

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกบริโภคอาหารไทยของครูชาวต่างชาติในโรงเรียนนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. สังคมโลกไร้พรมแดน
  - 1.1 การเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติ
  - 1.2 การปรับตัวของชาวต่างชาติเมื่ออยู่ต่างถิ่น
  - 1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารของชาวต่างชาติ
  - 1.4 การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารของชาวต่างชาติ
2. โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่
  - 2.1 ความเป็นมาของโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทย
  - 2.2 ความหมายและความสำคัญของโรงเรียนนานาชาติ
  - 2.3 การดำเนินงานของโรงเรียนนานาชาติ
  - 2.4 คุณสมบัติของครูผู้สอนในโรงเรียนนานาชาติ
  - 2.5 หลักสูตรและระบบการจัดการเรียนการสอน
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### สังคมโลกไร้พรมแดน

โลกไร้พรมแดน (Globalization) เป็นที่เข้าใจในความหมายโดยทั่วไปว่า โลกาภิวัตน์ หรือ โลกานุวัตร คือ ผลจากการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ อันแสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโตของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ชุมชน หน่วยธุรกิจ และรัฐบาล ทั่วทั้งโลก (คลังปัญญา, 2552) นอกจากนี้เอกสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (2552) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับโลกไร้พรมแดนหรือโลกาภิวัตน์ว่า ในปัจจุบันสังคมทั่วโลกมีการติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างคนในภูมิภาคต่าง ๆ ในการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรมจนสามารถเรียกได้ว่าโลกไร้พรมแดนที่ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ไม่สามารถเป็นอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนระหว่างกันของคนในโลกนี้อีกต่อไป

การเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเคลื่อนย้ายของคนระหว่างประเทศ ซึ่งเกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการขนส่งและกระแสโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลให้มีการเดินทางทั้งวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและการทำธุรกิจในที่ต่าง ๆ ทั่วโลกมากขึ้น ในขณะที่กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจก็มักจะมุ่งไปสู่การส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานและผู้ประกอบการเพื่อไปทำงานในต่างประเทศได้สะดวกขึ้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้ระบุปัจจัยที่จะส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายของคนระหว่างประเทศมากขึ้นในอนาคตที่สำคัญอีก 2 ปัจจัย ได้แก่

1) ปัจจัยด้านกำลังแรงงานลดลง ซึ่งนำไปสู่ความต้องการแรงงานจากต่างประเทศมากขึ้นและนำไปสู่การอนุญาตให้มีแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศเพิ่มขึ้น ปรากฏการณ์นี้คาดว่าจะนำไปสู่โอกาสในการเคลื่อนย้ายของแรงงานที่มีทักษะระดับต่ำถึงปานกลางจากประเทศยากจนและประเทศกำลังพัฒนาไปสู่ประเทศที่พัฒนาซึ่งเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุไปแล้ว การเคลื่อนย้ายแรงงาน โดยคนจากประเทศที่ยากจนกว่าไปหางานทำในประเทศที่มีเศรษฐกิจดีกว่า เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่มีแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ลาว กัมพูชา เป็นต้น เคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น (The Thainews, 2552) จากสถิติจำนวนแรงงานคนต่างด้าวประจำเดือนพฤศจิกายน 2552 ของสำนักงานบริหารต่างด้าว รายงานจำนวนคนต่างด้าวที่เข้ามาทำงานใน จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนถึง 72,639 คน ซึ่งในจำนวนนี้มีแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญและความสามารถ โดยเฉพาะจากประเทศที่เจริญกว่า เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ เป็นต้น ได้เข้ามาทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพเกี่ยวกับการสอนหนังสือใน โรงเรียนนานาชาติได้เปิดโอกาสให้มีครูชาวต่างชาติเข้ามาทำงานได้มากขึ้น (สำนักงานบริหารต่างด้าว, 2552)

2) ปัจจัยสังคม เศรษฐกิจและฐานความรู้ ซึ่งทำให้ประเทศต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรที่มีองค์ความรู้สูงต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในขณะที่การปรับปรุงระบบการศึกษาและพัฒนาบุคลากรด้านต่าง ๆ ของประเทศต้องใช้เวลาอันยาวนาน ดังนั้นการส่งเสริมให้ผู้มีประสบการณ์และความรู้มาทำงานในประเทศจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศหนึ่งซึ่งเจริญเติบโตขึ้นโดยคนที่มีความสามารถจากที่ต่าง ๆ ทั่วโลกไปทำงาน สอนหนังสือและสร้างองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในอดีตและในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามมีหลายประเทศเริ่มหาทางที่จะดึงดูดบุคลากรที่ขาดแคลนจากประเทศอื่น ๆ และในอนาคตการแข่งขันเกี่ยวกับการดึงบุคลากร โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่มีความสามารถสูงจะมีความรุนแรงขึ้น ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาคนระดับกลาง โดยมีแนวโน้มการพัฒนาคนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ระดับการพัฒนาคนของประเทศไทยเปรียบเทียบกับ

กับนานาประเทศโดยดัชนีวัดผลการพัฒนาคน (Human Development Index : HDI) ของ UNDP ที่วัดด้านสาธารณสุข การศึกษาและมาตรฐานความเป็นอยู่ สรุปได้ว่า ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาคนระดับกลาง แต่การพัฒนาอยู่ในระดับต่ำ นับเป็นจุดจุดริ่งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) ด้วยเหตุนี้เอง ประเทศไทยจึงต้องการแรงงานที่มีความรู้ความสามารถบางประเภทจากประเทศอื่นเข้ามาทำงานในประเทศไทยเพื่อพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองแห่งการลงทุนและการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ

### การปรับตัวของชาวต่างชาติเมื่ออยู่ต่างถิ่น

การอยู่ต่างถิ่น หมายถึง การที่คนเดินทางไปยังต่างถิ่นของตนเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การทำธุรกิจ หรือในด้านการศึกษา เป็นต้น ซึ่งบางวัตถุประสงค์อาจใช้ระยะเวลาสั้น ดังนั้นจึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติและบรรลุวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวในด้านของสภาพอากาศ หรือการปรับตัวในด้านอาหารการบริโภค ซึ่งอาหารถือเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิต เพราะคนเราต้องบริโภคอาหารทุกวัน และสิ่งที่ต้องใช้ชีวิตอยู่ต่างถิ่นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรับตัวในด้านอาหาร ดังข้อมูลของ ประหยัด สายวิเชียร (2547) ที่ว่า อาหารของคนในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกัน คนในทวีปเอเชียส่วนใหญ่บริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก ส่วนคนในทวีปยุโรปและอเมริกาบริโภคข้าวสาลีซึ่งอยู่ในรูปของขนมปังเป็นอาหารหลัก นอกจากนี้ลักษณะภูมิอากาศยังเป็นตัวกำหนดอาหารในแต่ละพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ในเขตอากาศหนาว ผู้คนจะบริโภคไขมันมากกว่าคนที่อาศัยอยู่ในเขตร้อน รวมทั้งยังบริโภคอาหารที่ปรุงจากเนื้อสัตว์มากกว่าอีกด้วย

ประเทศไทยบริโภคข้าวเป็นหลักและบริโภคพร้อมกับอาหารอื่น ๆ ซึ่งอาหารนี้มีมากมายหลายประเภท อีกทั้งยังมีวิธีการปรุงและประกอบที่แตกต่างกัน เช่น การต้ม การผัด การแกง การทอด การปิ้ง การอบ การย่าง การยำ เป็นต้น ดังที่ พรชัย ภูโสภาก (2552) ได้ให้ข้อมูลว่าในปัจจุบันนี้อาหารไทยได้รับความนิยมและแพร่หลายไปทั่วโลก เนื่องจากความหลากหลายของรสชาติ ทั้งรสหวาน รสเค็ม รสเผ็ด รสเปรี้ยว อีกทั้งยังมีกลิ่นหอมและสีสันทที่ชวนบริโภค การปรุงแต่งอาหารไทยนอกจากจะใช้การปรุงแต่งแบบหลากหลายรสแล้ว ยังมีการใช้เครื่องเทศชนิดต่าง ๆ ในการทำให้มีกลิ่นหอม โดยเครื่องเทศต่าง ๆ เหล่านี้ยังมีสรรพคุณทางยาอีกด้วย ข้อมูลจากคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติร่วมกับรายการ Top Ten ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยได้ทำการสำรวจอาหารไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ 10 อันดับ สรุปได้ว่าอันดับที่ 1 ต้มยำกุ้ง อันดับที่ 2 แกงเขียวหวาน อันดับที่ 3 ผัดไท อันดับที่ 4 ผัดกะเพรา อันดับที่ 5

