

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ประเทศไทยเริ่มมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติครั้งแรกปี พ.ศ. 2519 ซึ่งครั้งนั้นนักท่องเที่ยวประมาณ 1.10 ล้านคน สร้างรายได้สู่ประเทศ 3.99 พันล้านบาท และได้วางนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 ครั้งแรก (ปี พ.ศ. 2520-พ.ศ. 2524) และได้วางนโยบายในแผนพัฒนาฯ ตลอดมาจวบจนทุกวันนี้ ปี พ.ศ. 2544 นักท่องเที่ยวประมาณ 10 ล้านคน สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเกือบ 3 แสนล้านบาท แม้บางช่วงเวลาประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่กระทบประเทศไทยและทั่วโลก อาทิ วิกฤตน้ำมันทั่วโลกปี พ.ศ. 2519 วิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลกปี พ.ศ. 2526 วิกฤตสงครามอ่าวเปอร์เซียปี พ.ศ. 2533 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศสูง โดยเฉพาะวิกฤตเศรษฐกิจเอเชียปี พ.ศ. 2540 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศ การท่องเที่ยวทำรายได้ถึง 2.21 แสนล้านบาท ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคาดการณ์ว่า ปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (ปี พ.ศ. 2545-ปี พ.ศ. 2549) ไทยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศมากกว่า 14 ล้านคน ขยายตัวเฉลี่ย 7% ต่อปี สอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลก(World Tourism Organization-WTO) ที่ประมาณการแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 จะเติบโตเฉลี่ย 7.8% ต่อปีอย่างไรก็ตาม แม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และรายได้ สู่ประเทศจำนวนมากจากอดีตถึงปัจจุบัน แต่อันดับจำนวนนักท่องเที่ยวของไทยตลาดโลกเริ่มลดลงจากอันดับ 19 ปี พ.ศ. 2542 เป็นอันดับ 21 ปี พ.ศ. 2543 เนื่องจากประเทศคู่แข่งการท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้การแข่งขันการตลาดสูงอีกทั้ง แต่ละประเทศต่างมีสินค้าหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังด้อยพัฒนาอยู่มาก แม้แต่อุตสาหกรรมโรงแรมไทยที่มีชื่อเสียงของโลก การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมโรงแรมโดยใช้ตัวอย่าง 1,854 ราย ในปี พ.ศ. 2545 ของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย(สกว.) ให้การสนับสนุน พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพเพียงประมาณร้อยละ 61-80 เมื่อเทียบกับกลุ่มโรงแรมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมักเป็นโรงแรมที่เป็นเครือข่ายต่างประเทศ ซึ่งมีราคาห้องพักสูงกว่า 2,500 บาทต่อคืน และมีการบริหารที่เป็นระบบ รวมทั้งแนวทางการจัดการโรงแรมในภาวะวิกฤติ ความด้อย

ประสิทธิภาพนี้ทำให้ประเทศไทยเสียโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มถึง 6,119 ล้านบาทต่อปี ในขณะที่โรงแรมเครือข่ายต่างชาติอาศัยบริการเลิศสูงใจนักท่องเที่ยว และได้ติดอันดับโรงแรมของโลก ส่วนโรงแรมของไทยที่มีลักษณะการบริหารจัดการเอง ใช้วิธีการตัดราคาคู่แข่ง นอกจากนี้ได้ใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการประกอบธุรกิจ

การสำรวจจากบริษัท วีซ่า เอเชีย-แปซิฟิก ร่วมกับสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (พาด้า-PATA) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 5,000 กว่ารายที่คัดเลือกจากนักท่องเที่ยว 10 ประเทศที่ตั้งใจจะมาเที่ยวภูมิภาคเอเชีย โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ถูกสำรวจในครั้งนี้ จัดทำขึ้นในประเทศออสเตรเลีย แคนาดา จีน เยอรมนี อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สวีเดน สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ ผลการสำรวจปรากฏว่า ประเทศไทยเรายังเป็นจุดหมายปลายทางแรก ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยว ทั้ง ๆ ที่สถานการณ์ทางการเมืองยังอยู่ในสภาวะที่ไม่สงบ (ทั้งนี้บรรดานักท่องเที่ยวที่อยากมาเที่ยวเมืองไทยนั้น ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 47) ระบุว่าเคยมาเที่ยวเมืองไทยแล้ว ยอมรับว่า "ประเทศไทย" เป็นประเทศที่น่าท่องเที่ยวที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวของไทย ตลอดจน วัฒนธรรมพื้นบ้าน ความสวยงามของธรรมชาติและความเป็นมิตรของคนไทย ต่างดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเมืองไทยเป็นอันดับหนึ่งทั้ง ๆ ที่ข่าวคราวสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ มีการนำเสนออย่างต่อเนื่องก็ตามแต่บรรดานักท่องเที่ยวทั้งหลายเหล่านี้ ต่างไม่วิตกกังวลและยังคงเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ลักษณะการท่องเที่ยวไม่จำกัดเฉพาะในกรุงเทพมหานคร แต่ท่องเที่ยวไปทั่วทั้งภาคเหนือและภาคใต้ "ชอบอาหารไทย คนไทย และปลอดภัย" และก็มีใช้ครั้งแรกที่มาเที่ยวเมืองไทย แต่มาเที่ยวแล้วหลายครั้งและปีหน้าก็จะมาเที่ยวอีก เมืองไทยคือจุดหมายปลายทางแรกที่ยอยากมาเที่ยว"ไม่ว่าสถานการณ์บ้านเมืองเราจะเป็นอย่างไร "อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว" ยังเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศชาตินับหลายแสนล้านบาท และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องยอมรับว่าแรงจูงใจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติเชิงการเกษตร เชิงศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เชิงันทนาการ บันเทิงหย่อนใจ โดยจัดให้มีการกิจกรรมทั่วทุกภูมิภาค ทุกสัปดาห์ ทุกเดือน (ไซยา ยิมวิโล, 2550, ไม่มีเลขหน้า)

โรงแรมเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่มักจะเลือกใช้บริการ เนื่องจากว่าโรงแรมมีความพร้อมหลาย ๆ ด้าน ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นห้องประชุมสัมมนา ห้องจัดเลี้ยง ห้องอาหาร ห้องพัก ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ รวมถึงผับและบาร์ ที่มีไว้ให้ส่วนทางด้านเครื่องดื่มยังมีให้เลือก ได้แก่ เครื่องที่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่ม

ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ตามแต่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเลือกสั่ง ดื่มในบาร์ที่เปิดให้บริการในโรงแรม

พิศมัย ปิซติการ (2538, หน้า 11-12) ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่สำคัญในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ คือ อุตสาหกรรมที่อำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ให้แก่ ผู้เดินทาง และนักท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในเมืองไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่อยู่ห่างไกลจากบ้าน ทั้งที่เป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยว ย่อมต้องการความสะดวกสบายและความพึงพอใจเสมือนอยู่บ้านตัวเอง การตัดสินใจของแขกที่เข้าพักย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเช่น อัตราค่าที่พัก สถานที่ตั้ง ขนาดของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกสบายหรือแหล่งผ่อนคลายต่าง ๆ เป็นต้น

