2.00
6. มัสมั่น	0	0.00
7. ส้มตำ	5	10.00
8. ยำวุ้นเส้น	1	2.00
9. ข้าวผัดกะเพรา	16	32.00
10. ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ	0	0.00
11. ข้าวซอย	0	0.00
รวม	50	100.00

ที่มา : ดัดแปลงจากนางสาวณัฐกานต์ พลกุล

จากตารางที่ 9 อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด พบว่า ข้าวผัดกะเพรา ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ ข้าวมันไก่ คิดเป็นร้อยละ 26.00 และผัดไทย คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทยและรูปแบบการบริโภคอาหารไทยของคนญี่ปุ่น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นชาวญี่ปุ่นจำนวน 50 คน ทั้งคนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยหรือเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำแบบสอบถามคนญี่ปุ่นบริเวณสุขุมวิท กรุงเทพฯ และจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

จากการสำรวจพบว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 66.67 ด้านอายุ มีอายุเฉลี่ย 39 ปี มีอายุสูงสุด 50 ปี และต่ำสุด 22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.33 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 280,000 เยน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.66 มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.66 มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภูมิภาคคันโตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.33 ได้รับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73.33

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

จากการสำรวจพบว่า ทัศนคติด้านรสชาติ คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อย กลมกล่อมอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ ทัศนคติด้านราคา คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคนอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 32.00 ตามลำดับ ทัศนคติด้านรูปลักษณ์ คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีสีสันน่ารับประทานอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีความสวยงามและประณีตคิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

จากการสำรวจพบว่า ด้านประเภทของอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจอาหารประเภทผัดและอาหารจานเดียวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ อาหารประเภททอด ปิ้ง หรือย่างคิดเป็นร้อยละ 30.00 และอาหารประเภทต้มหรือแกงคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ด้านรสชาติอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจอาหารรสเผ็ดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ อาหารรสหวานคิดเป็นร้อยละ 6.00 และอาหารรสเปรี้ยวคิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ ด้านคุณสมบัติของอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจว่าอาหารไทยมีส่วนประกอบของสมุนไพรมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ คุณค่าทางโภชนาการคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ ด้านรูปลักษณ์ สี สัน และการตกแต่ง คนญี่ปุ่นพึงพอใจการจัดแต่งจานให้มีสีสันน่ารับประทานมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมา คือ การแกะสลักผักและผลไม้ในการตกแต่งคิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ ด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะ คนญี่ปุ่นพึงพอใจด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะน้อย โดยมีความพึงพอใจในเอาใจใส่ดูแลรักษาความสะอาดของอาหารและภาชนะกับร้านอาหารสะอาดปลอดภัยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.00 เอกลักษณ์ของอาหารไทยด้านต่างๆ คนญี่ปุ่นพึงพอใจในด้านบรรยากาศมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา คือ ความหลากหลายของอาหารไทยคิดเป็นร้อยละ 16.00 และด้านทำเลที่ตั้งคิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

จากการสำรวจพบว่า อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ข้าวผัดกะเพราคิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา คือ ข้าวมันไก่คิดเป็นร้อยละ 26.00 และผัดไทยคิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการศึกษาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ด้านข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ด้านอายุ มีอายุเฉลี่ย 39 ปี มีอายุสูงสุด 50 ปี และต่ำสุด 22 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 280,000 เยน มากที่สุด มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภูมิภาคคันโตมากที่สุด ได้รับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกานต์ พลกุล (2561) ที่ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น” กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอายุเฉลี่ย 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ มากกว่า 280,000 เยนหรือประมาณ 81,423.88 บาทต่อเดือน สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และเป็นพนักงานบริษัท มาจากภูมิภาคคันโตมากที่สุด รองลงมาคือภูมิภาคชูบุและคิงกิ ตามลำดับ

ทัศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย ทัศนคติด้านรสชาติ คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยกลมกล่อมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆ ตามลำดับ ทัศนคติด้านราคา คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ ทัศนคติด้านรูปลักษณ์ คนญี่ปุ่นมีทัศนคติเรื่องอาหารไทยเป็นอาหารที่มีสีสันทนารับประทานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคืออาหารไทยเป็นอาหารที่มีความสวยงามและประณีต ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกานต์ พลกุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น” กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารไทยด้านอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติกลมกล่อม ด้านอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆ และอาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับทุกคน

ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย ด้านประเภทของอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจอาหารประเภทผัดและอาหารจานเดียวมากที่สุด รองลงมา คือ อาหารประเภททอด ปิ้ง หรือย่าง และอาหารประเภทต้มหรือแกง ตามลำดับ ด้านรสชาติอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจอาหารรสเผ็ดมากที่สุดคิด รองลงมา คือ อาหารรสหวาน และอาหารรสเปรี้ยว ตามลำดับ ด้านคุณสมบัติของอาหารไทย คนญี่ปุ่นพึงพอใจว่าอาหารไทยมีส่วนประกอบของสมุนไพรมากที่สุด รองลงมา คือ คุณค่าทางโภชนาการ ตามลำดับ ด้านรูปลักษณ์ สีสันทนและการตกแต่ง คนญี่ปุ่นพึงพอใจการจัดแต่งจานให้มีสีสันทนารับประทานมากที่สุด รองลงมา คือ การแกะสลักผักและผลไม้ในการตกแต่ง ตามลำดับ ด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะ คนญี่ปุ่นพึงพอใจด้านความสะอาดถูกสุขลักษณะน้อย โดยมีความพึงพอใจในเอาใจใส่ดูแลรักษาความสะอาดของอาหารและภาชนะกับร้านอาหารสะอาดปลอดภัยน้อยที่สุด เอกลักษณ์ของอาหารไทยด้านต่างๆ คนญี่ปุ่นพึงพอใจในด้านบรรยากาศมากที่สุด รองลงมา คือ ความหลากหลายของอาหารไทย และด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการสำรวจของผู้จัดการออนไลน์ (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) ที่กล่าวว่า คนญี่ปุ่นชอบกินอาหารไทยเป็นอันดับที่ 3 เพราะชอบอาหารเผ็ด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เณรธัญชรา กิจวิธานต์ (2557) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพ อาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ” กล่าวว่า ด้านคุณภาพของอาหารไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารไทยด้านคุณภาพของอาหาร ไทยในระดับมาก ได้แก่ อาหารไทยมีรสอร่อย และอาหารไทยมีความสะอาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านบรรยากาศของร้านอาหารไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารไทยด้านบรรยากาศของร้านอาหารไทยในระดับมาก ด้านความคุ้มค่าเงิน นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารไทยด้านความคุ้มค่าเงินในระดับมาก ได้แก่ ราคาอาหารไทยมีความเหมาะสม ด้านความแปลกใหม่ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารไทยด้านความแปลกใหม่ในระดับมาก คือ อาหารไทยมีความแตกต่างจากอาหารนานาชาติ อาหารไทยมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และอาหารไทยมี

รูปลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ ตามลำดับ ด้านสิ่งติดตรึงและส่วนประกอบ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์อาหารไทยด้านสิ่งติดตรึงและส่วนประกอบในระดับมาก ได้แก่ อาหารไทยมีการตกแต่งสวยงาม งานวิจัยของ เบญญาภา อยู่โพธิ์ทอง (2557) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร” กล่าวว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านอาหารและรสชาติ ด้านการบริการ ด้านผู้ชาย ด้านสถานที่และบรรยากาศ ด้านอุปกรณ์และเครื่องปรุง ตามลำดับ

ด้านอาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ข้าวผัดกะเพรา รองลงมา คือ ข้าวมันไก่ และผัดไทย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติกันต์ พลกุล (2560) ที่ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น” กล่าวว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมบริโภคข้าวผัดกะเพรา ไก่ย่าง ข้าวมันไก่ ผัดไทย และส้มตำตามลำดับ สอดคล้องกับผลสำรวจของเรื่องเล่าเช้านี้ (อ้างถึงใน CNN, 2017) กล่าวว่า 40 เมนูเด็ดที่ขาดไม่ได้ในแผ่นดินไทย มีข้าวผัดกะเพรา ข้าวมันไก่ และผัดไทย เป็นเมนูเด็ดที่ขาดไม่ได้ในแผ่นดินไทยด้วย