แกงเผ็ดเปิด่าง อันดับที่ 6 ต้มข่าไก่ อันดับที่ 7 ยำเนื้อ อันดับที่ 8 สะเต๊ะ อันดับที่ 9 ไก่ผัดเม็ดมะม่วง  
หิมพานต์ และอันดับที่ 10 แกงพะเนียง (Suan Dusit Cuisine, 2552)

### ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารของชาวต่างชาติ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับประทานอาหารของคนแต่ละคนนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายด้าน สรุป  
ได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก ๆ คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน (Internal Influences) ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ ความจำเป็น การสนใจ  
บุคลิกภาพ การรับรู้ และการเรียนรู้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความจำเป็น (Needs) อาหารมีความจำเป็นต่อร่างกายคน ดังที่ ธนิตา กิรติสุรณ  
(2552) ได้ให้ข้อมูลว่าอาหารมีความจำเป็นและความสำคัญต่อร่างกายของคนมาก เนื่องจากอาหาร  
ทำให้คนเราสามารถมีชีวิตอยู่ได้ และในแต่ละช่วงวัยก็มีความต้องการอาหารที่แตกต่างกัน  
เช่นเดียวกับข้อมูลของ ประหยัด สายวิเชียร (2547) ที่ว่า อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีผลต่อ  
สุขภาพมากที่สุด โดยที่อาหารจะช่วยทำให้ร่างกายเจริญเติบโตและแข็งแรง ทำให้เกิดการพัฒนา  
ทางการสติปัญญาและทำให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกายทำงานได้อย่างเป็นปกติ นอกจากนี้ยัง  
ช่วยซ่อมแซมอวัยวะที่สึกหรอของร่างกายอีกด้วย ส่วนวัยผู้ใหญ่และวัยสูงอายุ อาหารจะช่วย  
ซ่อมแซมและช่วยแก้ไขให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกายทำงานได้เป็นปกติ รวมทั้งอาหารจำนวนไม่น้อย  
ที่สามารถช่วยป้องกัน โรคได้ ตัวอย่างเช่น ไอโอดีนซึ่งเป็นธาตุชนิดหนึ่งพบได้ในอาหารทะเล  
โดยเฉพาะปลาทะเล เช่น ปลาทู ปลากระบอก เป็นต้น ไอโอดีนเป็นส่วนประกอบของฮอร์โมนในต่อม  
ไทรอยด์ มีหน้าที่ควบคุมการเผาผลาญของพลังงานในร่างกาย หากร่างกายขาดไอโอดีนมากจะเกิด  
อาการโรคคอพอกและร่างกายแคระแกรน และที่สำคัญถ้าร่างกายขาดไอโอดีนอย่างรุนแรงก็สามารถ  
ทำให้เป็นโรคปัญญาอ่อนได้ หรือทางภาคเหนือเรียกว่า โรคเอ๋ เป็นต้น (ทองโภชนาการ, 2552)

1.2 การสนใจ (Motivation) เป็นสิ่งเร้าภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้เกิด  
การปฏิบัติ สิ่งเร้าจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมซึ่งทำให้เกิดการตอบสนองและทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี  
ขึ้น โดยเฉพาะอาหารซึ่งมีสีสันสวยงามดูเป็นธรรมชาติจะเป็นสิ่งเร้าที่จูงใจผู้บริโภคได้มาก ดังข้อมูล  
ของ ศิวารัตน์ ณ ปทุม สุรกิจ เทวกุล และปริญญ์ ลักขิตานนท์ (2550) ที่ว่า ผู้บริโภคมักได้รับการผลักดัน  
ให้ตัดสินใจโดยเหตุผลหรือความพอใจส่วนตัว สิ่งจูงใจด้านเหตุผล หมายถึง สิ่งจูงใจหรือจุดมุ่งหมาย  
โดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ หรือใช้หลักเหตุผล เช่น ราคา ขนาด คุณภาพ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของ  
ผู้บริโภค ตามทฤษฎีเศรษฐกิจมีสมมติฐานว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีเหตุผลเมื่อได้พิจารณาทางเลือก  
ต่าง ๆ แล้ว จะตัดสินใจเลือกสินค้าที่มีประโยชน์สูงสุด ส่วนสิ่งจูงใจในด้านอารมณ์ หมายถึง การเลือก  
จุดมุ่งหมายตามหลักเกณฑ์ความรู้สึกส่วนตัว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ความต้องการเฉพาะบุคคล

กล่าวคือคนทุกคนต่างมีความต้องการ ความต้องการบางอย่างมีมาแต่กำเนิด และความต้องการบางอย่าง จะมีการเรียนรู้เองในภายหลัง ความต้องการที่มีแต่กำเนิด เป็นความต้องการเพื่อรักษาชีวิต ส่วนความ ต้องการที่เรียนรู้เอง เป็นความต้องการเพื่อก่อปฏิภริยาต่อวัฒนธรรมหรือสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมทั้งความ ต้องการมีศักดิ์ศรี ชื่อเสียง ความรัก ความพอใจ และความต้องการอำนาจ เป็นต้น (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

1.3 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะด้านจิตวิทยาซึ่งกำหนดและสะท้อนถึง วิธีการที่บุคคลมีการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม แม้ว่าบุคลิกภาพจะมีแนวโน้มเหมือนเดิม (Consistent) และคงที่ (Enduring) แต่อาจเปลี่ยนแปลงได้ในทันทีทันใดในช่วงเหตุการณ์ที่สำคัญของชีวิตหรืออาจ เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปก็ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ในศาสตร์ของธุรกิจ บุคลิกภาพ เป็น ลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคเอง แต่ละคนย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกัน ออกไปโดยมีเงื่อนไขอยู่ที่ เพศ รายได้ การศึกษา ความต้องการ ซึ่งส่งผลต่อความคิดเห็นและความนิยม ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเองล้วนส่งผลต่อ ความแตกต่างในการบริโภคอาหารของบุคคลด้วยเช่นกัน (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

การบริโภคอาหาร เป็นส่วนหนึ่งของการมีบุคลิกภาพที่ดีได้เช่นกัน โดยสังคมทั่วไปได้ กำหนดมารยาทในการบริโภคอาหารที่ควรปฏิบัติตามไว้หลายประการ ได้แก่ การไม่พุดคุยขณะ บริโภคอาหาร การไม่บริโภคอาหารคำโต มุมมาม การไม่เคี้ยวอาหารเสียงดัง หรือ การไม่บริโภค อาหารอย่างเอร็ดอร่อยจนไม่สนใจผู้อื่น เป็นต้น (Nova Act, 2552)

1.4 การรับรู้ (Perception) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ทางจิตวิทยา พิจารณาว่าเป็นการแปลความหมายของสิ่งเร้า โดยอาศัยประสบการณ์เดิม ความจำหรือความรู้เดิม ตลอดจนสถานการณ์ในขณะนั้นมาเป็นเครื่องช่วยโดยใช้กระบวนการจัดกระทำกับข้อมูล แล้วเก็บ รวบรวมข้อมูลไว้และนำไปใช้ภายหลัง บุคคลจะใช้วิธีสัมผัสได้แก่ หู ตา จมูก ปาก และผิวหนัง เป็นเครื่องมือสำหรับการรับรู้สิ่งเร้าต่าง ๆ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่ง แต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งที่กระตุ้นออกมาเป็นภาพรวม บุคคล 2 คน ซึ่ง ได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกัน เงื่อนไขอย่างเดียวกัน แต่อาจจะมีการตีความหมายและแสดง พฤติกรรมที่ต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) การรับรู้เกี่ยวกับอาหาร ได้แก่ สีสัน ซึ่งเป็นการรับรู้ ในเบื้องต้นสำหรับการบริโภคอาหาร หากอาหารมีสีสันสวยงาม จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนสนใจที่จะ บริโภค ส่วนทางด้านกลิ่นของอาหาร หากอาหารมีกลิ่นหอม จะสามารถดึงดูดให้คนที่อยู่บริเวณนั้น เข้าไปบริโภคได้เช่นกัน และที่สำคัญคือรสชาติของอาหาร หากอาหารมีสีสันสวยงาม กลิ่นหอม ชวนบริโภค และรสชาติเป็นที่นิยมของคน โดยทั่วไป อาหารนั้นจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เป็นต้น

1.5 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดจากประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) ด้านเศรษฐกิจพบว่า การเรียนรู้ของผู้บริโภคเป็นกระบวนการซึ่งปรากฏและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเป็นผลจากความรู้อันใหม่ที่ได้รับหรือจากประสบการณ์ที่แท้จริง (อคุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ตัวอย่างเช่น การทดลองบริโภคอาหารซึ่งอาจเป็นอาหารที่ไม่เคยบริโภคมาก่อน อย่างเช่นอาหารที่มาจากต่างประเทศของคนที่ไม่มีวิธีการทำและวัตถุดิบจากต่างประเทศ หรือคนทำอาหารอาจเป็นชาวต่างประเทศ เป็นต้น หากอาหารรับประทานมีสี สัน กลิ่น และรสชาติเป็นที่ชื่นชอบหรือราคาไม่สูงจนเกินไป จะทำให้สามารถบริโภคได้อีกในครั้งต่อไป แต่หากบริโภคแล้วไม่เป็นที่พอใจกับรสชาติหรือส่วนผสมบางอย่างของอาหาร บุคคลอาจจะหลีกเลี่ยงไม่บริโภคอาหารนี้ในครั้งต่อไปได้

2) ปัจจัยภายนอก (External Influences) ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ด้านเศรษฐกิจ (Economic) จะเกี่ยวข้องกับเรื่อง ราคาอาหาร ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการผลิตและการสื่อสาร และสภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจแบบการค้ำเสรี จึงมีสินค้าและบริการเสนอแก่ผู้บริโภคจำนวนมาก รวมทั้งสินค้าที่เป็นอาหาร หากอาหารชนิดใดมีจำนวนมาก ราคาอาหารจะถูกกว่าอาหารชนิดที่มีจำนวนน้อย ดังที่ ศิวารัตน์ ณ ปทุม สุรกิจ เทวกุล และปริญญา ตักขิตานนท์ (2550) ได้สรุปว่า ราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ส่วนด้านความเจริญก้าวหน้าทางด้านการผลิตและการสื่อสาร ทั้งในด้านการผลิตและการเกษตรกรรม การเก็บรักษา การแปรรูปอาหาร ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นที่ดึงดูดแก่ผู้บริโภค อีกทั้งการอำนวยความสะดวก ทำให้เป็นที่นิยมในการบริโภค และปัจจุบันการสื่อสารทำให้ได้รับข้อมูลต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และแพร่กระจายอย่างทั่วถึงแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจึงได้รับการเสนอขายสินค้าที่เป็นอาหารจากสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค และทางด้านสภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว

รายได้ของครอบครัวเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ครอบครัวหรือบุคคลที่มีฐานะทางการเงินดีจะสามารถซื้ออาหารหรือไปใช้บริการร้านอาหารที่มีคุณภาพดีได้มากกว่าครอบครัวหรือผู้ที่มีฐานะยากจน ทำให้เกิดเป็นค่านิยมใหม่ตามมา (วิณะ วีระไวทยะ และสง่า ดามาพงษ์, 2541)

2.2 ด้านสังคม (Social) ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงและการศึกษา กลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคอยู่เป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน ซึ่งกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อสมาชิกใน

กลุ่มอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะวัยรุ่น กลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลมากในเรื่องของอาหาร ผลจากการศึกษาจำนวนมากสรุปตรงกันว่า กลุ่มวัยรุ่นนั้น เพื่อนมีอิทธิพลด้านพฤติกรรมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งวัยรุ่นนิยมอาหารที่บริโภคแล้วทำให้วัยรุ่นรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย นอกจากนี้ยังมี กลุ่มครอบครัว หรือกลุ่มบุคคลชั้นนำ เช่น กลุ่มดารา นักร้องและนักกีฬาที่ได้รับความนิยม ต่างก็มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคของสมาชิกหรือผู้เกี่ยวข้องแทบทั้งสิ้น (อคุลย์ จาตุรงคกุล, 2543)

ประหยัด สายวิเชียร (2547) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัวไว้ว่า สังคมแรกที่ผู้คนรู้จักคุ้นเคยคือ ครอบครัว จะพบว่า ถ้าครอบครัวให้ความสำคัญในเรื่องอาหารและการบริโภค สมาชิกจะได้นิสัยนี้ติดไปด้วย ปัจจัยทางสังคมเป็นกฎเกณฑ์ที่ไม่ปรากฏเป็นลายลักษณ์อักษรเหมือนกฎหมาย แต่กฎเกณฑ์ทางสังคมเป็นกติกาที่ใช้ควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคมนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมการบริโภค ส่วนทางด้านการศึกษา จัดเป็นปัจจัยทางสังคมที่มีความสำคัญเนื่องจากหลักการด้านทฤษฎีและทักษะการปฏิบัติขั้นพื้นฐานนั้น เยาวชนควรได้เรียนรู้จากโรงเรียนหรือจากสถาบันการศึกษา และส่งเสริมสนับสนุนกับประสบการณ์ที่เด็กได้รับมาจากบ้าน พื้นฐานการปฏิบัติจากทางบ้านจะช่วยส่งเสริมสนับสนุนกับการเรียนรู้ที่โรงเรียน คือเรื่องนิสัยการบริโภคที่สามารถบริโภคได้ทุกอย่าง (ไม่เลือกบริโภค) ถ้าครอบครัวนั้นไม่เลือกบริโภค มีความสามารถในการรับรสสัมผัส ความรู้สึกเกี่ยวกับรสชาติอาหาร เช่น เปรี้ยว หวาน เค็มได้ดี ระดับการศึกษาจะช่วยให้คนมีความรู้เรื่องคุณค่าและประโยชน์ของอาหารต่าง ๆ อาหารตามฤดูกาล รวมถึงราคา เวลา และสถานที่ที่จะซื้อด้วย การเลือกอาหารและการบริโภคอาหารจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และปฏิบัติให้เป็นนิสัยโดยผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ ทั้งการเรียนรู้ในระบบ นอกโรงเรียนและตามอสังขาคัย

2.3 ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นสภาพแวดล้อมที่มีอยู่สำหรับผู้บริโภคทุกคน สภาพแวดล้อมที่ครอบคลุมอยู่ในสังคมตลอดเวลาจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเสมอ ผู้บริโภคมักจะรับเอาอิทธิพลของวัฒนธรรมมาจากภายนอก (External) การเรียนรู้วัฒนธรรมที่เป็นกระบวนการเข้าสู่สังคมของผู้บริโภค เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของสังคมที่เกิด (ฉัตรยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ, 2546)