ธัญญา แซ่หุ่ย (2542, หน้า 15) การบริการ คือ หัวใจหลักสำคัญของธุรกิจด้านโรงแรม โดยในแต่ละวันจะมีลูกค้าเข้ามาติดต่อใช้บริการ พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานต้องทำหน้าที่ต้อนรับผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการ ฉะนั้นการให้บริการที่ดีกับลูกค้า จึงก่อให้เกิดความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการกิจการนั้น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้ผู้มาใช้บริการต้องการที่จะกลับมาใช้บริการอีก การที่โรงแรมมีปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการมากและบ่อยครั้งขึ้นเท่าใด ผลกำไรที่ได้รับก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น หน่วยงานหรือผู้ดำเนินกิจการโรงแรม หรือที่มีบริการในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศูนย์ประชุมสัมมนาที่มีบริการด้านที่พัก ด้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการประชุม จะต้องมีการจัดการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นหนทางที่สามารถสร้างความแตกต่างไปจากคู่แข่งหรือหน่วยงานที่ให้บริการในลักษณะเดียวกัน เพื่อเพิ่มปริมาณและคุณค่าของการบริการ จะต้องทำการบริหารคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องและตอบสนองลูกค้าหรือผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ถือได้ว่าเป็นฝ่ายที่มีความสำคัญในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ถือได้ว่าเป็นธุรกิจการบริการที่สร้างรายได้ให้กับโรงแรม เป็นจำนวนเงินมากมหาศาลในแต่ละปีจะมีผู้เข้ามาใช้บริการตลอดเวลาโดยการบริการอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในการควบคุมดูแลรับผิดชอบของฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (FOOD AND BEVERAGE) ซึ่งเป็นฝ่ายที่ใหญ่ที่สุดของโรงแรม มีพนักงานจำนวนมาก เพื่อบริการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมตลอดเวลา เนื่องจากการทำงานของฝ่ายนี้จะต้องดูแล การบริการตามปกติและการบริการในงานจัดเลี้ยงทั้งในและนอกสถานที่ รวมทั้งการจัดเลี้ยง

ในงานประชุมสัมมนา และการบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องพัก (ROOM SERVICE) โดยแบ่งการทำงานเป็น 3 ฝ่ายหลัก ๆ คือ ฝ่ายผลิต ฝ่ายบริการ และฝ่ายบริหารจัดการ

อาชีพของฝ่าย F&B แบ่งเป็นในส่วนของห้องอาหารฝ่ายผลิต ได้แก่ พ่อครัวใหญ่ (Executive Chef) เป็นตำแหน่งที่ใหญ่ที่สุดของแผนกครัวอาหาร ซูล์เชฟ (Souls Chef) มีหน้าที่คอยดูแลการประกอบอาหารหรือปรุงอาหาร พ่อครัวหรือแม่ครัว (Cook) มีหน้าที่ในการประกอบอาหารหรือปรุงอาหาร ผู้ช่วยพ่อครัว แม่ครัว (Assistant Cook) มีหน้าที่จัดเตรียมวัตถุดิบในการประกอบอาหารและช่วยปรุงอาหาร และพนักงานล้างจาน (Dishwashers) ในส่วนของพนักงานบริการ ได้แก่ ผู้จัดการห้องอาหาร กัปตัน พนักงานเสิร์ฟ พนักงานเช็ตโต๊ะ เคลียร์จานออกจากโต๊ะ และพนักงานเก็บเงิน ในส่วนของเครื่องดื่มนั้นก็จะมีการแยกออกมามีอีกส่วนหนึ่งโดยเฉพาะโรงแรมใหญ่ ๆ ประเภทหรูหรา ระดับ 5 ดาว ก็จะมีการบริหารที่แยกออกมาเป็นชายเครื่องดื่มอย่างเดียว โดยเฉพาะตามบาร์ (Bar) หรือล็อบบี้แลนจ์ (Lobby Lounge) ของโรงแรมจะมีผู้มาใช้บริการด้านเครื่องดื่มส่วนใหญ่ โดยมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ คือ ผู้จัดการแผนกเครื่องดื่มผู้จัดการบาร์พนักงานผสมเครื่องดื่ม พนักงานบริการ เสิร์ฟเครื่องดื่ม และพนักงานเชียร์เครื่องดื่ม

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2544, หน้า 7) บาร์หรือแลนจ์เป็นสถานที่โล่งแจ้งที่จัดให้แขกหรือมาใช้บริการได้มานั่งพักผ่อนและดื่มเครื่องดื่ม ก่อนหรือหลังรับประทานอาหารค่ำ ซึ่งอาจจะอยู่ใกล้ห้องอาหารประเภทหรูหรา หรือ ล็อบบี้ ที่เรียกว่า LOBBY LOUNGE เพื่อให้แขกพักดื่ม เพื่อรอเวลา หรือเพื่อการพูดคุยทางธุรกิจ การจัดห้องประเภทนี้เหมือนคล้ายกับห้องรับแขก มีโซฟาหรือเก้าอี้ทำแขนเพื่อความสบายและมีดนตรีเบา ๆ เช่น เปียโน ไวโอลิน จัดบรรยากาศแบบสบายๆ เพื่อการพักผ่อน นอกจากนี้ยังมีอาหารขบเคี้ยวไว้ให้บริการพร้อมกับเครื่องดื่มต่าง ๆ ไว้ให้บริการ แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้เป็นที่นิยมแก่ลูกค้านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

พนักงานผสมเครื่องดื่ม (บาร์เทนเดอร์หรือบาร์เทนดี้) ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการจัดเตรียมบาร์หรือสำรวจความพร้อมของบาร์สำหรับชายเครื่องดื่ม รับคำสั่งจากลูกค้าผสมเครื่องดื่มตามคำสั่งลูกค้า ผสมเครื่องดื่มด้วยความรวดเร็วและถูกต้องตามสูตรผสม มีทักษะและความสามารถในการใช้อุปกรณ์ในการผสมเครื่องดื่ม (Shaker) รวบรวมใบสั่งเครื่องดื่ม บันทึกการขายเครื่องดื่มประจำวัน ตรวจสอบสต็อก และจัดการเบิกให้ครบถ้วนพร้อมขาย ตรวจสอบบันทึกหรือสอบถามของคลังประจำบาร์และปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายอัตราค่าจ้างของบาร์เทนเดอร์ ประมาณเดือนละ 5,500-7,500 บาท การพิจารณาอัตราเงินเดือนขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของแต่ละสถานประกอบการ หากเป็นสถานประกอบการประเภทธุรกิจโรงแรม จะมีสวัสดิการ

ให้แก่พนักงาน เช่น อาหาร ที่พัก เครื่องแบบพนักงาน และมีเงินค่าบริการ (Service Charge) การปฏิบัติงานผสมเครื่องดื่มในโรงแรม จะมีบาร์หลายแห่งได้แก่ บาร์ห้องอาหาร(Restaurant Bar) บาร์สระว่ายน้ำ (Pool Bar) ล็อบบี้บาร์ (Lobby Bar) ค็อกเทลเลาจน์ (Cocktail Lounge) ดิสโก้คลับ (Disco Club) ล็อบบี้ไนท์คลับ บาร์ดิสโก้ บาร์จัดเลี้ยงต่างๆ (Banquet Bar) ต่าง ๆ เช่น การประชุมสัมมนา งานจัดเลี้ยงอื่นๆที่แขกต้องการให้จัดในห้องจัดเลี้ยงของโรงแรม การปฏิบัติงานผสมเครื่องดื่มในสถานประกอบกิจการอื่น ๆ ที่มีบริการเครื่องดื่ม เช่น ผับ(Pub) ห้องอาหาร ไนท์คลับ บาร์เบียร์ เป็นต้น ในระหว่างการปฏิบัติงานพนักงานบาร์เทนเดอร์จะต้องยื่นให้บริการเครื่องดื่มบริเวณบาร์ หากบาร์มีเคาน์เตอร์บาร์ บาร์เทนเดอร์จะต้องแนะนำรายการเครื่องดื่มให้กับลูกค้า และเสิร์ฟเครื่องดื่มให้กับลูกค้า ระยะเวลาปฏิบัติงานประมาณ 8 – 9 ชั่วโมง ต่อวันช่วงเวลาปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับเวลาการเปิด-ปิดให้บริการในแต่ละสถานที่ผู้ผ่านการอบรมวิชาชีพบาร์เทนเดอร์มาแล้วมีโอกาสในการทำงานในสถานประกอบกิจการต่าง ๆ ที่มีร้านเครื่องดื่มหรือบาร์ให้บริการ

ส่วนปัญหาด้านผลกระทบต่อสังคมด้านของอาชีพนี้ หากเป็นเครื่องดื่มประเภทค็อกเทล เป็นสุราสำหรับคนระดับบน ที่ต้องการดื่มเพื่อความสุนทรีย์มากกว่าเพื่อมึนเมา จึงไม่มีปัญหาการต่อต้านของสังคม ส่วนที่ภาครัฐบาล กำลังมีแผนขึ้นภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลกระทบต่ออาชีพ เนื่องจากภาษีสุราใหม่ 2 ประเภท สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษ แนนอนครั้งนี้ จัดเก็บในอัตราเพดานสูงสุด คือ เก็บตามราคา 50% ของราคาหน้าโรงงานและเก็บตามดีกรี 400 บาทต่อ 1 ลิตรหวังให้ประชาชนและเยาวชนลดการบริโภคสุราลงไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อใดก็ตาม เพราะจากสถิติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยในปี พ.ศ. 2536 พบว่า คนไทยบริโภคแอลกอฮอล์ไปทั้งหมด 18,538 ล้านดีกรี จนมาถึงปี พ.ศ. 2546 เพิ่มขึ้นมาเป็น 26,787 ล้านดีกรี เพียง 10 ปีให้หลังคนไทยดื่มเพิ่มขึ้นถึง 44.5% และมีแนวโน้มการบริโภคสูงอย่างต่อเนื่อง หลักการภาษีสรรพสามิตสุราใหม่ ที่เน้นจัดเก็บตามปริมาณของแอลกอฮอล์ จึงมาจากการคาดหวังว่า ประชาชนจะบริโภคสุราในจำนวนที่ลดลงจากข้อจำกัดราคาที่แพงขึ้น หรือหากยังต้องการดื่มในปริมาณเท่าเดิม ก็หวังว่าจะหันไปดื่มสุราที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำลง เพื่อทำให้ปัญหาที่กระทบต่อสุขภาพน้อยลงสุราไทย ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบไหน ทั้งเหล้า ไวน์ ส่วนนี้ย่อมมีโอกาสรับผลกระทบจากนโยบาย (ชัยรัตน์ โมไยพงค์, 2550) ยังมองว่านโยบายการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต โดยในส่วนของเหล้าไทย เพราะไม่ว่าจะจัดเก็บภาษีแบบใดเหล้าไทยก็กระทบ เพราะพื้นฐานการผลิตเดิมของเหล้าไทยส่วนใหญ่แล้ว มีดีกรีที่สูงนั่นเอง จึงอยู่ตลาดอาจลดการบริโภคลง แต่ไม่ได้หมายความว่า จะทำให้หันมาบริโภคเหล้าไทย หรือสินค้าไทยเพิ่มขึ้น ดังนั้น ไม่ว่าจะปรับหรือนำแนวทางใดมาใช้

ผลกระทบจากการดำเนินการนี้ น่าจะตกอยู่ที่ผู้ประกอบการสุราไทย ที่ต้องต่อสู้กับเหล่าฝรั่งราคา ถูกจากต่างแดนเข้ามาตีตลาดหวังครองตลาดน้ำเมาในเมืองไทย ดังนั้น ยิ่งเมื่อราคาเหล้าไทย ไม่ค่อยจะแตกต่างกับเหล่าฝรั่งเท่าใดนัก ประกอบกับรสนิยมของคนไทยที่ชอบ "ของนอก" โดยเฉพาะสก็อตวิสกี้ที่บรรดาคอทองแดงมีความเชื่อว่า จิบแล้วนุ่มลิ้น นั้นหมายความว่า สถานการณ์จากนี้อาจเป็นผลลบต่ออุตสาหกรรมสุราของไทย หรือเหล้าไทยอย่างเลียงไม่พ้น หากไม่มีดำเนินงานใดเพื่อแก้ไขหรือหาทางออกที่ดีที่สุดให้กับ "เหล้าไทย" โอกาสที่อุตสาหกรรม กลุ่มนี้ จะหายไปพร้อมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นย่อมมีความเป็นไปได้เช่นกัน

แบมบูบาร์ (Bam Boo Bar) เป็นสถานที่ให้บริการด้านเครื่องดื่ม ชนิดต่าง ๆ ทั้งที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์ ที่มีจำหน่ายทั่วไป จากประเทศต่าง ๆ ทั่วทุกมุมโลก อยู่ในการควบคุมดูแลของฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมโอเรียนเต็ล แบมบูบาร์ ได้เปิด ดำเนินการมาตั้งแต่ คศ. 1946 มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีวงดนตรีให้แขกผู้มาใช้บริการได้ ชมและฟังเพลงในแนวเพลงแจ๊ส (Jazz) โดยเปิดให้บริการทุกวัน วันธรรมดาเปิดให้บริการตั้งแต่ เวลา 11.00 น. ถึงเวลา 01.00 น. วันศุกร์และวันเสาร์เปิดให้บริการ เวลา 11.00 น. ถึง เวลา 02.00 น. ในแต่ละวันจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ทั้งแขกที่พักในโรงแรม และบุคคลทั่วไป ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ที่พบอยู่เป็นประจำ คือ ช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถบริการได้ทันเวลาและทั่วถึง แต่ปัจจุบันโรงแรมก็ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักในการใช้บริการ ทางด้านเครื่องดื่มอาจเนื่องมาจากยังไม่เป็นที่ยอมรับเรื่องของราคาสินค้า

ดังนั้น ผู้ทำการศึกษา เห็นว่า แบมบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล สถานที่ที่ให้บริการ ด้านเครื่องดื่มจึงต้องการที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ว่ามีความพึงพอใจ ที่มีต่อการบริการของพนักงาน แบมบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล มากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะเป็น แนวทางในการปรับปรุง แก้ไขการให้บริการ หรือรักษาคุณภาพการบริการในส่วนที่ลูกค้าพึงพอใจ ต่อการบริการ ของ แบมบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการวางแผน ดำเนินการด้านกลยุทธ์ต่างๆ ของโรงแรมให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการและความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ ลูกค้าของโรงแรมโอเรียนเต็ล อันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีผลกำไรที่สูงขึ้น

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเครื่องดื่มที่ แบนบูบาร์ ของโรงแรม โอเรียนเต็ล
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จของแบนบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล ในการบริการเครื่องดื่ม
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเครื่องดื่มที่ แบนบูบาร์ โรงแรม โอเรียนเต็ล ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. เพื่อนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด
2. เพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการและการให้บริการต่าง ๆ ของแบนบูบาร์ โรงแรม โอเรียนเต็ล
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำแนวทางอันจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์การขาย และให้บริการสำหรับผู้ที่ทำธุรกิจทางด้านบริการเครื่องดื่ม

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ คุณค่าของสินค้าและบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่แบนบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ศึกษาทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่การวิจัย คือ แบนบูบาร์ เฉพาะการให้บริการเครื่องดื่มแบนบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล โดยใช้พื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าผู้มาใช้บริการ

ขอบเขตด้านประชากร ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเครื่องดื่ม แบนบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล ในช่วงระยะเวลา 1 ปี มีจำนวนประชากรประมาณ 105,000 คน (แบนบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร, 2549 หน้า 8) กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือลูกค้ามาใช้บริการ ที่ได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จากประชากรทั้งหมดและทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

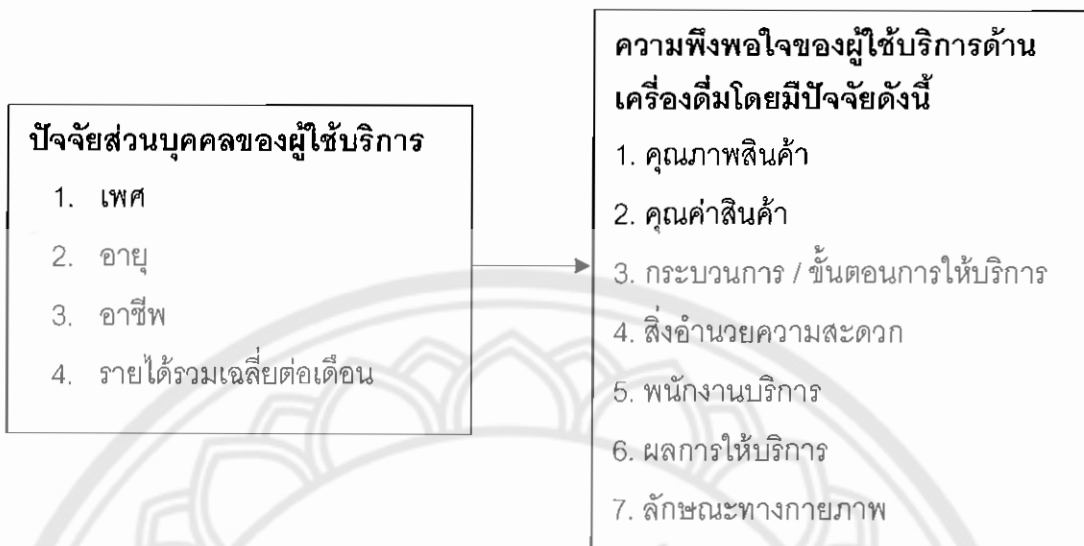
ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550-29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 4 เดือน ระยะเวลารวม 120 วัน

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามุ่งทำการศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการด้านเครื่องดื่มของแบบบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล โดยทำการศึกษาทั้งในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ทำการศึกษาหาข้อมูลในเชิงปริมาณในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของ แบบบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล และตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโดยมุ่งเน้นไปที่ตัวแปรสำคัญ 2 ประการ คือ ตัวแปรอิสระของลูกค้าใช้บริการได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ และตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า ด้านคุณค่าของสินค้า ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพนักงานบริการด้านผลการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการเครื่องดื่มที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ แตกต่างกันด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันในเรื่องความพึงพอใจด้านคุณภาพสินค้า คุณค่าสินค้า กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานบริการ ผลการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ
2. ความพึงพอใจด้านคุณภาพสินค้า คุณค่าสินค้า กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานบริการ ผลการให้บริการและลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กัน

สมมุติฐานทั้ง 2 ข้อ จะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเครื่องดื่ม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บาร์ (Bar) หมายถึง แบบบูบาร์ (Bam Boo Bar) โรงแรมโอเรียนเต็ล ซึ่งให้บริการด้านเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ ทั้งที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์ โดยเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 11.00น. ถึง 01.00 น. ยกเว้น วันศุกร์ถึงวันเสาร์ จะเปิดตั้งแต่เวลา 11.00น. ถึง 02.00 น.
2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสั่งเครื่องดื่มชนิดต่างในบาร์ตามแต่จะเลือกสั่งเครื่องดื่มชนิดใดชนิดหนึ่งที่ตนเองชอบ
3. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่ได้จากการหมักและกลั่น เช่น เบียร์ (BEER) ไวน์ (WINE) วิสกี้ (WHISKY) ซึ่งทำมาจากข้าวบาร์เลย์และผลไม้ ชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วแต่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยมีแอลกอฮอล์อยู่ด้วย ซึ่งแอลกอฮอล์เป็นของเหลว ระเหยได้ง่ายเมื่อผู้ดื่มเข้าไปแล้วอาจทำให้มีอาการมึนเมาได้
4. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดี ประทับใจในการบริการของพนักงานบริการเครื่องดื่ม ที่ทำงานอยู่ในบาร์ทุก ๆ ตำแหน่งของ แบบบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล ที่ได้รับทำให้สัมผัสได้ในเรื่องที่ดี รู้สึกผ่อนคลาย หายจากความตึงเครียด มีอารมณ์สุนทรีย์ที่เข้ามานั่งใช้บริการของโรงแรม
5. โรงแรม หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการด้านที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมหรือสัมมนา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ศูนย์รวมความบันเทิงเพื่อการพักผ่อนที่จัดเตรียมไว้ให้บริการแก่

ผู้มาพักหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ และนักธุรกิจที่มาติดต่อทำการค้าระหว่างประเทศ โดยที่มีการจ่ายค่าเดินทางตอบแทนตามราคาที่เหมาะสม

6. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง การตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีความต้องการในสิ่งที่ตนเองปรารถนาโดยที่มีความต้องการในรูปแบบแตกต่างกันออกไปตามแต่ว่าลูกค้าจะต้องการสิ่งใดโดยอาจจะเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนหย่อนใจก็ได้ซึ่งการบริการแบบนี้มีให้เลือกได้ตลอดเวลา

7. ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของผู้มาใช้บริการเครื่องดื่มของแบบบูบาร์ โรงแรมโอเรียนเต็ล ในด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