5.3 ปัญหาและอุปสรรค

5.3.1 อุปสรรคในการให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม เนื่องจากผู้ทำแบบสอบถามตอบคำถามไม่ครบทุกข้อ และมักจะข้ามการตอบแบบสอบถามในส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์

5.3.2 อุปสรรคในการแจกแบบสอบถาม เนื่องจากคนญี่ปุ่นมีความระมัดระวังตัวค่อนข้างสูง จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าไปแจกแบบสอบถาม

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาข้อมูลเรื่องการศึกษาศักยภาพของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย ผู้วิจัยมีความคิดเห็นดังนี้ ในมุมมองของคนญี่ปุ่นอาหารไทยมีรสชาติอร่อยกลมกล่อมแต่ขาดเรื่องความสะดวก ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อที่คนญี่ปุ่นรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับประทานอาหารไทยที่มีคุณภาพและดึงดูดให้คนญี่ปุ่นรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยากเดินทางมาลิ้มลองรสชาติของอาหารไทยมากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใช้จุดเด่นของอาหารไทยที่เป็นเอกลักษณ์สร้างนโยบายหรือโปรโมทเพื่อดึงดูดให้ชาวต่างชาติอยากเดินทางมาลิ้มลองรสชาติของอาหารไทย เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และยังสามารถเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศอีกด้วย

5.4.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

ในประเทศไทยมีคนญี่ปุ่นอาศัยอยู่ในหลายพื้นที่ ในวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาเพียงบริเวณสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ยังมีอีกหลายพื้นที่ที่คนญี่ปุ่นอาศัยอยู่ เช่น ศรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นต้น ควรทำการศึกษาในหลายพื้นที่เพื่อที่จะได้ความคิดเห็นของคนญี่ปุ่นที่มากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบได้ว่าคนญี่ปุ่นที่มายังประเทศไทยแต่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารไทยเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

เอกสารออนไลน์

- พิพัฒน์ เหลืองนฤมิตชัย. (2561). การท่องเที่ยวเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย. เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.the101.world/tourism-and-thai-economy/
- วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์. (ม.ป.ป.). “แนวทางการพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะการจัดการการท่องเที่ยว ศูนย์ภูเก็ต, [Online]. เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.tour.nida.ac.th/wp-content/phuket-gastronomy.pdf
- Sapparat. (2561). มัสมั่นของไทยขึ้นอันดับหนึ่ง จัดอันดับ 50 อาหารอร่อยที่สุดในโลก. เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก today.line.me/th/pc/article/“มัสมั่น”+ของไทยขึ้นอันดับหนึ่ง+จัดอันดับ+50+อาหารอร่อยที่สุดในโลก
- ททท. ดึงคนญี่ปุ่นเที่ยวเมืองรอง. (2561). เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.posttoday.com/economy/
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4. เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก www.mots.go.th/
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2555). ประโยชน์และโทษของอาหารรสชาติ ต่างๆ. เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.thaihealth.or.th
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2556). กรุงเทพฯปัจจุบัน. เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.203.155.220.230/m.info/nowbma/
- ทรงสุดา ภู่อ่าง. (ม.ป.ป.). โภชนาการในชีวิตประจำวัน. เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.human.cmu.ac.th/home/>
- สิรินาฏ ศิริสุนทร. (2556). วัฒนธรรมอาหารไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- NFI-Japan. (ม.ป.ป.). พฤติกรรมผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก www.fic.nfi.or.th/japan-desk/
- ผู้จัดการออนไลน์. (2561). คนญี่ปุ่นชอบกินอาหารต่างประเทศไต่มาากที่สุด. เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก www.mgonline.com/japan/detail/

เรื่องเล่าเช้านี้. (2560). CNN พาชิม 40 เมนูเด็ดที่ขาดไม่ได้ในแผ่นดินไทย. เข้าถึงเมื่อ 1 มกราคม 2562.
เข้าถึงได้จาก www.morning-news.bectero.com/international/

เอกสารภาษาไทย

ธนิตา ปิติวรรณ. (2555). “แนวโน้มการยอมรับอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อ

อาหารไทย 4 ภาค และขนมไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ณัฐชรา กิจวิกรานต์. (2557). “ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้ม-

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.” วารสารวิชาการการท่องเที่ยว นานาชาติ.