ประหยัด สายวิเชียร (2547) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารว่า หมายถึง ธรรมเนียมวิธีการและประเพณีต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับอาหารที่คนในชุมชนหนึ่ง หรือ สังคมหนึ่ง ยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารทุกขั้นตอน คือ มีการกำหนด มีการเสริมสร้างให้มากกว่าสภาพจากธรรมชาติ ตามปกติของวัตถุดิบนั้น ๆ ที่คนนำมาใช้เป็นอาหาร ซึ่งไม่มีใครคนใดกินอาหารในสภาพธรรมชาติแท้ ๆ ของวัตถุดิบนั้น ๆ หรือบริโภคตามความรู้สึกที่ต้องการทางชีววิทยา โดยธรรมชาติของคน ๆ นั้น ตามปกติวิสัย เมื่อคนเกิดความหิวจะมุ่งหาเฉพาะอาหารที่เคยบริโภคมาก่อน เช่น คนไทย ถ้าหิวจะหาข้าวและอาหารที่ปรุงแต่งรสชาติที่ตนเองชอบก่อน หรืออาจเป็น

อาหารประจำท้องถิ่น เช่นเดียวกับ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ที่ได้สรุปว่าอิทธิพลจากวัฒนธรรมภายนอก หรือวัฒนธรรมข้ามชาติ ปัจจุบันการบริโภคของคนไทยในสังคมเมืองได้รับวัฒนธรรมจากประเทศตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ ทั้งประเภทอาหาร บริการ รูปแบบการบริโภค และการจัดสถานที่ จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภครุ่นใหม่เป็นอย่างมาก แม้จะมีราคาแพงก็ตาม

### การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารของชาวต่างชาติ

อาหารซึ่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตของคน โดยปกติในวันหนึ่ง ๆ คนเราจะบริโภคอาหารอย่างน้อย 3 มื้อต่อวัน พฤติกรรมการบริโภคอาหารจะสัมพันธ์กับที่อยู่อาศัย โดยหากพิจารณาจากลักษณะด้านภูมิประเทศและด้านภูมิอากาศซึ่งเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ส่งผลต่อวัตถุดิบในท้องถิ่นที่นำมาปรุงและประกอบอาหาร ซึ่งวัตถุดิบในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันไป และส่งผลให้อาหารของพื้นที่ต่าง ๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างกันออกไปด้วย (ประหยัด สายวิเชียร, 2547)

ประเทศไทยตั้งอยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เส้นศูนย์สูตร ซึ่งมีอากาศเหมาะสมในการเพาะปลูกพืชพันธุ์ต่าง ๆ รวมทั้งมีลมมรสุมทำให้มีฝนตกในปริมาณเพียงพอ ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้ทำให้ประเทศไทยเป็นมีความอุดมสมบูรณ์ในด้านอาหารการกิน อาหารไทยมีลักษณะพิเศษ เนื่องจากคนไทยมีศิลปะอยู่ในสายเลือดจึงแสดงออกในรูปแบบการปรุงแต่งรูป รส กลิ่น ให้กลมกล่อมอร่อยและรสจัดอย่างโดดเด่นเป็นพิเศษ อีกทั้งยังมีการจัดตกแต่งอาหารให้มีสีสันอย่างสวยงาม อาหารไทยมีอยู่มากกว่า 255 ชนิด และหลายประเภท เช่น อาหารคาว อาหารหวาน อาหารว่าง นอกจากนี้ยังมีอาหารตามท้องถิ่น อาหารตามฤดูกาล และอาหารตามเทศกาลอีกด้วย (อนันต์ ขอนทอง, 2553) โดยส่วนใหญ่คนไทยมักจะบริโภคอาหารเป็นสารับ ประกอบด้วยข้าวเป็นหลัก และจะมีกับข้าวอีก 2 – 3 อย่าง อาหารจะมีวิธีปรุงที่หลากหลาย เช่น ต้ม ผัด แกง ทอด อบ ตุ่น นึ่ง คั่ว ตำ ยำ เป็นต้น แต่ถ้าหากอยู่ในช่วงเร่งรีบก็อาจจะตักกับข้าวทุกอย่างใส่รวมในจานเดียว หรือที่เรียกว่า ข้าวราดแกง (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม, 2552)

ปัจจุบันเนื่องจากข้อจำกัดของเวลาและเศรษฐกิจ ทำให้มีผลกระทบต่อภาวะโภชนาการคือประชาชนมีเวลาและงบประมาณในการเตรียมการเกี่ยวกับเรื่องของอาหารน้อยลง ทำให้ได้รับอาหารที่มีคุณค่าด้อยลงและไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายจนอาจเกิดภาวะทุพโภชนาการ และเป็นเหตุให้เป็นโรคทางโภชนาการต่าง ๆ ได้ เช่น โรคอ้วน โรคผอม โรคขาดสารอาหารต่าง ๆ โรคกระเพาะอาหาร ความดันโลหิตสูง เบาหวาน ฯลฯ เป็นต้น จึงมีการนำอาหาร จานเดียว เข้ามาส่งเสริมให้มีการปรุง และบริโภคกันอย่างทั่วถึง เพื่อช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว



อาหารจานเดียว เป็นอาหารที่ประกอบขึ้นในหนึ่งงาน โดยมีปริมาณและคุณค่าอาหารเพียงพอ แก่ความต้องการของร่างกายใน 1 มื้อ โดยตามหลักโภชนาการจะต้องประกอบด้วยอาหารหลัก 5 หมู่ ให้เหมาะสมกับ เพศ วัย ความหนักเบาของกิจกรรม และสภาวะของร่างกายของผู้บริโภค พร้อมกันนี้ จะต้องมียุทธศาสตร์เตรียมและปรุงแต่งอาหารอย่างสงวนคุณค่า สะอาด ถูกหลักอนามัย มีสี กลิ่น รส ที่ดี เครื่องปรุงได้จากอาหารต่าง ๆ ที่หาได้ง่ายและมีในท้องถิ่น วิธีการไม่ยุ่งยาก โดยต้องประหยัดเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ (กองโภชนาการ, 2552) นอกจากนี้ Kyle Comforth (2010) ได้ให้ ข้อมูลในวารสารของโรงเรียนนานาชาติเปรมติณสูลานนท์ว่า หากต้องการมีสุขภาพดี ควรบริโภค อาหารไทย เพราะอาหารไทยนอกจากจะมีรสชาติดีแล้ว การปรุงอาหารไทยยังมีการใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบในอาหาร ซึ่งสมุนไพรเหล่านั้นต่างมีสรรพคุณทางยาอีกด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้สรุปว่าในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรืออาหารมาบริโภคนั้น จะต้องมีการตัดสินใจเลือกซื้อตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าหรือ บริโภคอาหารแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอน ดังนี้

1) การมองเห็นปัญหา (Perceived problems) การที่คนเรามีชีวิตสุขสบาย ไม่มี ปัญหาใด ๆ ก็จะไม่คิดที่จะหาสินค้าหรืออาหารใด มาแก้ปัญหาชีวิตของตัวเอง ดังนั้น การตลาดจึง ต้องพยายามที่จะจับจุดปัญหาให้ผู้บริโภคนั้นเกิดปัญหาความต้องการ

2) การแสวงหาภายใน (Internal search) เมื่อคนเราเกิดปัญหา ก็จะต้องแสวงหา หนทางแก้ไขภายในเสียก่อน ด้วยขั้นตอนนี้เองทำให้เกิดการตลาดที่จะต้องพยายามทำให้สินค้า ของตัวเองนั้นประทับอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค แล้วจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคระลึกได้เป็น ยี่ห้อนั้น ๆ (Top of mind brand) ซึ่งหมายถึงยี่ห้อที่ผู้บริโภคระลึกได้ก่อนยี่ห้ออื่น ๆ

3) การแสวงหาภายนอก (External search) เมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าหรือ อาหารที่ตัวเองจำได้ หรือมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรืออาหารที่จำได้ไม่เพียงพอ ผู้บริโภคก็จะ เริ่มแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากภายนอก ด้วยวิธีการต่อไปนี้

(1) การหาข้อมูลจากการดูโฆษณา เมื่อผู้บริโภคอยากจะทำรู้ว่าสินค้าอะไรน่าซื้อ ก็จะ ดูโฆษณา นักการตลาดที่ดีควรเลือกโฆษณาในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม

(2) การไป ณ จุดขาย สิ่งที่สำคัญในจุดนี้ก็คือ สินค้าจะต้องมีวางขาย ณ จุดขาย เพราะ ผู้บริโภคได้มีโอกาสที่จะขาย นอกจากนั้นการจัดวางนำเสนอสินค้า (Display) ก็ต้องเด่นชัด พนักงาน ขายจะต้องมีมารยาท มีบริการที่ดี มีความสามารถ จึงจะทำให้การแสวงหาภายนอกในครั้งนี้เป็น ประโยชน์แก่สินค้า

(3) การโทรศัพท์พูดคุยกับบริษัทหรือร้านค้า การที่ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูล ภายนอกโดยวิธีนี้ สิ่งที่นักการตลาดควรทำก็คือการโฆษณาอยู่ในสมุดหน้าเหลือง เพราะถ้าหาก

ผู้บริโภคต้องการแสวงหาด้วยการโทรศัพท์ไปตรวจสอบ แต่เราไม่มีหมายเลขโทรศัพท์ที่อยู่ในสมุดหน้าเหลืองเราก็หมดโอกาสได้เช่นกัน

(4) การขอพบพนักงานขาย เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้าที่ตัวเองจำได้ก็อาจจะได้ข้อมูลจากสินค้าอื่น ๆ ที่ตัวเองไม่เคยรู้จัก ก็อาจจะติดต่อพนักงานเพื่อให้มาพบเพื่อให้คำแนะนำขายสินค้า ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องมีจำนวนเพียงพอ และมีประสิทธิภาพในการเสนอและสามารถจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าได้ทันทั่วทั้ง

(5) การสอบถามจากผู้ที่เคยใช้สินค้าแล้ว ในกรณีดังกล่าวนี้เราจะต้องมีสินค้าที่ดี เป็นที่ประทับใจของผู้ที่เคยใช้ เพราะเมื่อมีผู้บริโภคที่ต้องการอยากจะใช้สินค้าไปสอบถามผู้ที่เคยใช้แล้วเราหวังว่าเราจะได้คำชมที่ดีจากผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว เพื่อเป็นการแนะนำให้ผู้ที่กำลังแสวงหาทางเลือกใช้สินค้าของเรา หลังจากที่ผู้บริโภคได้แสวงหาด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง หรือหลายวิธีข้างต้นแล้ว ผู้บริโภคก็จะดำเนินการขั้นตอนต่อไปในกระบวนการการตัดสินใจ นั่นคือการประเมินทางเลือก

4) การประเมินทางเลือก (Evaluation) ผู้บริโภคได้รับรู้สินค้าน้อยๆ แล้ว ก็จะนำมาประเมินว่า สินค้าใดดีกว่ากัน ในแง่ใด ความสำคัญในขั้นตอนนี้ก็คือ เราต้องให้จุดเด่นของสินค้าของเรา (Feature) ตรงกับมาตรการ (Criteria) การที่เราไม่ศึกษามาตรการในการตัดสินใจของผู้บริโภคแล้วสร้างจุดเด่นตามใจเรานั้น โอกาสในการจะได้รับเลือกก็จะยากขึ้น การขายก็จะยากขึ้น เพราะจะต้องไปเปลี่ยนใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาตรการในการเลือกซื้อเพื่อสอดคล้องกับจุดเด่นที่มี เมื่อผู้บริโภคได้พิจารณาแล้วก็จะถึงขั้นตอนถัดไป ก็คือการตัดสินใจซื้อ

5) การตัดสินใจซื้อ (Decision making) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเฉื่อยในการตัดสินใจ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เพราะเหตุว่าในการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อนั้นเขาต้องเสี่ยงว่าสินค้าที่เขาซื้อจะดีเหมือนคำโฆษณาหรือไม่ จะมีคุณภาพคุ้มค่าน่าที่เขาย้ายไปหรือไม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดอยู่กับสินค้าที่ตัวเองมีความเคยชิน ดังนั้นสินค้าใหม่ ๆ ที่จะนำเสนอตัวเองแก่ผู้บริโภคนั้นต้องหาหนทางในการจะเร่งรัดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจ และตัดสินใจซื้อสินค้าของตัวเอง วิธีการเร่งรัดการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นมีมากมายหลายวิธี

กล่าวโดยสรุปคือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรืออาหารใด ๆ มาบริโภค นั้น ผู้บริโภคจะมีกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าตามหลักการต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นผู้ขายจึงควรให้ความสนใจต่อสินค้าหรืออาหารต่าง ๆ ที่นำมาเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจต่อสินค้าหรืออาหารของผู้ขายเอง

## โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่

ความเป็นมาของโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทย วิลาวลัย มาคูน (2553) ได้สรุปถึงความเป็นมาของโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยว่า โรงเรียนนานาชาติเกิดจากสมาคมการศึกษาเพื่อเด็กนานาชาติได้ขออนุญาตต่อกระทรวงศึกษาธิการจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติภายใต้ชื่อโรงเรียนสถานศึกษานานาชาติ (International School Bangkok) ซึ่งถือเป็นโรงเรียนนานาชาติแห่งแรกในประเทศไทย เพื่อจัดการศึกษาสำหรับบุตรธิดาข้าราชการสถานทูตและผู้ได้รับเอกสิทธิทางการทูตซึ่งในขณะนั้นเด็กไทยยังไม่สามารถเข้าเรียนในโรงเรียนนานาชาติได้ แต่เนื่องจากผู้ปกครองมีความต้องการให้บุตรหลานมีความรู้และทักษะภาษาอังกฤษจึงส่งบุตรหลานไปเรียนต่างประเทศและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราให้กับต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นในปี พ.ศ.2534 นายอานันท์ ปันยารชุน ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในขณะนั้นจึงได้มอบหมายให้กระทรวงศึกษาธิการเสนอมาตรการอนุญาตให้มีการเปิดโรงเรียนนานาชาติสำหรับเด็กไทย

ความหมายและความสำคัญของโรงเรียนนานาชาติ วิลาวลัย มาคูน (2553) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของโรงเรียนนานาชาติไว้ว่า โรงเรียนนานาชาติ หมายถึง โรงเรียนที่จัดการศึกษาในระบบ โดยใช้หลักสูตรต่างประเทศหรือหลักสูตรต่างประเทศที่ปรับรายละเอียดเนื้อหา รายวิชาใหม่หรือหลักสูตรที่จัดทำขึ้นเองที่ไม่ใช่หลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการและใช้ภาษาต่างประเทศเป็นสื่อในการเรียนการสอนให้กับนักเรียน โดยไม่จำกัดเชื้อชาติ ศาสนา และไม่จำกัดต่อศีลธรรมและความมั่นคงของประเทศ ด้วยภาษาอังกฤษได้กลายเป็นภาษาที่ทั่วโลกใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร ทำให้ผู้ปกครองที่ต้องการให้บุตรหลานมีความรู้ความสามารถ ศักยภาพและมาตรฐานเพียงพอที่จะแข่งขันในสังคมโลกในยุคโลกาภิวัตน์ มีความสนใจในการส่งเสริมบุตรหลานเรียนภาษาอังกฤษ เนื่องจากการส่งบุตรหลานไปเรียนภาษาอังกฤษยังต่างประเทศนั้นมีค่าใช้จ่ายสูงมาก ผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงให้ความสนใจในการส่งบุตรหลานไปเรียนภาษาอังกฤษยังโรงเรียนนานาชาติที่เปิดในประเทศไทย เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการส่งไปเรียนยังต่างประเทศ จึงส่งผลทำให้นักลงทุนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติมีความสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจ โรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ปัจจุบันนี้ (พุทธศักราช 2553) ประเทศไทยมีโรงเรียนนานาชาติมากกว่า 100 แห่ง ทั่วประเทศ รวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีโรงเรียนนานาชาติจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนนานาชาติเชียงใหม่ โรงเรียนนานาชาตินครพายัพ โรงเรียนนานาชาติเปรมติณสูลานนท์ โรงเรียนนานาชาติลานนา โรงเรียนนานาชาติอเมริกันแปซิฟิก โรงเรียนนานาชาติเกรซ โรงเรียนคริสเตียนเยอรมันเชียงใหม่ (สารานุกรมวิกิพีเดีย, 2553) ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดและประเทศเป็นจำนวนมาก

การดำเนินงานของโรงเรียนนานาชาติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการศึกษา (2553) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียนนานาชาติไว้ว่า ในการขอจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติ ผู้ขอรับใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียนอาจเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลก็ได้ โดยต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ประเภทบุคคล ต้องมีสัญชาติไทย มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีและมีคุณสมบัติอื่นๆ ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 และตามระเบียบที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด

2. ประเภทนิติบุคคล

(1) มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา เว้นแต่นิติบุคคลที่ขอจัดตั้งนั้นเป็นองค์การของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ

(2) เป็นนิติบุคคลที่เป็นบริษัทมหาชนจำกัด บริษัท จำกัดหรือห้างหุ้นส่วน ต้องมีจำนวนหุ้นหรือทุนเป็นของผู้ถือหุ้นหรือเป็นหุ้นส่วนที่มีสัญชาติไทย ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหรือทุนทั้งหมดและจะต้องมีจำนวนผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนที่มีสัญชาติไทย ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนทั้งหมด

(3) นิติบุคคลที่เป็นมูลนิธิ จะต้องมีการการที่มีสัญชาติไทย ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการบริหารทั้งหมด

(4) นิติบุคคลที่เป็นสมาคมหรือสหกรณ์ จะต้องมีการการที่มีสัญชาติไทย ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด และสมาชิกของสมาคมหรือสหกรณ์ต้องมีสัญชาติไทย ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมด

(5) ผู้จัดการของนิติบุคคลหรือผู้แทนของนิติบุคคลนั้นต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 21

คุณสมบัติของครูผู้สอนในโรงเรียนนานาชาติ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการศึกษา (2553) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของครูผู้สอนในโรงเรียนนานาชาติไว้ว่า จะต้องมีความรู้ดังต่อไปนี้

1. มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์
2. มีวุฒิปริญญาทางการศึกษา หรือเทียบเท่า หรือมีคุณวุฒิอื่นที่คุรุสภารับรอง
3. ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติสภาครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2546
4. มีความรู้ในภาษาและวัฒนธรรมไทย
5. มีความรู้ในการประกอบวิชาชีพครูตามมาตรฐานความรู้ที่คณะกรรมการ คุรุสภากำหนด

6. มีจรรยาบรรณของวิชาชีพ

7. มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพครูจากต่างประเทศ และผ่านการปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาในระบบโรงเรียนไม่น้อยกว่า 1 ปี

หลักสูตรและระบบการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนนานาชาติ ธงชัย สมบูรณ์ (2553) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรและระบบการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยว่าเป็นการนำหลักสูตรและระบบการศึกษาของประเทศต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนซึ่งมีหลายระบบ อาทิ ระบบอังกฤษ ระบบอเมริกัน ระบบนานาชาติ (International Baccalaureate Program) ระบบญี่ปุ่น ระบบเยอรมัน ระบบฝรั่งเศส ระบบสิงคโปร์ ระบบสิงคโปร์/อังกฤษ ระบบอินเดีย และระบบที่โรงเรียนจัดขึ้นเอง แต่ระบบที่แพร่หลายและใช้กันอยู่ทั่วโลกมี 3 ระบบ ดังนี้

(1) ระบบอังกฤษ มี UK Department for Education and Skills (DFES) เป็นผู้กำหนดหลักสูตรแห่งชาติซึ่งจะใช้กับโรงเรียนนานาชาติทั่วโลก นักเรียนจะเรียน 6 – 8 วิชาในระดับ 10 และ 11 เพื่อสอบให้ได้ O Level หรือที่เรียกว่า GSCE (The General Certificate of Secondary Education) ส่วนในระดับชั้น 12 และ 13 ต้องเรียนอีก 3 วิชาเพื่อสอบในระดับ A Level

(2) ระบบอเมริกัน ในแต่ละรัฐของประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีอิสระในการกำหนดหลักสูตร ไม่มีหลักสูตรแห่งชาติแบบระบบอังกฤษ แต่มีหลักการที่สำคัญ คือ คำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการสร้างความรู้โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เป็นระบบที่โรงเรียนเตรียมความพร้อมให้แก่ นักเรียนในการสอบ SATs (Standard Assessment Tests) ซึ่งการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนในระบบนี้จะเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กเพื่อเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยของสหรัฐอเมริกาด้วย

(3) ระบบนานาชาติ (International Baccalaureate Program) เริ่มที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ เนื่องจากความเป็นสากลและเป็นหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยทั่วโลกยอมรับ เป็นหลักสูตรที่เน้นกระบวนการที่ให้นักเรียนได้เรียนรู้ตามช่วงพัฒนาการของเด็กโดยหลักสูตร Early Years และ Middle Years นี้ จะนำไปสู่หลักสูตร IB Diploma ขึ้นต่อไปเพื่อเป็นการเตรียมนักเรียนที่มุ่งเข้าเรียนในระดับมหาวิทยาลัย นักเรียนจะเรียนรายวิชาทั้งสิ้น 6 วิชา (รวมทั้งภาษาต่างประเทศหนึ่งภาษา เช่น ภาษาไทย) นอกจากนี้ ก็ยังมีการเขียน Essay และการทำกิจกรรมสร้างสรรค์บริการและช่วยเหลือสังคม (CAS : Creative Action and Services) อีกด้วย ระบบนี้จะเน้นที่ความเป็นนานาชาติและสากลเหมาะสมสำหรับนักเรียนที่ต้องย้ายถิ่นบ่อย ๆ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต่อการบริการอาหารไทยในจังหวัดท่องเที่ยว โดยสุ่มเลือกจังหวัดที่ศึกษาแบบเจาะจงเลือกจากภูมิภาคต่าง ๆ ประกอบด้วยจังหวัดกาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานีและกรุงเทพมหานคร รวม 7 จังหวัด โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวไทยจำนวน 295 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 277 คน เจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว 82 คน และผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมในแต่ละจังหวัดจำนวน 177 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 836 คน นอกจากนี้ข้อมูลบางส่วนได้จากการสัมภาษณ์มีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่และผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำนวน 20-30 คน ในแต่ละจังหวัดยกเว้นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.9 สนใจที่จะรับประทานอาหารไทยอีกภายหลังจากเดินทางกลับประเทศของตนเองแล้ว สิ่งที่จะทำให้ชาวต่างชาติลังเลไม่กล้ารับประทานอาหารไทยเนื่องจากไม่ทราบส่วนประกอบของอาหารไทย ร้อยละ 38.0 รสชาติที่จัดจ้าน ร้อยละ 35.9 ส่วนความเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าจุดเด่นของอาหารในจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ความหลากหลายของอาหาร ร้อยละ 66.8 คุณภาพของอาหาร ร้อยละ 63.7 และการหาร้านอาหารได้สะดวก ร้อยละ 58.0 ตามลำดับ

พรจิต สมบัติพานิช (2547) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศูนย์กลางโครงการ คริวไทยสู่โลก นครลอสแอนเจลิส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงลักษณะและปัญหาของผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยและผู้บริโภคชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารไทยที่อยู่ในนครลอสแอนเจลิสและเมืองบริเวณรอบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในนครลอสแอนเจลิส และชาวเมืองลอสแอนเจลิสที่บริโภคอาหารไทย ผลการศึกษาด้านผู้ประกอบการร้านอาหารไทยพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยประสบปัญหาเรื่องความสะอาดของร้านอาหารและคุณภาพอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาเรื่องผู้ปรุงอาหาร ปัญหาเรื่องเงินทุนในการประกอบการ และปัญหาเรื่องวัตถุดิบที่มีราคาสูง ส่วนผลการศึกษาด้านผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจรับประทานอาหารไทยเพราะรสชาติของอาหารไทยและความสะอาดของร้านที่ให้บริการ และผู้บริโภคมีทัศนคติต่ออาหารไทยในระดับดีมากต่อคุณภาพของอาหารและการให้บริการภายในร้าน

พันธะจิต ดังก้อง (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ โดยมีนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในด้านโภชนาการค่อนข้างดี โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับประทานอาหารครบทั้งห้าหมู่ให้หลากหลายในปริมาณที่เพียงพอทุกวันเพื่อช่วยให้ร่างกายเจริญเติบโต กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความจำเป็นนอกจากเป็นความชอบโดยส่วนตัวแล้วยังมีปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดเนื่องจากอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายชนิด หลายประเภททั้งง่ายและรวดเร็วต่อการรับประทาน นอกจากนี้ร้านค้ายังเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน บรรยากาศภายในร้านสะอาด รสชาติของอาหารแปลกใหม่กว่าอาหารธรรมดาทั่วไป อีกทั้งสื่อโฆษณาต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่เห็นทั้งภาพ เสียงและกิจกรรมต่างๆ เป็นสิ่งจูงใจให้เข้าไปใช้บริการฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น

พิเชฐ ลาภานุพัฒน์ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร และศึกษาถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาพักที่จังหวัดเชียงใหม่อย่างน้อย 1 วัน สถานที่เก็บข้อมูล คือ สถานบริการวิชาการนานาชาติ (International Center) บริเวณวัดพระสิงห์ และประตูท่าแพ เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรกคือ ราคาของอาหาร อันดับที่สองคือ รสชาติของอาหาร และอันดับที่สามคือ ความสะอาดของอาหาร ส่วนบรรยากาศ การบริการ และสถานที่ของที่จำหน่ายอาหารเป็นอันดับที่รองลงมา

พิมพ์ใจ เรืองธนากร (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมื้อเย็นนอกบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมื้อเย็นนอกบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่บริโภคอาหารมื้อเย็นนอกบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยให้ความสำคัญระดับมากทุกปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ปัจจัยด้านบุคคล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ปัจจัยด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยเรียงลำดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมื้อเย็นนอกบ้านดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคลมี

ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคามีความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติของอาหารไม่อร่อย อาหารไม่สด และไม่สะอาด ปัญหาของปัจจัยด้านราคา คือราคาแพงกว่าร้านอาหารระดับเดียวกัน และมีอัตราค่าบริการสูงกว่าร้านอาหารระดับเดียวกัน ปัญหาของการจัดจำหน่ายในสถานที่ของร้านอาหารไกลเกินไป และช่วงเวลาในการเปิดให้บริการน้อยเกินไป ปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านการโฆษณาเกินจริง และการให้ส่วนลดมีเงื่อนไขที่ไม่ได้บอกล่วงหน้า ปัญหาของปัจจัยด้านบุคคลในด้านการพนักงานให้บริการล่าช้า และให้บริการด้วยความไม่สุภาพ ปัญหาของปัจจัยด้านกระบวนการในด้านการชำระเงินค่าอาหารที่ล่าช้า ช่วงเวลาในการเปิด-ปิดไม่สะดวกในการใช้บริการ และปัญหาของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพในด้านสถานที่คับแคบ บรรยากาศไม่ดี และมีโต๊ะไม่เพียงพอกับจำนวนแขกที่มาใช้บริการ

วรวรรณ องค์กรุทธรักษา และ นิดา ลากศรีสวัสดิ์ (2552) ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของชาวญี่ปุ่น ที่มีต่ออาหารไทย กรณีศึกษาร้านอาหารไทยในกรุงเทพฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของร้านอาหารไทยในกรุงเทพฯ ประเทศญี่ปุ่น และเพื่อทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารไทย จำนวน 509 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่าร้านอาหารไทยส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อการประชาสัมพันธ์ร้าน และสื่อ ที่มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นมากที่สุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต ด้านทัศนคติ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าอาหารไทยส่วนใหญ่มีรสเผ็ด จึงไม่ค่อยเป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่น อีกทั้งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีซึ่ง เป็นสิ่งสำคัญที่สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ของอาหารไทย รวมถึงเปลี่ยนทัศนคติของชาวญี่ปุ่นที่มีต่ออาหารไทย

สุจิรา रिมนุสสิต (2545) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการอาหารแบบขันโตก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของการบริการอาหารแบบขันโตก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาใช้บริการ ณ ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ และคุ้มขันโตก จำนวน 365 คน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ การสังเกต และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การหาอัตราส่วนร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาความเบี่ยงเบนของข้อมูลและสถิติเชิงวิเคราะห์ทดสอบ t และวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการอาหารแบบขันโตก ด้านบริการในระดับมากที่สุด ส่วนด้านคุณภาพอาหาร ราคา บรรยากาศและกิจกรรมการแสดงมีความพึงพอใจในระดับมาก



อุดม นิยมค้า และคณะ (2548) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาในเขตเทศบาลพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาในเขตเทศบาลพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษา จำนวน 412 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่ออาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้า ด้านสถานที่ ด้านโฆษณา และการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงทั้งหมด ด้านสังคมและวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเรื่องชนิดของอาหารซึ่งมีไขมันสูงทำให้อ้วนและมีปัญหาสุขภาพมาก ส่วนเรื่องราคาอาหาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า อาหารมีราคาแพงเกินไป อาหารมีคุณค่า ทางอาหารต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าและราคาของสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนครั้งในการบริโภคต่อเดือน และค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับการบริโภค ต่อครั้ง ส่วนทัศนคติด้านการโฆษณาและการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนครั้งในการบริโภคต่อเดือน

Chulanee Thianthai (2003) ศึกษาเรื่อง ความเชื่อด้านอาหารและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการกินของคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ (Cosmopolitan Food Beliefs and Changing Eating Habits in Bangkok) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกินอาหารของคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ค่านิยมเกี่ยวกับอาหารไทย ชนิดของอาหาร รูปแบบการกิน อายุ เพศและความเชื่อ รวมทั้งอิทธิพลของอาหารตะวันตก ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน คือผู้วิจัยใช้การสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชน และศึกษาจากเอกสาร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ประกอบด้วย กลุ่มเด็กวัยรุ่น กลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกิน จำแนกได้ 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ด้านปัจจัยภายใน เช่น การกลับมาฟื้นฟูหรือให้ความสำคัญกับอาหารไทยนับว่าเป็นแนวโน้มที่ดีในการกลับมากินอาหารไทย ส่วนด้านปัจจัยภายนอก เช่น การให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาและการนำสิ่งที่มีในท้องถิ่นออกมาเผยแพร่ซึ่งรวมถึงการนำท้องถิ่นสู่สากลหรือสู่ความเป็น โลกาภิวัตน์ รูปแบบการกินอาหารในชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์กับชนิดของอาหาร ในขณะเดียวกัน การไหลบ่าเข้ามาของกระบวนการ โลกาภิวัตน์มีผลต่อการปรับชนิดของอาหาร แต่จุดขายความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย ยังมีบทบาทต่อการเลือกกินอาหาร อย่างไรก็ตามตัวแปรทางด้านเพศ วัย และความเชื่อ มีความสัมพันธ์ในการเลือกอาหารที่แตกต่างกัน การรับรู้เกี่ยวกับคำว่า อาหารดี (Good food) อาหารไม่ดี (Bad food) อาหารขยะ (Junk food) และคำว่าอาหารจานด่วน (Fast food) มีความแตกต่างตามอายุ เพศและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล งานวิจัยเรื่องนี้ได้มีข้อค้นพบว่า

ผู้ชายและผู้หญิงให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกของตนเองและเลือกที่จะกินอาหารที่เสริมรูปร่างลักษณะตนเองให้ดูดีขึ้น เช่น ผู้ชายต้องการให้มีรูปร่างลักษณะเหมือนผู้ชายในกลุ่มในประเทศตะวันตก (Western-built bodies) ส่วนผู้หญิงต้องการให้รูปร่างของตนดูผอมและเพรียวซึ่งมีผลต่อความงามของตนเอง และภาพลักษณ์ที่ปรากฏในวงสังคมชั้นสูง ดังนั้นการมีความเชื่อและความห่วงใยเกี่ยวกับความสวยงามของตนเอง เป็นสาเหตุของการไม่มีความสุขในการกินอาหารซึ่งควรมีการให้ความรู้ในแนวทางที่ถูกต้องต่อไป

Lorraine Handler Sirota, Jacqueline M. Newman, and Xiaoying Lei. (1996) ศึกษาเรื่องมุมมองในด้านนิสัยการบริโภคอาหารจีน (Chinese Food Habit Perspectives) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานิสัยการบริโภคอาหารของคนจีนที่เข้าไปศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 32 คน เพื่อเปรียบเทียบนิสัยการบริโภคอาหารก่อนและหลังการเข้าไปเรียนในประเทศสหรัฐอเมริกา ใช้แบบสอบถามของ The National Cancer Institute's Health Habits และมีการซักประวัติย้อนหลัง (history questionnaire) มีการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรับเอาวัฒนธรรมด้านอาหารที่เป็นลักษณะของวัฒนธรรมใหม่ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ความถี่ในการบริโภคอาหารซึ่งกำหนดไว้ไม่ต่ำกว่า 100 ชนิดผลการศึกษาพบว่า มีการบริโภคอาหารประเภท ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากนมเพิ่มมากขึ้นจากเดิม แต่การบริโภคอาหารประเภทขนมปัง ธัญพืชและผักลดลง พฤติกรรมการบริโภคอาหารเปลี่ยนไปตามสิ่งแวดล้อมและการไปซื้อของที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของจีน นอกจากนี้ยังพบว่า อาชีพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคอาหารด้วย

Nonnapat Tiatrakoon (2006) ศึกษา เปรียบเทียบความพึงพอใจของชาวตะวันตกระหว่างอาหารไทยแบบต้นตำหรับในประเทศไทยกับอาหารไทยแบบผสมผสานในต่างประเทศ (The Comparison of Western Tourist's Satisfaction Between Original Thai Food in Thailand and Fusion Thai food Aboard) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของชาวตะวันตกต่ออาหารไทยแบบต้นตำหรับในประเทศไทยและอาหารไทยแบบผสมผสานในต่างประเทศ และศึกษาว่าอาหารไทยจานใดที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นชาวตะวันตกที่เคยรับประทานอาหารไทยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศซึ่งเดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน เก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ การสังเกต และจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และการหาค่า ความเบี่ยงเบนของข้อมูล และสถิติเชิงอนุมานแบบทดสอบ t การวิเคราะห์ความแปรปรวนและการวิเคราะห์แบบถดถอย ผลการศึกษาพบว่าผัดไทยเป็นอาหารไทยซึ่งชาวต่างชาติให้ความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือแกงเขียวหวานไก่และต้มยำกุ้ง ในด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่ออาหารไทยพบว่า ส่วนใหญ่พึงพอใจในอาหารไทยแบบต้น

สำหรับโดยรวมในประเทศไทยในระดับดีมาก และจากผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของอาหารไทยในประเทศไทยและความพึงพอใจโดยรวมของอาหารไทยในต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันในด้านบวกอีกด้วย สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่เคอร์รับประทานอาหารไทยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศมีความพึงพอใจในอาหารไทยแบบต้นตำหรับในประเทศไทยมากกว่าอาหารไทยแบบผสมผสาน ในต่างประเทศ

Pannakarn Leepaiboon (2006) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกกินอาหารไทยของชาวออสเตรเลีย รัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย (A Model of Consumer Decision Making for the Adoption of Thai Food in Victoria, Australia) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกกินอาหารไทยในรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการอาหารไทย คำถามประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว ประสบการณ์ ความรู้ แหล่งข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ ความตระหนักและการประเมินเพื่อตัดสินใจเลือกอาหาร ความเหมือนและความแตกต่างทางความคิดเห็นระหว่างเจ้าของร้านและลูกค้า มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาด การหาความสัมพันธ์ระหว่าง 4Ps Marketing Mix (product, price, place, promotion) ปัจจัยในการกลับมากินอาหารไทยแบบดั้งเดิม ระหว่างกลุ่มที่เคยมีประสบการณ์ในการกินอาหารไทยกับกลุ่มที่ไม่เคยกินมาก่อน รวมทั้งกลุ่มคนที่มีระดับความรู้ต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ชอบอาหารไทยเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และเป็นกลุ่มระดับนักวิชาชีพที่มีความรู้และประสบการณ์สูง การเข้ามากินอาหารไทยในภัตตาคารมีเหตุผลหลักคือต้องการหาประสบการณ์ในการกินอาหาร ผู้บริโภคมีการรับรู้ในเบื้องต้นว่าอาหารไทยมีคุณค่าและเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ และบางคนคิดว่าเป็นแฟชั่นสำหรับคนในยุคนี้ที่ต้องเข้ามากินอาหารไทย เหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งในการกลับมากินอาหารไทยเพราะความเป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตกแต่งร้านอาหารแบบไทย การเสิร์ฟอาหารโดยคนไทย การที่มีผู้ประกอบอาหารเป็นคนไทย และการที่มีคนไทยเป็นเจ้าของร้านทำให้เชื่อว่าจะได้กินอาหารที่มีรสชาติของไทยจริง ๆ สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ที่แท้จริงทางอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้คนต่างวัฒนธรรมตัดสินใจบริโภคอาหารชนิดนั้น

The French National Dairy Council (2002) ได้ทำการสำรวจข้ามวัฒนธรรมเกี่ยวกับการรับรู้ในเรื่องอาหาร รูปร่างและสุขภาพ (Cross Cultural Survey on Perceptions of Food Body and Health) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ความหมายของคำว่า สุขภาพดี และบริโภคดี ของคนอเมริกันและคนยุโรป เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ชาวอเมริกันมีการรับรู้ในเรื่องการมีสุขภาพดีคือ การดูแลตนเองไม่ให้อ้วนหรือพอมเกินไปและให้ความสนใจในเรื่องของจำนวนแคลอรีที่

ร่างกายได้รับในแต่ละมื้อ ในขณะที่คนยุโรป เช่น คนฝรั่งเศสและคนอิตาลีสนใจเรื่องของจิตใจ  
ความมีสุนทรียภาพและความพึงพอใจหรือการมีความสุขในช่วงของ การบริโภคอาหาร นั่นคือ  
การรับรู้ที่อาหารเป็นส่วนหนึ่งในการปรุงแต่งชีวิตและร่างกายให้มีสุขภาพดี ส่วนคำว่า บริโภคดี  
คนอเมริกันให้ความหมายว่า คือการเลือกกินอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ส่วนคนยุโรป  
โดยเฉพาะคนอังกฤษ มีการรับรู้ที่ บริโภคดี หมายถึงการบริโภคอาหารที่เหมาะสมกับช่วงเวลาและ  
ค่าใช้จ่าย ส่วนคนเยอรมันมีการรับรู้ที่ บริโภคดี หมายถึง การบริโภคอาหารที่สมาชิกในครอบครัวอยู่  
พร้อมหน้ากัน โดยเฉพาะในวันสำคัญซึ่งมีการจัดอาหารดี ๆ ในมือนั้น สำหรับคนอิตาลีมีการรับรู้  
ว่า บริโภคดี หมายถึง การได้บริโภคอาหารกับคนสำคัญเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้สึกดี ๆ ต่อกัน และคน  
ฝรั่งเศสมีการรับรู้ที่ บริโภคดี หมายถึง การที่ได้บริโภคอาหารกับเพื่อนที่ดีและการที่ได้บริโภคอาหาร  
กับครอบครัวถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่สุดของคนฝรั่งเศส

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved