

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาภาพลักษณ์และแบบแผนของพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของประชาชนในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ภาพลักษณ์และองค์ประกอบของภาพลักษณ์
2. ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
  - 2.1 บริบทของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
  - 2.2 อาหารของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
3. วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของอาเซียน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 4.1 งานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาหารและความพึงพอใจต่ออาหารไทย
  - 4.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการสำรวจการบริโภคอาหารไทยของชาวต่างชาติ
  - 4.3 งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารอาเซียน

#### 1. ภาพลักษณ์และองค์ประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ หมายถึง องค์รวมของความเชื่อ ความคิด ความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ของคนเราที่มีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น

กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ในบุคคลมีความซับซ้อน กล่าวคือ ภาพลักษณ์มีลักษณะเป็นตัวแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (subjective representation) ของสิ่งต่างๆ ที่รับรู้มา เป็นการตีความหมาย (interpreted sensation) หรือสิ่งประทับใจ ภาพที่ปรากฏ (appearance) จะเป็นตัวแทนของการรับรู้ (perception) ที่ผ่านกระบวนการรับรู้ที่เลือกสรร และก่อให้เกิดความหมายต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งเรียกว่ากระบวนการของภาพลักษณ์

Boulding (1975) กล่าวถึงองค์ประกอบของภาพลักษณ์ว่ามี 4 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่

- 1) องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (perceptual component) ที่บุคคลสังเกตได้โดยตรง อันนำไปสู่การรับรู้ หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั้นเอง อาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ หรือความคิดต่างๆ ก็ได้
- 2) องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ (cognitive component) เป็นความรู้เกี่ยวกับประเภทคุณสมบัติ หรือความแตกต่างของสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้
- 3) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (affective component) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ อาจเป็นความรู้สึกที่มีได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

4) องค์ประกอบเชิงการกระทำ (conation component) เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความหมาย หรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติต่อบุคคลหรือสิ่งเร้า อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงการเรียนรู้และองค์ประกอบเชิงความรู้สึก

## 2. ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

### 2.1 บริบทอาหารของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

แม้ประชากรในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะอยู่ในเขตภูมิอากาศที่ใกล้เคียงกัน มีผลผลิตทางเกษตรคล้ายคลึงกัน อาหารของประชากรในภูมิภาคนี้ส่วนใหญ่จะประกอบด้วยข้าว พืชผัก และเนื้อสัตว์ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น การปรุงอาหารโดยมากจะใช้เครื่องเทศประเภท กะทิ น้ำมันรสชาติจัดจ้าน โดยอาหารของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีอยู่อย่างหลากหลาย สีสนับรับประทาน รสชาติเผ็ดร้อน (ท่องเที่ยวเขียนกับ KHOMSAN, 2555) แต่วัฒนธรรมในการรับประทานอาหารแตกต่างกันตามปัจจัยแวดล้อม เช่น ชาวสิงคโปร์ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพค่อนข้างมาก นิยมทานอาหารเสริมเพื่อบำรุงร่างกาย ผู้มีรายได้และมีระดับการศึกษาสูงนิยมบริโภคอาหารออร์แกนิกมากขึ้น ชาวมาเลเซียนิยมบริโภคอาหารสด เมื่อสังคมเมืองเติบโต อาหารแปรรูปได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ชาวมาเลเซียนิยมพักผ่อนน้ำชาพร้อมอาหารว่างระหว่างวัน กลุ่มวัยทำงานนิยมบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากกว่าคนในวัยอื่น (ศูนย์ข้อมูลอาเซียน, 2559)

คนไทยมีวัฒนธรรมการทำอาหารและการบริโภคอาหารที่มีการสั่งสมและถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ อาหารของคนไทยประกอบด้วยอาหารไทยที่ถือได้ว่าเป็นอาหารไทยเป็นวัฒนธรรมประจำชาติ และอาหารพื้นบ้าน หมายถึง อาหารที่นิยมรับประทานกันเฉพาะท้องถิ่น ซึ่งเป็นอาหารที่ทำขึ้นได้ง่าย โดยอาศัยพืชผักหรือเครื่องประกอบอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีการสืบทอดวิธีปรุงและการรับประทานต่อกันมา คนไทยบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก โดยกินร่วมกับกับข้าว ที่ส่วนใหญ่ได้มาจากปลา มีเนื้อสัตว์อื่นบ้าง การปรุงอาหารได้ปรากฏคำว่า “แกง” ในไตรภูมิพระร่วงที่เป็นที่มาของคำว่า ข้าวหม้อแกงหม้อ ผักที่กล่าวถึงในศิลาจารึก คือ แพง แตง และ น้ำเต้า ส่วนอาหารหวานก็ใช้วัตถุดิบพื้นบ้าน เช่น ข้าวตอก และ น้ำผึ้ง ส่วนหนึ่งนิยมกินผลไม้แทนอาหารหวาน วัฒนธรรมการทำอาหารและการบริโภคอาหารไทยมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น อาหารไทยในสมัยอยุธยา ได้รับเอาวัฒนธรรมจากอาหารต่างชาติ โดยผ่านทางกรมพิธีสมันต์ไมตรีทั้งทางการทูตและทางการค้ากับประเทศต่างๆ และจากหลักฐานที่ปรากฏทางประวัติศาสตร์ว่าอาหารต่างชาติส่วนใหญ่แพร่หลาย อยู่ในราชสำนัก ต่อมาจึงกระจายสู่ประชาชน และกลมกลืนกลายเป็นอาหารไทยไปในที่สุด

วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวบรูไนคล้ายชาวมาเลเซีย คือนิยมอาหารฮาลาลที่ผลิตตามหลักศาสนาอิสลาม ใส่ใจเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมาก ส่วนชาวอินโดนีเซียซื้ออาหารในสัดส่วนประมาณร้อยละ 51 ของรายได้ นิยมออกมารับประทานอาหารนอกบ้านเพื่อผ่อนคลายและใช้เวลาร่วมกับครอบครัว คริวเรือนอินโดนีเซียมีแนวโน้มนิยมซื้ออาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมปรุง และอาหาร

พร้อมรับประทานมาเก็บไว้ที่บ้านแทนการออกไปซื้ออาหารสดทุกวันเช่นเดิม อาหารจำพวกซีเรียลเป็นอาหารหลักในชีวิตประจำวันสำหรับทุกกลุ่มรายได้

คนฟิลิปปินส์มีความเป็นสากลด้วยบุคลิกและระบบความคิดแบบตะวันตก ชาวฟิลิปปินส์นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นหลัก เช่นเดียวกับชาวเวียดนามในเมืองใหญ่ ซึ่งเจรจาธุรกิจสังสรรค์และรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น เริ่มนิยมอาหารสไตล์ตะวันตก สังเกตจากแฟรนไชส์ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ประสบความสำเร็จอาหารพื้นเมืองเวียดนามยังเป็นอาหารสดและผักสดเป็นหลัก แม้บ้านซื้ออาหารสดอาหารแห้งมาเก็บไว้สัปดาห์ละครั้ง อาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมปรุงมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ชาวเมียนมาชอบสังสรรค์ตามร้านอาหาร ชาวเมียนมามีทัศนคติว่า “ยิ่งเก๋อู้สูงอาหารยิ่งแพง” ร้านอาหารใช้เก๋อู้เตี้ยให้ลูกค้านั่งโดยมีนัยยะว่า ‘ยิ่งเก๋อู้เตี้ยอาหารยิ่งถูก’

ประชาชนกัมพูชาส่วนใหญ่มีกำลังซื้อไม่สูงนัก การตัดสินใจซื้อเน้นพิจารณาจากประโยชน์ของสินค้าและราคา สินค้ามีให้เลือกไม่หลากหลายและผู้คนยังประกอบอาหารภายในครัวเรือน ส่วนชาวลาวได้รับอาหารฝรั่งเศสเข้ามาในมื้ออาหาร แต่อาหารท้องถิ่นยังเป็นอาหารหลักนิยมทำอาหารทานเองที่บ้าน ร้านอาหารมีให้เลือกน้อยแม้ในเมืองหลวงเวียงจันทน์ก็ตาม (ศูนย์ข้อมูลอาเซียน, 2559)

## 2.2 อาหารของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นการรวมตัวกันเพื่อพัฒนาประเทศในภูมิภาคเดียวกัน แล้วยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของอาหารการกิน อาหารประจำชาติอาเซียน สะท้อนถึงวัฒนธรรมชีวิตความเป็นอยู่ของคนในอาเซียนที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนด้วยกัน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หลายประเทศมีวัฒนธรรมการกินที่คล้ายกัน ซึ่งในแต่ละชาติก็มีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละประเทศไป ทั้ง 10 ประเทศอาเซียนมีเมนูประจำชาติ ดังนี้ (สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2560) (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง, 2556)

### 1) บรูไนดารุสซาลาม (Brunei Darussalam)

อัมบูยัต (Ambuyat) เป็นอาหารยอดนิยมของบรูไน มีลักษณะเด่นอยู่ที่ตัวแป้งจะเหนียวข้นคล้ายข้าวต้ม หรือโจ๊ก โดยมีแป้งสาคุเป็นส่วนผสมหลัก ตัวแป้งอัมบูยัตเอง ไม่มีรสชาติ แต่ความอร่อยจะอยู่ที่การจิ้มกับซอสผลไม้ที่มีรสเปรี้ยว นอกจากนี้ยังมีเครื่องเคียงอีก 2-3 ชนิด เช่น ผักสด เนื้อห่อใบตองย่าง หรือเนื้อทอด ทั้งนี้การรับประทานอัมบูยัตให้ได้รสชาติ ต้องรับประทานตอนร้อนๆ จึงจะดีที่สุด

### 2) ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia)

อาม็อก (Amok) เป็นอาหารคาวยอดนิยมของกัมพูชา มีลักษณะคล้ายห่อหมกของไทย โดยเป็นการนำเนื้อปลาสด ๆ ลวกพริกเครื่องแกง และกะทิ แล้วทำให้สุกโดยการนำไปนึ่ง ซึ่งนอกจากจะใช้เนื้อปลาแล้ว อาจเลือกใช้เนื้อไก่แทนก็ได้ ส่วนสาเหตุที่คนในประเทศกัมพูชานิยมรับประทานปลา เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของกัมพูชามีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ ทำให้ปลาเป็นอาหารที่หารับประทานได้ง่ายนั่นเอง

### 3) สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia)

กาโด กาโด (Gado Gado) อาหารยอดนิยมของประเทศอินโดนีเซีย ประกอบไปด้วยผักและธัญพืชหลากหลายชนิด ทั้งแครอท มันฝรั่ง กะหล่ำปลี ถั่วงอก ถั่วเขียว นอกจากนี้ยังมีเต้าหู้ และไข่ต้มสุกด้วย กาโด กาโดจะนำมารับประทานกับซอสถั่วที่คล้ายกับซอสสะเต๊ะ อย่างไรก็ตาม ด้วยเครื่องสมุนไพรในซอส อาทิ รากผักชี หอมแดง กระเทียม ตะไคร้ ทำให้เมื่อรับประทานแล้วจะรู้สึกไม่เลี่ยนกะทิมากจนเกินไปนั่นเอง

### 4) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (The Lao People's Democratic Republic of Lao PDR)

ซุ๊ปไก่ (Chicken Soup) เป็นหนึ่งในอาหารพื้นเมืองของประเทศลาว มีส่วนผสมในการประกอบอาหาร คือ ตะไคร้ ใบสะระแหน่ กระเทียม และหอมแดง ทั้งนี้ อาหารลาวโดยส่วนใหญ่มักจะมีผักและสมุนไพรเป็นส่วนผสมในการปรุง

### 5) ประเทศมาเลเซีย (Malaysia)

นาซิ เลอแมก (Nasi Lemak) อาหารยอดนิยมของประเทศมาเลเซีย โดยนาซิ เลอแมกจะเป็นข้าวหุงกับกะทิและใบเตย ทานพร้อมเครื่องเคียง 4 อย่าง ได้แก่ ปลากระตักทอดกรอบ แดงกวาหั่น ไข่ต้มสุก และถั่วอบ ซึ่งนาซิ เลอแมกแบบดั้งเดิมจะห่อด้วยใบตอง และมักทานเป็นอาหารเช้า แต่ในปัจจุบันกลายเป็นอาหารยอดนิยมที่ทานได้ทุกมื้อ

### 6) สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of the Philippines)

อโดโบ้ (Adobo) เป็นอาหารที่มีต้นกำเนิดมาจาก ภาคเหนือของ ฟิลิปปินส์ ทำจากเนื้อหมู หรือเนื้อไก่ ที่ผ่านการหมัก และปรุงรส โดยจะใส่น้ำส้มสายชู ซีอิ๊วขาว กระเทียมสับ ใบกระวาน พริกไทยดำ นำไปทำให้สุกโดยอบในเตาอบ หรือทอด แล้วนำมารับประทานกับข้าวสวยร้อนๆ ในอดีตอาหารจานนี้เป็นที่นิยมในหมู่นักเดินทาง เนื่องจากส่วนผสมของอโดโบ้สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน เหมาะสำหรับพกไว้เป็นเสบียงอาหารระหว่างการเดินทาง

### 7) สาธารณรัฐสิงคโปร์ (The Republic of Singapore)

ลักซา (Laksa) อาหารขึ้นชื่อของประเทศสิงคโปร์ ลักซามีลักษณะคล้ายก๋วยเตี๋ยวต้มยำใส่กะทิ ทำให้รสชาติเข้มข้น คล้ายคลึงกับข้าวซอยของไทย โดยลักซาจะมีส่วนผสมของ กุ้งแห้ง พริก กุ้งต้ม และหอยแครง เหมาะสำหรับคนที่ชอบรับประทานอาหารทะเลเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม ลักซามีทั้งแบบที่ใส่กะทิ และไม่ใส่กะทิ ทว่าแบบที่ใส่กะทิจะเป็นที่นิยมมากกว่า

### 8) ราชอาณาจักรไทย (kingdom of Thailand)

ต้มยำกุ้ง (Tom Yam Goong) ต้มยำกุ้งเป็นอาหารคาวที่เหมาะสมสำหรับรับประทานกับข้าว กลิ่นหอมของสมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบในต้มยำกุ้ง นอกจากจะทำให้รู้สึกสดชื่นแล้ว ยังช่วยกระตุ้นการเจริญอาหารได้เป็นอย่างดี และด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เปรี้ยว เผ็ด เค็ม กลมกล่อม หอมด้วยสมุนไพร ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกขี้หนู จึงทำให้ต้มยำกุ้งเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย รวมถึงชาวต่างชาติเช่นกัน

### 9) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (The Socialist Republic of Vietnam)

เปาะเปี๊ยะเวียดนาม (Vietnamese Spring Rolls) เป็นหนึ่งในอาหารพื้นเมืองที่โด่งดังที่สุดของประเทศเวียดนาม ความอร่อยของเปาะเปี๊ยะเวียดนามอยู่ที่การนำแผ่นแป้งซึ่งทำจากข้าวเจ้ามาห่อไส้ ซึ่งอาจจะเป็นไก่ หมู กุ้ง หรือหมูยอ โดยนำมาพร้อมกับผักสมุนไพรอีกหลายชนิด เช่น สะระแหน่ ผักกาดหอม และนำมารับประทานคู่กับน้ำจิ้มหวาน โดยจะมีถั่วงอก แครอทซอย ไข่เต๋าซอย ให้เติมตามใจชอบ และบางครั้งอาจมีเครื่องเคียงอย่างอื่นเพิ่มเติมด้วย

### 10) สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (Union of Myanmar)

หล่าเพ็ด (Lahpet) เป็นอาหารยอดนิยมของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา โดยการนำใบชาหมักมาทานกับเครื่องเคียง เช่น กระเทียมเจียว ถั่วงอกต่าง ๆ งาคั่ว กุ้งแห้ง ชিং มะพร้าวคั่ว มีลักษณะคล้ายคลึงกับเมี่ยงคำของประเทศไทย ซึ่งหล่าเพ็ดนี้ จะเป็นเมนูอาหารที่ขาดไม่ได้ในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญๆ ของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

## 3. วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของอาเซียน

วัฒนธรรมอาหาร คือ วัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมสามารถจับต้องได้ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องและสำคัญต่อชีวิตมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากอาหารเป็นหนึ่งในสิ่งปัจจัยสำคัญต่อการดำรงอยู่ของชีวิต อาหารสามารถบ่งบอกคุณภาพชีวิตของกลุ่มคนได้อย่างชัดเจน ศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สายหู (2556) ได้กล่าวไว้ในหนังสือโภชนาการการศึกษาเพื่อชุมชน หน่วยที่ 3 เรื่อง ลักษณะของชุมชนกับวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรมอาหาร หมายถึง ธรรมเนียมประเพณี พิธีการต่างๆ ที่คนในชุมชนหรือสังคมหนึ่งยึดถือปฏิบัติกันมาในเรื่องเกี่ยวกับอาหารทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดรูปแบบและเลือกสรรว่าสิ่งใดในธรรมชาติจะเอามาบริโภคเป็นอาหารได้ จะเก็บหาปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ ควบคุมและขยายปริมาณวัตถุดิบอาหารด้วยอุปกรณ์และวิธีการอย่างไร เมื่อนำมาใช้เป็นอาหารจะมีการปรุงแต่งให้สำเร็จรูปในลักษณะใด การบริโภคอาหารต่างๆ มีกฎเกณฑ์ข้อบังคับของสังคมไว้อย่างไร มีการกำหนดคุณค่าและความหมายของอาหารต่างๆ ใดๆ มีความเชื่อหรือเงื่อนไข ข้อห้ามอย่างไร ฯลฯ ทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า วัฒนธรรมอาหารแต่ละชุมชนหรือสังคม

ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารของชาวอาเซียนก็คือ วิธีการดำรงชีวิตอันมีผลมาจากสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ซึ่งก่อให้เกิดทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบอาหาร เครื่องปรุง รวมถึงสภาพสังคม ศาสนา เชื้อชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของขนบธรรมเนียมประเพณีและเอกลักษณ์ของอาหารในประเทศอาเซียน ประกอบไปด้วยวัตถุดิบอาหาร เครื่องปรุงรสส่วนผสม เครื่องเทศ วิธีการเตรียม วิธีการปรุง วิธีการเสิร์ฟ หรือการรับประทาน ความเชื่อต่างๆ รวมทั้งตำรับอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชาวอาเซียน

ชาวอาเซียนหรือชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีวัฒนธรรมการกินที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากภูมิภาคอื่น อันเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมการบริโภคอาหารนั้นมีปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนด คือ

1) ปัจจัยด้านธรรมชาติ อันได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ เป็นสิ่งกำหนดทรัพยากรอาหาร พืชพรรณ ธัญญาหาร พื้นที่ส่วนใหญ่ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ค่อนข้างเหมาะสมในการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ จึงทำให้วัตถุดิบอาหารของชาวเอเชียเขื่อนั้นอุดมสมบูรณ์และหลากหลาย โดยสามารถแบ่งพื้นที่ตามสภาพภูมิศาสตร์ออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ดังนี้ คือ

บริเวณที่ราบลาดเนินตะกอนเชิงเขาและทิวเขา ได้แก่ ทิวเขาอะระกัน ในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาต่อเนื่องไปในทะเลอันดามัน แนวทางเป็นทิวเขาด้านทิศตะวันออกของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาต่อเนื่องลงไปถึงภาคเหนือของไทยจนถึงภาคใต้ แนวทิศตะวันออก คือ ทิวเขาในลาวและเวียดนาม

บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำพบบ่อยทั้งสองฝั่งของแม่น้ำสายต่างๆ เช่น ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาในประเทศไทย ที่ราบลุ่มอิรวดีในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงในประเทศกัมพูชาและลาว ที่ราบลุ่มแม่น้ำแดงของประเทศเวียดนาม ที่ราบลุ่มส่วนใหญ่จะอยู่ใกล้แหล่งน้ำทำให้สะดวก

ที่ราบชายฝั่งทะเลซึ่งพบได้ในทุกประเทศของภูมิภาค ยกเว้นประเทศลาวซึ่งเป็นประเทศเดียวในภูมิภาคที่ไม่มีอาณาเขตติดทะเล นอกจากนี้ยังมีประเทศที่ตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่เป็นคาบสมุทรและหมู่เกาะ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

ในสภาพอากาศของภูมิภาคนี้ จะสลับระหว่างอากาศร้อนและร้อนชื้นในฤดูร้อน ความชุ่มชื้นในฤดูฝน และความแห้งแล้งในฤดูแล้งอย่างชัดเจนในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ไทย ลาว กัมพูชา และเวียดนาม โดยเขตนี้อากาศมีพืชผัก ผลไม้ซึ่งสามารถเก็บกินได้ มีทั้งไม้พุ่ม ไม้เลื้อย ไม้ยืนต้น บางชนิดมีเพียงในฤดูฝน เช่น เห็ดโคน เห็ดเผาะ หน่อไม้ ฯลฯ บางชนิดมีให้บริโภคตลอดทั้งปี ส่วนประเทศที่เป็นหมู่เกาะจำนวนมาก เช่น อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์นั้นได้รับอิทธิพลจากลมทะเลและพายุตลอดทั้งปี จึงทำให้มีฝนตกชุกและมีพืชพรรณ สมุนไพรและเครื่องเทศต่างๆ ให้บริโภคมากมาย เช่น มะพร้าว สาคุ ลูกจันทน์เทศ กานพลู เป็นต้น นอกเหนือจากพืชพรรณที่ขึ้นอยู่ตามป่าเขาแล้ว บรรพบุรุษยังมีการนำพันธุ์พืชออกมาจากป่า เพื่อปลูกไว้กิน และบริเวณใกล้เคียง เช่น คนไทย คนเมียนมามีการปลูกผักสวนครัวไว้ใช้ในการประกอบอาหาร จนต่อมากลายเป็นผักพื้นบ้าน ทำให้สะดวกเวลาที่จะใช้ในการปรุงอาหาร

นอกจากพืชผัก สมุนไพร เครื่องเทศแล้ว ในเขตร้อนหรือร้อนชื้นยังมีผลไม้สด สมบูรณ์ตลอดทั้งปีซึ่งให้คุณค่าทางโภชนาการ สารอาหารทั้งคาร์โบไฮเดรต วิตามิน เกลือแร่ เช่น กล้วย ขนุน ลำไย มะม่วง ทูเรียน ฯลฯ ซึ่งนอกจากจะรับประทานสดแล้ว ยังนำมาแปรรูปเป็นอาหาร ขนม และผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีกมากมาย

ด้วยเหตุอันเกิดจากธรรมชาตินี้ทำให้แต่ละพื้นที่มีอาหารการกินที่แตกต่างกัน นอกเหนือจากการเพาะปลูกแล้ว เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำและเขตที่ติดกับชายฝั่งทะเล ยังทำให้มีสัตว์น้ำมากมายที่สามารถนำมาประกอบอาหารได้ เมื่อวัตถุดิบมีมากจนรับประทานไม่หมดก็มีการนำอาหารเหล่านั้นมายืดอายุการเก็บรักษาเพื่อนำไปใช้ในการปรุงรสอาหารหรือรับประทานในรูปแบบอื่นต่อไป เป็น

การถนอมอาหารจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวอาเซียนสืบต่อกันมาถึงปัจจุบัน เช่น ปลาเค็ม ปลาแห้ง ปลาจ๋า ปลาจ่อม น้ำปลา เป็นต้น

## 2) ปัจจัยความเชื่อและศาสนา

อิทธิพลจากความเชื่อและศาสนามีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของคนในสังคม เนื่องจากทุกศาสนามีข้อกำหนดเพื่อให้ยึดเป็นหลักในการดำรงชีวิต โดยปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาช้านาน หรือบางศาสนานั้น เป็นข้อกำหนดไว้อย่างชัดเจน เช่น ศาสนาอิสลามมีข้อกำหนดในการกินเนื้อสัตว์ที่กินได้ (ฮาลาล) เนื้อสัตว์ที่ไม่อนุมัติให้กิน (ฮะรอม) ดังนั้นชาวมุสลิมจึงต้องรับประทานอาหารที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม กล่าวคือ อาหารต้องไม่เจือปนสิ่งฮะรอม และสิ่งต้องห้ามบริโภคอื่น เช่น สุราหรือผลิตภัณฑ์จากหมู เนื้อสัตว์รวมถึงผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ฮาลาล จะต้องผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามแบบอิสลามอย่างแท้จริง โดยสัตว์ที่นำมาเชือดจะต้องไม่ใช่สัตว์ต้องห้ามหรือสัตว์ที่ล่าหรือบริโภคสัตว์อื่นเป็นอาหาร สัตว์ปีกที่ล่าหรือบริโภคสัตว์อื่นเป็นอาหาร และสัตว์เลื้อยคลาน เช่น เสือ สุนัข เหี้ยยว นกอินทรี งู นอกจากนี้สัตว์ยังต้องมีชีวิตขณะทำการเชือด ชนิดของสัตว์ที่มุสลิมนำมาบริโภคได้ ได้แก่ สัตว์บก เช่น แพะ แกะ โค กระบือ กวาง ฯลฯ และสัตว์น้ำจำพวกปลา ปู กุ้ง หอย และสัตว์ทะเลทั้งหมด ส่วนสัตว์ที่ไม่สามารถบริโภค ได้แก่ สุกร สุนัข แล่น หมูป่า งู ลิง สัตว์ที่มีกรงเล็บ สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค สัตว์ที่ไม่อนุญาตฆ่าตามหลักศาสนา เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน สัตว์นำรังเกียจ สัตว์ที่เชือดตามหลักศาสนา เลือด รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และสัตว์ลักษณะเดียวกับปลา พิษผักและเครื่องดื่มทุกชนิดที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์

ศาสนาพราหมณ์ ฮินดู มีความเชื่อว่าวัวถือเป็นพาหนะของพระศิวะ เทพเจ้าที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพบูชา การฆ่าวัวจึงเป็นบาปหนัก เป็นสิ่งต้องห้าม ชาวฮินดูจึงไม่รับประทานเนื้อวัว รับประทานเพียงนมวัวเท่านั้น

นอกจากการถ่ายทอดวัฒนธรรมกันเองในเอเชียแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากประเทศทางตะวันตกในยุคล่าอาณานิคมอีกด้วย เช่น วัฒนธรรมการดื่มชาของคนเมียนมาที่ได้รับจากประเทศอังกฤษ วัฒนธรรมการดื่มกาแฟของประเทศต่างๆ ในอาเซียนที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศฝรั่งเศส หรือแม้แต่ในด้านของพืชผักผลไม้ต่างๆ ที่แพร่กระจายเข้ามาพร้อมกับชาวต่างชาติ จนกลายเป็นส่วนผสมสำคัญในอาหารอาเซียน เช่น พริก ซึ่งเริ่มเข้ามาสู่ดินแดนนี้ในคริสต์ศตวรรษที่ 17 โดยโคลัมบัสนำไปปลูกในยุโรป ต่อมาพ่อค้าชาวสเปนและโปรตุเกสนำมาปลูกที่อินเดียนก่อนจะแพร่หลายมายังสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาและประเทศอื่นๆ ในอาเซียน

## 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 4.1 งานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของอาหารและความพึงพอใจต่ออาหารไทย

กัญญารัตน์ ถนอมแสง (2551) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยจำแนกต่าง

สถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเป็นแบบวัดที่มีการประเมินค่า 5 ระดับ (rating scale) 4 ด้าน คือ ด้านคุณประโยชน์ ด้านรสชาติ ด้านความสะดวกปลอดภัย และสีสนัการตกแต่งอาหาร วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ f-test หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.00) และเพศหญิง (ร้อยละ 50.00) มีอายุมากที่สุด คือ 24-34 ปี (ร้อยละ 30.80) เกือบครึ่งเป็นคนในทวีปยุโรป (ร้อยละ 42.00) เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 34.00) เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งแรก (ร้อยละ 60.00) และพักอาศัยในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.30) โดยมาใช้ระยะเวลาในการพำนักในประเทศไทยน้อยกว่า 10 วัน (ร้อยละ 71.00) วัตถุประสงค์หลัก คือ การมาท่องเที่ยว (ร้อยละ 71.00) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก ค้นเคยกับอาหารไทยและเคยรับประทานอาหารไทยมาก่อน (ร้อยละ 67.00) และเมื่อมาเที่ยวเมืองไทยความถี่ในการรับประทานอาหารไทยมากที่สุด คือ เป็นประจำทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์) (ร้อยละ 28.80) มื้อที่รับประทานอาหารไทยมากที่สุด คือ มื้อเย็น (ร้อยละ 47.40) และนิยมรับประทานในภัตตาคารอาหารไทย (ร้อยละ 44.40) ส่วนประเภทของอาหารไทยที่นักท่องเที่ยวรับประทานมากที่สุด คือ อาหารจานเดียว (ร้อยละ 43.50) 2) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านรสชาติของอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรสเผ็ด เค็ม เปรี้ยว และหวานอยู่ในระดับมาก ด้านคุณประโยชน์ของอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร วิธีการปรุงและคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับมาก ด้านรูปลักษณ์ สีสนัการตกแต่ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดแต่งจานให้มีสีสนั และการแกะสลักผัก ผลไม้ในการตกแต่งอยู่ในระดับมาก ด้านความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะ ความใส่ใจในการดูแลรักษาความสะอาดและสุขลักษณะของอาหารอยู่ในระดับมาก 3) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทยจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ชนชาติ อาชีพและจำนวนครั้งที่มาเที่ยวในประเทศไทยต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออาหารไทยทุกด้านไม่แตกต่างทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออาหารไทยด้านรสชาติแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 45-55 ปี มีความพึงพอใจในอาหารไทยด้านรสชาติสูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 55 ปีขึ้นไป

ณัฐชรา กิจวิกรานต์ (2557) ทำวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทย และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ภาพลักษณ์อาหารไทยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต และการรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมา



ท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีระดับภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวมในระดับมากทั้งในด้านคุณภาพของอาหารไทย ด้านบรรยากาศของร้านอาหารไทย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความแปลกใหม่ และด้านสิ่งติดตริงและส่วนประกอบ และจากการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้คุณภาพอาหารไทย ด้านความแตกต่าง ด้านสุนทรียศาสตร์ ด้านความเป็นแก่นแท้อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ วัตถุประสงค์การเดินทาง จำนวนครั้งการเดินทางแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ภาพลักษณ์อาหารไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต และการรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เบญญาภา อัญโพธิ์ทอง (2557) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถี การรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และนำมาวิเคราะห์ สถิติที่เกี่ยวข้องได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบ t-test และ ANOVA ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 มาจากกลุ่มประเทศต้นทางภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยุโรป อเมริกา คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุระหว่าง 20-29 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง \$10,001-\$20,000 ด้านพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 2-3 ครั้ง ฟ่านักในกรุงเทพมหานครน้อยกว่า 5 วัน เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครกับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารไทย มีความถี่ในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถี 2-5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อมื้อในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีระหว่าง 51-100 บาท มีประสบการณ์เคยรับประทานอาหารริมบาทวิถีในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ประเทศไทย นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจในการรับประทานอาหารไทยริมบาทวิถีด้วยตนเองมากที่สุด ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ เกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านอาหาร และรสชาติ ด้านการบริการ ด้านผู้ชาย ด้านสถานที่ และบรรยากาศ ด้านอุปกรณ์ และเครื่องปรุง ตามลำดับ จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากกลุ่มประเทศต้นทางต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 4.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการสำรวจการบริโภคอาหารไทยของชาวต่างชาติ

การสำรวจความนิยมอาหารไทยของชาวต่างชาติ พบว่า อาหารไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ มาก คือ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง มัสมั่น ต้มข่าไก่ แกงเขียวหวาน ซึ่งเป็นรายการอาหารที่ติดอันดับความนิยมมาหลายปี อย่างไรก็ตาม ความนิยมอาหารไทยของชาวต่างชาติก็ขยายตัวไปยังอาหารไทยหลากหลายชนิดมากขึ้น ดังเช่น ผลการสำรวจของสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรมที่ได้ออกแบบสำรวจความนิยมอาหารไทยเพื่อสอบถามผู้บริโภคสหภาพยุโรป (อียู) และสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม นิยมบริโภคอาหารไทยประเภทใดมากที่สุด ซึ่งผลสำรวจล่าสุดพบว่า ผู้บริโภคในอียู นิยมรับประทาน เมื่อน้ำตกหมู น้ำตกเนื้อ ขณะที่ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกา ระบุว่า นิยมบริโภคเมื่อน้ำตกไก่ และน้ำตกเนื้อ อาหารประเภทน้ำตกที่กลายเป็นอาหารยอดฮิตของผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผู้บริโภค ระบุว่า เมื่อเดินทางมายังประเทศไทยและทดลองรับประทานอาหารดังกล่าว พบว่า ติดใจในกลิ่นความหอมของ ข้าวคั่ว ที่เป็นเครื่องปรุงรสหลักของอาหารประเภทน้ำตก ที่มีความหอม รสชาติเข้มข้น จากเดิมปีก่อนๆ ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามว่ามีความต้องการบริโภคแกงมัสมั่นเป็นอันดับ 1 ตามด้วยผัดไทย ต้มยำกุ้ง เป็นต้น และส่วนหนึ่งเป็นผลจากชาวต่างประเทศเริ่มรู้จักเครื่องเทศของไทยมากขึ้น นอกจากนี้ ร้านอาหารไทยในประเทศนอร์เวย์ ก็เริ่มนำเมนูพะแนง หอยแมลงภู่ บรรจู่ไว้ในเมนูหลักของอาหารประจำร้าน โดยใช้เครื่องแกงพะแนงจากประเทศไทยเป็นวัตถุดิบหลักในการปรุงอาหาร ทำให้จากนี้ไปสถาบันจะเน้นการส่งเสริมให้ชาวต่างประเทศรู้จักเครื่องเทศไทย รวมทั้งเครื่องปรุงอาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ (2557) รายงานพฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยในประเทศอินเดีย โดยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย รวมทั้งพ่อครัว/แม่ครัวที่อยู่ในอาณาเขตของสำนักงานฯ รวมทั้งผู้ประกอบการร้านอาหารไทยบางราย ณ กรุงนิวเดลีด้วย ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) กลุ่มผู้บริโภคที่เปิดรับอาหารต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนเมืองที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ และเป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง-สูงเป็นหลัก เนื่องจากอาหารต่างชาติมักจะมีราคาสูงกว่าอาหารท้องถิ่น ผู้บริโภคชาวอินเดียที่เข้าร้านอาหารไทยรู้จักอาหารไทยเช่น ส้มตำ ต้มยำ และ ก๋วยเตี๋ยวผัดไท เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว และโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่เคยไปเที่ยวประเทศไทย จากการสำรวจกลุ่มลูกค้าร้านอาหารไทยในอินเดียส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มนักธุรกิจชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศอินเดีย ครอบครัว และเด็กวัยรุ่นสมัยใหม่บางส่วนที่เริ่มหันมารับประทานอาหารไทย ที่เหลือก็เป็นพวกชอบลองของใหม่ โดยกลุ่มลูกค้าหลักของอาหารไทยจะมีอายุอยู่ในช่วงประมาณ 30-40 ปี 2) อาหารไทยที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวอินเดีย จากการสำรวจร้านอาหารไทยในกรุงนิวเดลีทางตอนเหนือของอินเดีย พบว่าผู้บริโภคชาวอินเดียทางตอนเหนือชื่นชอบอาหารที่ออกรสเค็มและชื่นชอบเมนูที่มีคีย์เวิร์ดคำว่า "เผ็ด" (Medium Spicy) และเปรี้ยว (Tangy) โดยเมนูอาหารไทยที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวอินเดียที่เป็นอาหารจานหลักประกอบไปด้วย แกงเขียวหวาน แกงเผ็ด ก๋วยเตี๋ยวผัดไท และต้มยำกุ้ง ส่วนอาหารเรียกน้ำย่อย (Appetizer) ที่เป็นที่ยอมรับคือ สลัดต่างๆ เช่น ยำ ส้มตำ และลาบ ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนรสชาติตามความชอบของผู้บริโภคในตลาดนั้นๆ เป็นหนึ่งในกลยุทธ์

ในการทำสินค้าให้ติดตลาดอยู่แล้ว สำหรับอาหารไทยในอินเดียก็เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น คนอินเดียจะนิยมรับประทานแกงข้นๆ การปรับให้แกงต่างๆ ที่เสิร์ฟข้นขึ้นก็จะช่วยให้ผู้บริโภคยอมรับได้มากขึ้น จึงไม่น่าแปลกใจที่แพนงและแกงมัสมั่นที่มีน้ำแกงข้นจะเป็นที่ยอมรับของคนอินเดียได้ง่าย 3) ของหวานและเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวอินเดีย มะม่วงสุกและมะพร้าวเป็นที่นิยมมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวอินเดีย ทำให้ข้าวเหนียวมะม่วง ตะโก้และไอศกรีมมะพร้าวเป็นเมนูของหวานที่ได้รับความนิยมที่สุดในร้านอาหารไทย ส่วนชาและกาแฟก็ยังคงเป็นเครื่องดื่มที่ชาวอินเดียชื่นชอบเนื่องจากวัฒนธรรมการดื่มชาที่มีมาอย่างยาวนานและการหันมาเปิดรับการดื่มกาแฟเพิ่มมากขึ้น หากเป็นร้านอาหารระดับ Fine Dining เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควรจะต้องมีอยู่ในเมนูแต่สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือ กฎหมายในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ ในบางรัฐ เช่น รัฐคุชราตมีกฎหมายห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบว่าในปัจจุบัน 1 ใน 3 ของประชากรชาวอินเดียบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นจากการพัฒนาสู่ความเป็นเมือง ประกอบกับวิถีชีวิตและค่านิยมที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่เปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ชาวอินเดียนิยมบริโภคคือ เหล้า (โดยเฉพาะวิสกี้) และเปียร์ ในขณะที่วัฒนธรรมการดื่มไวน์ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก ทั้งนี้พฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคชาวอินเดียต่างจากผู้บริโภคในประเทศทางตะวันตก กล่าวคือ ผู้บริโภคชาวอินเดียมักจะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควบคู่ไปกับการรับประทานอาหาร และจะบริโภคที่กว่าผู้บริโภคในสังคมตะวันตก สำหรับเปียร์ที่มีค่าแอลกอฮอล์สูงร้อยละ 5-8 กำลังเป็นที่นิยมเนื่องจากเหตุผลในการดื่มที่ต้องการให้เมา และนี่ก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่วิสกี้ราคาเยอเป็นที่นิยมในตลาดอินเดีย 4) ราคาต่อคนต่อมื้อของอาหารไทยอยู่ที่ประมาณ 800-1,200 รูปีสำหรับร้านอาหารระดับ Casual Dining ถึง Fine Dining ส่วนร้านอาหารไทยในโรงแรมราคาจะสูงขึ้นไปอยู่ที่ประมาณ 4,000 รูปีต่อ 2 คนต่อมื้อหรือประมาณ 2,000 รูปีต่อคนต่อมื้อ 5) การให้บริการแก่ลูกค้าชาวอินเดีย จากการสำรวจของสำนักงานฯ พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยของลูกค้าชาวอินเดียจะคล้ายกับคนไทยคือ จะสั่งอาหารมาแบ่งกันบนโต๊ะ ทั้งนี้ ผู้บริโภคชาวอินเดียนิยมที่จะรับประทานอาหารไทยในช่วงเย็นเป็นหลัก และหากเป็นร้านระดับ Fine Dining ก็จะต้องมีบริการคอยเสิร์ฟอาหารให้แก่ลูกค้าตลอดเวลา นอกจากนี้ความสามารถในการทำอาหารนอกเมนูหรือการดัดแปลงเมนูให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่ควรตระหนักหากต้องการจับตลาดที่หลากหลายของผู้บริโภคอินเดีย การสั่งอาหารไปรับประทานที่บ้านก็กำลังเป็นที่นิยมมากเช่นกัน ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานฯ พบว่าร้านอาหารไทยบางร้านมีการให้บริการ Delivery คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20-25 ของยอดขายเลย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มตลาดในเรื่องของการสั่งอาหารแบบ Delivery ผ่านระบบออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก 6) พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ในประเทศอินเดียซึ่งมีประชากรนับถือศาสนาฮินดูถึงร้อยละ 80.5 การบริโภคเนื้อวัวเป็นสิ่งต้องห้าม และการทำร้ายหรือฆ่าวัวก็ผิดกฎหมายอีกด้วย นอกจากนั้นประชากรอินเดียประมาณร้อยละ 31 จะเป็นผู้บริโภคอาหารมังสวิรัต (ไม่บริโภคเนื้อสัตว์และไข่) ดังนั้น ในเมนูอาหารจะต้องมีการระบุอย่างชัดเจนว่ารายการใดเป็นอาหารมังสวิรัต และรายการใดไม่เป็นมังสวิรัต ประเด็นเรื่องอาหารมังสวิรัตหรืออาหารไม่เป็นมังสวิรัตจึงเป็นเรื่องสำคัญ

อย่างมากสำหรับร้านอาหารในประเทศอินเดีย มากกว่าประเด็นเรื่องอาหารฮาลาลหรือไม่ฮาลาล (ยกเว้นในบางพื้นที่ที่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามอยู่เป็นจำนวนมาก) นอกจากนี้เนื้อสุกรก็ไม่นิยมบริโภคอยู่แล้วทั้งผู้นับถือศาสนาอิสลามและฮินดูเนื่องจากสุกรถูกมองว่าไม่สะอาด ยกเว้นประชากรบางส่วนของประเทศอินเดียในรัฐทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของอินเดียที่ยังบริโภคเนื้อสุกรอยู่แต่มีจำนวนไม่มาก อนึ่ง ยังมีกลุ่มผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความเคร่งในการบริโภคอาหารมังสวิรัติน่าคือ กลุ่มผู้นับถือศาสนาเจน (Jain) แม้ว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.4 ของจำนวนประชากรอินเดียทั้งประเทศ แต่เป็นกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีมากเนื่องจากเป็นกลุ่มที่ประกอบธุรกิจค้าขายโดยเฉพาะส่วนใหญ่มักจะอยู่ในธุรกิจค้าเพชร โดยจะอยู่ในรัฐคุชราตและเมืองมุมไบเป็นหลัก ประเด็นสำคัญคือผู้บริโภคกลุ่มนี้จะรับประทานอาหารแบบ Pure Vegetarian ซึ่งหมายถึงไม่รับประทานเนื้อสัตว์และไข่ รวมทั้งส่วนของพืชที่อยู่ใต้ดิน เช่น หอม กระเทียม ขิง ข่า มันฝรั่ง เป็นต้น ซึ่งร้านอาหารไทยที่ต้องการจะตอบสนองลูกค้ากลุ่มนี้ก็ต้องมีการปรับเมนูอาหารไทยให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าโดยไม่ขัดกับคำสอนทางศาสนา ดังกล่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายเป็นอย่างมาก เพราะส่วนประกอบอาหารต้องห้ามของศาสนานี้เช่น หอม กระเทียม ขิง ข่า ฯลฯ เป็นวัตถุดิบสำคัญในการประกอบอาหารไทย

#### 4.3 งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารอาเซียน

ชื่นกมล ปัญญา (2559) ทำวิจัยเรื่องการศึกษาวัฒนธรรมอาหารอาเซียนเพื่อประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาวัฒนธรรมความเป็นมาของอาหารอาเซียน มีวิธีดำเนินงานวิจัย โดยศึกษาเอกสารประวัติศาสตร์ในเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรมการกิน วัตถุดิบ เครื่องปรุง และตำรับ อาหาร แล้วสร้างตำรับมาตรฐานอาหารอาเซียน จำนวน 22 ตำรับ จากอาหารที่ได้รับความนิยมหรือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ บ่งบอกรสชาติของประเทศนั้นๆ แล้วทำการประเมินและ ทดสอบทางประสาทสัมผัส (9-Point Hedonic Scale) และ ความเหมาะสมเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารโดยเชฟผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษวิจัยพบว่า 1. วัฒนธรรมอาหารในภูมิภาคอาเซียน สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวอาเซียน 2) วัฒนธรรมการกินข้าว 3) วัฒนธรรมการใช้เครื่องปรุงรส 4) วัฒนธรรมการใช้เครื่องเทศและสมุนไพร 5) วัฒนธรรมการเตรียมวัตถุดิบ การปรุง และการเสิร์ฟอาหาร และเมื่อแบ่งกลุ่มตามความคล้ายคลึงกันของแต่ละประเทศ สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) วัฒนธรรมอาหารกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง 2) วัฒนธรรมอาหารกลุ่มประเทศคาบสมุทรมลายู และ 3) วัฒนธรรมอาหารหมู่เกาะฟิลิปปินส์ 2. ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเชฟจากประเทศในอาเซียนซึ่งเป็นสมาชิกสมาคมเชฟนานาชาติจำนวน 9 คน พบว่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ 8.64 แบ่งเป็น อาหารกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง 8.62 คะแนน อาหารกลุ่มประเทศ คาบสมุทรมลายู 8.57 คะแนน และอาหารหมู่เกาะฟิลิปปินส์ 8.59 และ ผลการประเมินความเหมาะสมเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาร พบว่าตำรับมาตรฐานอาหารอาเซียนมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ 8.56 แบ่งเป็น อาหารกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขง 8.55 คะแนน อาหารกลุ่มประเทศคาบสมุทรมลายู 8.61 คะแนน และอาหารหมู่เกาะฟิลิปปินส์ 8.63 คะแนน