เบญญาภา อยู่โพธิ์ทอง. (2557). “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับ **อาหารไทยริมบาทวิถี กรุงเทพมหานคร.**” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐกานต์ พลกุล. (2560). “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.” สาร นิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

โฉมฉาย พู่ใจ. (2550). “พฤติกรรมที่เปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติของประชาชนในเขต **กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการคนค้นคน.**” วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เฉลียว บุรีภักดี. (2547). “ปัญหาและความต้องการด้านสังคม และวัฒนธรรมของสังคมไทยใน **ทศวรรษหน้า.**” กรุงเทพมหานคร: โครงการปริญญาเอกพัฒนศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, อาจถึงใน รัชนิดา ชำนาญมอนด์. (2539). “ประสิทธิผลของรายการ ทุ่งแสงตะวัน ในด้านความรู้และ **ทัศนคติต่อรายการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก,**” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นันทรัตน์ อยู่พูล. (2531). “**ทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานครต่อการโฆษณาของธนาคาร พาณิชยผ่าน สื่อมวลชน.**” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

ดารณี พาลุสุข. (2532). “**ทฤษฎีการจูงใจ**” พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เอกสารภาษาอังกฤษ

Allport quoted in Assael, **Consumer behavior: a strategic approach** (Boston: Houghton Mifflin Company, 2004), p. 258.

Schiffman L. G. and Kanuk L, **Consumer behavior** (Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall, 2004), p. 312.

Mun L. Norman, **Introduction to Psychology** (Boston: Houghton Muffin, 1971), p. 77.

Lutz, R. J. “The role of attitude theory in marketing,” in **Perspectives in consumer behavior**, 4th ed., Edited by H. H. Kassarian and T. S. Robertson (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1991), pp. 317-339.

Allport Gordon Willard, **Psychology: the briefer course** (New York: Harper, 1897-1967), อ้างถึงใน พรพิมล วรฤทธิพิพิธพงศ, **ทัศนคติและการเปลี่ยนทัศนคติ จิตวิทยาสังคม ร่วมสมัย** (เชียงใหม่: โครงการตำรามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527), น. 8.

Howad H. Kendler, **Basic Psychology** (New York:Appleton Century Grofts company, 1963), อ้างถึงใน รัชนิดา ชำนาญมนต์, “ประสิทธิผลของรายการ ทุงแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. 27.

Milton J. Rosenberg and Carl I Hovland, **Attitude Organiztion and Change** (New Haven: Yale University Press, 1960), อ้างถึงใน รัชนิดา ชำนาญมนต์, “ประสิทธิผลของรายการ ทุงแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. 27.

Lutz, R. J. “The role of attitude theory in marketing.” In **H. Kassarian & T. S. Robertson Perspectives in consumer behavior**. 4th ed, Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall, 1991.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. “Consumer behavior.” **Upper Saddle River**. New Jersey: Prentice Hall, 2004.

Zimbardo, and Leippe, M. **The Psychology of Attitude Change and Social Influence**. New York: McGraw-Hill, 1991.

Hanna N. and Wozniak, **Consumer behavior: an applied approach** (Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, 2001), p. 228.

Charles, Atkin L. **New Model For Mass Communication Research**. New York: The Free Press, 1973.

Katz, Daniel. "The Functional Approach to the Study of Attitude." **Public Opinion Quarterly** 24 (Summer1960):136-191.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง : การศึกษาทัศนคติของคณัฐิ์ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี รายวิชาการศึกษา เอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ทัศนคติของคณัฐิ์ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของคณัฐิ์ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

ตอนที่ 4 อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

เก็บข้อมูล ณ

วันที่

บันทึกข้อมูล ณ วันที่

นางสาวพลอยไพลิน ไข่ทอง

นักศึกษาปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ตอนที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์

1.เพศ

() ชาย

() หญิง

2.อายุ ปี

3.ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

() ปริญญาตรี

() มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า

() สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า

4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า 200,000 เยน

() 240,000 – 259,999 เยน

() 200,000 – 219,999 เยน

() 260,000 – 279,999 เยน

() 220,000 – 239,999 เยน

() มากกว่า 280,000 เยน

5.อาชีพ

() หน่วยงานราชการ

() นักเรียน/นักศึกษา

() พนักงานบริษัท

() ธุรกิจส่วนตัว

() แม่บ้าน/พ่อบ้าน

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

6.ภูมิลำเนา

() ฮอกไกโด

() โทโฮกุ

() คันทัน

() จูบุ

() คันทไซ

() ชูโจคุ

() ชิโคคุ

() คิวชู

() โอกินาวา

7.จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย.....ครั้ง

8.แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารไทย

- () อินเทอร์เน็ต () ร้านอาหารไทยในประเทศญี่ปุ่น
 () ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก () แผ่นพับ/ใบปลิว
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 : ทศนคติของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมายลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านเพียงคำตอบเดียว

ความคิดเห็นของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2.1 ด้านรสชาติ					
2.1.1 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยกลมกล่อม					
2.1.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ต่างจากอาหารของประเทศอื่นๆ					
2.2 ด้านราคา					
2.2.1 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2.2.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีราคาไม่แพง					
2.3 ด้านรูปลักษณ์					
2.3.1 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีความสวยงามและประณีต					

2.3.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีสีสันน่ารับประทาน					
---	--	--	--	--	--

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมายลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านเพียงคำตอบเดียว

ความพึงพอใจของคนญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.1 ความพึงพอใจด้านประเภทของอาหารไทย					
3.1.1 อาหารประเภทผัด					
3.1.2 อาหารประเภทต้มหรือแกง					
3.1.3 อาหารประเภททอด ปิ้งย่าง					
3.1.4 อาหารประเภทยำ					
3.2 ความพึงพอใจด้านรสชาติอาหารไทย					
3.2.1 รสเปรี้ยว					
3.2.2 รสเผ็ด					
3.2.3 รสเค็ม					
3.2.4 รสหวาน					
3.3 ความพึงพอใจด้านคุณประโยชน์ของอาหารไทย					
3.3.1 อาหารไทยมีส่วนประกอบของสมุนไพร					

3.3.2 คุณค่าทางโภชนาการ					
3.4 ความพึงพอใจด้าน รูปลักษณ์สีสันทและการ ตกแต่ง					
3.4.1 การแกะสลักผักและ ผลไม้ในการตกแต่ง					
3.4.2 การจัดแต่งจานให้มี สีสันทน่ารับประทาน					
3.5 ความสะอาดถูก สุขลักษณะ					
3.5.1 ความเอาใจใส่ในการ ดูแลรักษาความสะอาดของ อาหาร					
3.5.2 ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย					
3.6 ความพึงพอใจใน เอกลักษณ์ของอาหารไทย ด้านต่างๆ					
3.6.1 ความหลากหลายของ อาหารไทย					
3.6.2 บรรยากาศ					
3.6.3 ท่าเลที่ตั้ง					

ตอนที่ 4 อาหารไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด

คำชี้แจง โปรดเติมเครื่องหมายลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านเพียงคำตอบเดียว

ชื่ออาหาร	
4.1 ต้มยำกุ้ง	
4.2 ข้าวมันไก่	
4.3 แกงเขียวหวาน	
4.4 ผัดไทย	
4.5 ไก่ย่าง	
4.6 มัสมั่น	
4.7 ส้มตำ	
4.8 ยำวุ้นเส้น	
4.9 ข้าวผัดกะเพรา	
4.10 ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ	
4.11 ข้าวซอย	
4.12 อื่นๆ (โปรดระบุ).....	



タイ料理についてのアンケート

アンケートは4パートがある

パート1:個人情報

パート2:タイ料理に対する日本人の観光客の考え方

パート3:タイ料理に対する日本人の観光客の満足度

パート4:最も人気のあるタイ料理

プローイパイリン

アジアスタディーの4年生

シラパーコーン大学

タイ料理についてのアンケート

パート1：個人情報

()に✓をつけてください。

1. 性別

() 男性 () 女性

2. 年齢 才

3. 学歴

() 小学生／小学生以上 () 中学生 () 高校生

() 学士 () 学士以上

4. 月収

() 200,000 円以下 () 240,000 - 259,999 円 () 200,000 - 219,999 円

() 260,000 - 279,999 円 () 220,000 - 239,999 円 () 280,000 円以上

() その他

5. 職業

() 公務員 () 会社員 () 学生 () 自営業

() 主婦 () その他

6. 居住地

() 北海道 () 東北 () 関東 () 中部 () 関西

() 中国 () 四国 () 九州 () 沖縄

7. 何回タイに来たことがありますか。

8. タイ料理についての情報をどのように入手しますか。(いくつか選んで可能。)

() インターネット () 友達や知人から紹介してもらう

() 日本にあるタイ料理のレストラン () 散らし

() その他

パート2：タイ料理に対する日本人の観光客の考え方

あてはまるものに✓を1つにつけてください。

タイ料理に対する日本人の 観光客の考え方	満足度				
	満足	かなり満 足	どちらとも 言えない	あまり満 足 ではない	不満
	5	4	3	2	1
2.1 タイ料理の味					
2.1.1 タイ料理は美味しい ですか。					
2.1.2 タイ料理は独特の風 味を持ち、他の国の料理と は異なる独特の料理です か。					
2.2 タイ料理の値段					
2.2.1 タイ料理の値段は品 質に 適していますか。					
2.2.2 タイ料理は手頃な値 段ですか。					
2.3 タイ料理の見た目					
2.3.1 タイ料理の見た目は きれいだと思えますか。					
2.3.2 タイ料理の色は食欲 をそそると思えますか。					

パート3：タイ料理に対する日本人の観光客の満足

あてはまるものに✓を1つにつけてください。

タイ料理に対する日本人 の観光客の満足	満足度				
	満足	かなり満足	どちらとも言えない	あまり満足 ではない	不満
	5	4	3	2	1
3.1 タイ料理の種類					
3.1.1 炒め物と一品料理					
3.1.2 煮物					
3.1.3 揚げ物と焼き物					
3.1.4 和え物					
3.2 タイ料理の味					
3.2.1 酸味					
3.2.2 辛味					
3.2.3 塩辛味					
3.2.4 甘味					
3.3 タイ料理の栄養					
3.3.1 タイ料理のハーブが 役に立つと思いますか。					
3.3.2 栄養が高いと思いま すか。					
3.4 タイ料理の見た目					

3.4.1 タイ料理の中で果物や野菜カービングが好きですか。					
3.4.2 タイ料理のデコレーションに満足していますか。					
3.5 タイの飲食店の衛生管理					
3.5.1 食べ物の手入れと清潔さに満足していますか。					
3.5.2 タイ料理を売っている場所は清潔で安全ですか。					
3.6 その他					
3.6.1 タイ料理の多様性。					
3.6.2 雰囲気の良い。					
3.6.3 店までアクセスしやすいですか。					

パート4：最も人気のあるタイ料理

あてはまるものに✓を1つにつけてください。*1つだけ選択してください。

食品名	最も人気
4.1 トムヤム	
4.2 カオマンガイ	
4.3 グリーンカレー	
4.4 パッタイ	
4.5 ガイヤーン	
4.6 マサマンカレー	
4.7 ソムタム	
4.8 春雨サラダ	
4.9 ガパオライス	
4.10 クイティオトムヤム	
4.11 カオソーイ	
4.12 その他	

ご協力、ありがとうございました。

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวพลอยไพลิน ไข่ทอง
วันเกิด	30 ตุลาคม พ.ศ.2539
ที่อยู่	32/1 หมู่ 8 ตำบลหัวสะพาน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาจากโรงเรียน พรหมานุสรณ์ จังหวัดเพชรบุรี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม