บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีแนวคิด การบริหารจัดการ รูปแบบการบริการ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

1. ประวัติของภัตตาคารไทยและความรู้ทั่วไป
   1.1 ประวัติภัตตาคารไทย
   1.2 รูปแบบการบริการ
   1.3 ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของการบริการ
   1.4 โครงสร้างภัตตาคารหรือห้องอาหาร
   1.5 ปัจจัยที่ทำให้ภัตตาคารเลือกการบริการต่างกัน
2. ความหมายของความพึงพอใจ แนวคิดทฤษฎีของความพึงพอใจ ความสำคัญของความพึงพอใจ องค์ประกอบของความพึงพอใจและการวัดความพึงพอใจ
   2.1 ความหมายของความพึงพอใจ
   2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
   2.3 ความสำคัญของความพึงพอใจ
   2.4 องค์ประกอบความพึงพอใจ
   2.5 การวัดความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
   3.1 ความหมายของการบริการ
   3.2 ความสำคัญของการให้บริการ
   3.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องการให้บริการ
   3.4 ลักษณะเฉพาะของการบริการ
4. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม
   4.1 การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม
   4.2 ประเภทของห้องอาหาร
   4.3 ประเภทของลูกค้า
   4.4 วิธีปฏิบัติเมื่อมีสถานการณ์ผิดปกติในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม
   4.5 คุณสมบัติของพนักงานบริการ
   4.6 มรรยาทของพนักงานบริการ
   4.7 กฎระเบียบของพนักงานบริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

5. องค์ประกอบของการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม
   5.1 ด้านอาหารดี
   5.2 ด้านทำเลที่ตั้งดี
   5.3 ด้านบรรยากาศดี
   5.4 ด้านการนำเสนอดี
   5.5 ด้านการบริการดี
   5.6 ด้านภาพลักษณ์ดี
   5.7 ด้านคุณค่าดี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
   6.1 งานวิจัยในประเทศ
   6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ประวัติของภัตตาคารไทยและความรู้ทั่วไป

ประวัติวิวัฒนาการ การเจริญเติบโตของภัตตาคารในไทยมีรายละเอียดโดยสรุป (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี,2551 ,มกราคม, 3) ดังนี้

1.ประวัติของภัตตาคารไทย

ภัตตาคารไทยเกิดขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นยุคของการเปิดประเทศ มีการสร้างที่พักแรมตะวันตกลักษณะคล้าย "โฮเต็ล" ชื่อบอร์ดดิง เฮาส์(Boarding houses) ที่ตำบลโคกควาย ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในปี พ.ศ.2506 มีการสร้างโรงแรมขึ้น 2 โรงแรม คือ โรงแรมเอเรียนเต็ล (Oriental hotel) และโรงแรมฟิชเชอร์ (Fisher hotel) ในสมัยนั้น พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเอยู่หัวมีคอฟฟี่ชอปแห่งแรกชื่อ ร้านกาแฟนรสิงห์ ตั้งอยู่ที่ถนนเสือป่า ดำเนินการโดยทางราชการ กรมมหรสพหลวงจัดดนตรีแสดงที่คอฟฟี่ชอปแห่งนี้ พ.ศ. 2465 สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีโรงแรมที่ดำเนินการโดยทางราชการเป็นแห่งแรก คือ โรงแรมหัวหิน สร้างเพื่อรองรับแขกเมือง สร้างแบบยุโรป มีอาหารอย่างดีแบบอังกฤษ พนักงานเสิร์ฟนุ่งผ้าม่วง ใส่เสื้อราชปะแตน และสถานที่จัดเลี้ยงหรูหรามากที่สุดในสมัยนั้น อีก 4 ปีต่อมามีการดัดแปลงวังพญาไทยเป็นโรงแรม เรียกว่า โฮเต็ลวังพญาไทยสมเด็จพระเจ้าพี่ยาเธอ กรมหลวงกำแพงเพชรอัครโยธิน ผู้บัญชาการกรมการรถไฟแผ่นดินเป็นผู้อำนวยการโรงแรม หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จึงได้เปลี่ยนเป็น โรงพยาบาลทหารบกหรือโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ในปัจจุบันด้านเครื่องดื่มในยุคนั้นย่านถนนนาวา มีร้านที่เรียกว่า เบียร์ฮอล์ เป็นสถานที่เต้นรำ มีอาหารขายพร้อมสุราต่างประเทศ ต่อมาจึงนิยมเปิดขายอีกหลายแห่งและทางบริษัทเบียร์ที่ผลิตในไทยได้ทำการส่งเสริมการขายประสบความสำเร็จ ทำให้คนไทยหันมาดื่มเบียร์ที่ผลิตในไทยกันมากขึ้นสำหรับร้านอาหารไทยทั่วไป เช่น ร้านขาย

อาหารจีน มักตั้งในย่านถนนเยาวราช ถนนทรงวาด ถนนราชวงศ์ อาหารที่ขายมีทั้งบะหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ มีบริการเสิร์ฟถึงรถ โดยเอาถาดอาหารแขวนไว้ที่หน้าต่างรถ หากไม่อยากมานั่งรับประทานที่ริมถนน และในยานเยาวราช มีการสร้างอาคารสูง 7-9 ชั้น เพื่อเป็นที่ขายอาหารจีนอย่างหรูหรา มีโรงน้ำชา โรงนวด โรงระบำ และบ่อนการพนัน ความเจริญของร้านอาหารจีน ทำให้เกิดภัตตาคารจีนขนาดใหญ่หลายแห่ง รวมทั้งเป็นแหล่งที่ขายอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวตอนกลางคืนร้านอาหารที่ได้รับความนิยมในอดีต เช่น อาหารอินเดีย จะมีมากในย่านที่คนอินเดียอาศัยอยู่ เช่น ถนนสุรวงศ์ บางรัก และย่านพาหุรัด ในปี พ.ศ.2502 รัฐบาลได้จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ทำหน้าที่ขยายเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ทำให้เกิดโรงแรมขนาดใหญ่ มีวิธีการจัดการที่ได้มาตรฐานสากลในด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีการปั้นเนยเทียม การแกะสลักน้ำแข็ง ใช้ไฟส่องประดับโต๊ะอาหาร มีการแข่งขันทางด้านบริการและสถานที่ๆ ให้ความหรูหรา

2. รูปแบบการบริการอาหาร

ในการบริการอาหารแบบตะวันตกหรือแบบยุโรปนั้นมีหลายแบบด้วยกัน และในปัจจุบันนี้ถือว่าการบริการอาหารแบบตะวันตกนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก แต่ถ้าจะกล่าวหรือแบ่งการบริการอาหารแบบตะวันตกออกเป็นประเภท ๆ นั้น ก็จะพอแบ่งออกได้ 2 ประเภท โดยถือลักษณะของการบริการเป็นหลักคือ (ศิวะ วสุนธราภิวัฒน์, 2539, หน้า17-23)

1. การบริการอาหารโดยใช้บริกร (table service)

หมายถึงการบริการอาหารโดยใช้การบริการกับผู้มาใช้บริการถึงโต๊ะโดยมีพนักงานบริการคอยรับสั่งและนำอาหารไปเสิร์ฟให้กับผู้มาใช้บริการที่โต๊ะ ซึ่งการให้การบริการแบบนี้เป็นบริการที่ได้รับความนิยมกันมากในปัจจุบันตามห้องอาหารและภัตตาคารและเป็นการบริการที่เหมาะสมมากสำหรับผู้มาใช้บริการที่มีเวลามากในการรับประทานอาหาร ซึ่งการบริการอาหารลักษณะนี้ยังสามารถแบ่งย่อยออกเป็นแบบต่าง ๆ ได้อีกดังนี้คือ

1.1 การบริการแบบฝรั่งเศส (french service)

การบริการอาหารแบบนี้ถือว่าเป็นการบริการแบบเป็นทางการ ซึ่งเป็นการบริการที่ค่อนข้างหรูหรา สำหรับพนักงานบริการที่ให้การบริการแบบนี้จะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการอบรมและฝึกฝนมาเป็นอย่างดีพอในการบริการแบบนี้จะต้องใช้พนักงานบริการจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับผู้มาใช้บริการ การบริการอาหารแบบฝรั่งเศสนี้ อาหารที่จะนำไปเสิร์ฟให้กับผู้มาใช้บริการนั้น จะต้องถูกนำมาแบ่งและปรุงแต่งใส่จานต่อหน้าผู้มาใช้บริการก่อน กล่าวคือ อาหารที่จะนำมาเสิร์ฟนั้นจะนำมาปรุงแต่ง และใส่จานบนที่อุ่นอาหาร หรือที่พักอาหารรถเข็น ที่เรียกว่าเกริดอง ก่อนแล้วจึงนำไปเสิร์ฟและการเข้าเสิร์ฟนั้นพนักงานบริการจะนำอาหารเข้าเสิร์ฟทางขวามือของผู้มาใช้บริการด้วยมือขวาทุกชนิด ยกเว้นขนมปัง เนย และสลัด จะต้องเข้าเสิร์ฟทางซ้ายมือของผู้มาใช้บริการ และเมื่อผู้มาใช้บริการรับประทานอาหารเสร็จพนักงานบริการก็จะเก็บจานหรือถอนจานอาหารโดยเข้าทางขวามือของผู้มาใช้บริการ ยกเว้น จานขนมปังและจานที่

ต้องเข้าถอนจานทางซ้ายมือการบริการอาหารแบบฝรั่งเศสนี้ เป็นการบริการที่ได้รับความนิยมมาก ทั้งนี้เนื่องจากถือว่าเป็นการบริการที่หรูหรา และมีระเบียบความสวยงาม ดังนั้นตามห้องอาหารหรือภัตตาคารที่มีมาตรฐานระดับสูง ๆ จึงมักใช้บริการแบบนี้กันมาก

1.2 การบริการแบบรัสเซียน (russian service)

เป็นการบริการอีกแบบหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายกับการบริการแบบฝรั่งเศสมาก แต่จะมีข้อแตกต่างกันตรงที่การบริการอาหารแบบนี้จะใช้พนักงานบริการเพียงคนเดียวเท่านั้นในการเสิร์ฟฉะนั้นพนักงานบริการจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถและมีความชำนาญในการบริการมากพอ การบริการแบบรัสเซียนนี้อาหารที่จะนำไปเสิร์ฟนั้นจะมีการเตรียมและการประกอบปรุงแต่งเสร็จเรียบร้อยแล้วมาจากในครัว ซึ่งอาหารจะถูกจัดใส่ถาดเพื่อส่งให้พนักงานบริการจากนั้นพนักงานบริการจะไปนำอาหารไปวางไว้ที่โต๊ะพักอาหาร (side table) ก่อน แล้วพนักงานบริการจะไปนำจานมาจัดไว้ตรงหน้าผู้มาใช้บริการ โดยเข้าทางขวามือของผู้ใช้บริการโดยจัดวางจานไปรอบ ๆ ตามเข็มนาฬิกา และเมื่อจัดวางจานเสร็จครบทุกคนแล้ว พนักงานบริการก็จะไปนำถาดอาหารที่วางไว้ที่โต๊ะพักอาหาร แล้วนำอาหารไปแสดงต่อหน้าผู้มาใช้บริการโดยใช้มือซ้ายถือถาดอาหารก่อนที่จะเข้าเสิร์ฟ สำหรับการเข้าเสิร์ฟนั้นจะเข้าเสิร์ฟทางซ้ายมือของแขกโดยตักแบ่งอาหารเสิร์ฟไปทางขวามือหรือทวนเข็มนาฬิกาจนครบทุกคน

1.3 การบริการแบบอังกฤษ (english service)

การบริการอาหารแบบนี้ในปัจจุบันมีใช้กันน้อยมาก โดยเฉพาะตามห้องอาหารหรือภัตตาคารโดยทั่วไป แต่นอกจากอาจจะมีบางครั้งในการจัดเลี้ยงในโอกาสพิเศษที่จัดขึ้น โดยเฉพาะ เช่นงานเลี้ยงภายในครอบครัว ซึ่งการบริการอาหารแบบอังกฤษนี้อาหารจะถูกประกอบและปรุงแต่งจัดใส่จานหรือถาดเสร็จเรียบร้อยจากครัว ซึ่งพนักงานบริการก็จะนำอาหารไปวางไว้ที่โต๊ะพักอาหารที่จัดไว้ต่อจากนั้นเจ้าภาพผู้จัดงานเลี้ยงก็จะเป็นผู้มาตักอาหารแบ่งใส่จาน แล้วให้พนักงานบริการนำไปเสิร์ฟให้กับแขกสำหรับวิธีการเข้าเสิร์ฟนั้นก็เหมือนกับการบริการอาหารแบบฝรั่งเศส

1.4 การบริการแบบอเมริกัน (american service)

การบริการอาหารแบบนี้ถือว่าเป็นการบริการที่มีลักษณะเป็นทางการน้อยกว่าการบริการอาหารแบบอื่น ๆ และเป็นการบริการอาหารที่นิยมใช้กันมากที่สุดตามห้องอาหารและภัตตาคารในทุกวันนี้ เนื่องจากเป็นการบริการที่ไม่มีพิธีรีตรองมากนัก แต่การบริการอาหารแบบนี้จะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการบริการแบบอื่น ๆ คืออาหารที่จะนำมาเสิร์ฟนั้นจะถูกปรุงแต่งและประกอบเสร็จเรียบร้อยและจะถูกจัดใส่จานอาหารเฉพาะคนมาจากครัวซึ่งพนักงานบริการสามารถจะนำไปเสิร์ฟได้เลย ยกเว้น ขนมปัง เนย และสลัด พนักงานบริการอาจจะนำมาตักแบ่งใส่จานให้กับผู้มาใช้บริการที่โต๊ะ สำหรับวิธีการเข้าเสิร์ฟพนักงานบริการจะนำอาหารเข้ามาเสิร์ฟทางซ้ายมือของผู้มาใช้บริการโดยใช้มือซ้ายในการเสิร์ฟ ส่วนการเก็บจานอาหารหรือถอนจานอาหารพนักงานบริการจะเข้าถอนทางขวามือของผู้มาใช้บริการ ยกเว้นจานขนมปัง

และจานสลัด

2. การบริการอาหารโดยช่วยตนเอง (self service)

หมายถึงการบริการอาหารโดยผู้มาใช้บริการหรือผู้รับประทานอาหารช่วยตนเองโดยไม่ต้องมีพนักงานบริการนำอาหารมาเสิร์ฟที่โต๊ะ นอกจากพนักงานบริการจะทำหน้าที่เสิร์ฟพวกเครื่องดื่มหรือทำหน้าที่เก็บจานที่สกปรกออกจากโต๊ะ และบริการอย่างอื่นตามแต่ผู้มาใช้บริการจะต้องการ กล่าวคือการบริการอาหารแบบนี้อย่างอื่นตามแต่ผู้มาใช้บริการจะต้องการ กล่าวคือการบริการอาหารแบบนี้อาหารทุกชนิด จะถูกจัดและตกแต่งอย่างสวยงามวางไว้ที่โต๊ะที่จัดไว้มุมใดมุมหนึ่งของสถานที่ พร้อมกับภาชนะและอุปกรณ์เครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร เช่น จาน ช้อน และส้อมเป็นต้น จะถูกจัดวางไว้ที่โต๊ะที่จัดไว้เช่นเดียวกัน เมื่อถึงเวลารับประทานผู้มาใช้บริการหรือแขกก็จะมาหยิบภาชนะและเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารที่จัดไว้ให้ แล้วจะไปตักแบ่งอาหารที่จัดไว้ใส่จานตามใจชอบด้วยตนเอง ซึ่งการบริการอาหารแบบนี้นั้น ในปัจจุบันได้รับความนิยมกันมาก ไม่ว่าในการจัดเลี้ยงตามห้องอาหารหรือภัตตาคารต่าง ๆ ที่มีการจัดเลี้ยงในโอกาสต่างๆ การบริการอาหารแบบนี้ที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าการบริการอาหารแบบบุฟเฟ่ (buffet)นั่นเอง และการบริการอาหารแบบนี้ยังเป็นการบริการที่นิยมกันมากที่สุดในประเทศแถบสแกนดิเนเวียน จนทำให้บางครั้งเรียกว่าเป็นการบริการอาหารแบบสแกนดิเนเวียน

การบริการอาหารแบบต่าง ๆ ตามที่กล่าวมาแล้วนั้น เป็นการบริการอาหารแบบตะวันตกหรือแบบยุโรป แต่ในปัจจุบันนี้ในบ้านเรานั้นนอกจากจะมีการบริการอาหารแบบตะวันตกที่มีใช้กันมากตามห้องอาหารของโรงแรมชั้นหนึ่งและห้องอาหารภัตตาคารที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วก็ตาม ยังมีการบริการอีกแบบหนึ่งที่มีบทบาทมากในปัจจุบัน ไม่ว่าในงานเลี้ยงพิธีต่าง ๆ หรืองานจัดเลี้ยงโอกาสต่างๆ ตามห้องอาหารของโรงแรมชั้นหนึ่ง หรือห้องอาหารและภัตตาคารทั่วๆไป การบริการอาหารที่กล่าวถึงก็คือ การบริการอาหารแบบโต๊ะจีน ซึ่งถือว่าเป็นการบริการอาหารโดยใช้บริกร (table service) อีกแบบหนึ่งของการบริการอาหารแบบเอเชีย ซึ่งเป็นการบริการที่ไม่มีพิธีรีตรองมาก และจะคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วมากกว่าอย่างอื่น

3. ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบของการบริการ

รูปแบบของการบริการจะเป็นแบบใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะและรูปแบบการบริการที่เป็นรูปแบบเฉพาะของภัตตาคาร หรือห้องอาหารนั้นมีการกำหนดลักษณะการบริการภายในภัตตาคารหรือห้องอาหารว่าจะต้องบริการแบบใดเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่แน่นอนหรือไม่ บางภัตตาคารให้บริการเพียงรูปแบบเดียวเท่านั้น ไม่มีการบริการรูปแบบอื่น เช่น ภัตตาคารอาหารจีน ชื่อว่า " ไดแนสตี้ " ของโรงแรมเจบีหาดใหญ่ เป็นภัตตาคารที่จัดบริการอาหารจีนต้นตำรับ มีรายการอาหารจีนให้ผู้ใช้บริการเลือกรับประทานเท่านั้นการบริการในภัตตาคารแห่งนี้จึงบริการแบบโต๊ะจีนเท่านั้น

2. ลักษณะของอาหารในเมนูรายการอาหารต่าง ๆที่กำหนดขึ้นเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะรูปแบบของการบริการ เนื่องจากในการเสิร์ฟอาหารแต่ละจานที่แขกเลือกสั่งจากรายการอาหารในเมนูของภัตตาคารหรือห้องอาหารนั้น จะบ่งบอกถึงลักษณะของอาหารที่จะเสิร์ฟและรูปแบบของบริการ เช่น หากรายการอาหารเป็น "ตาเบลอเดอโอต" จะเป็นรายการอาหารชุดที่กำหนดรายการอาหารในแต่ละชุดไว้แล้วและจะต้องให้บริการอาหารตามรายการอาหารชุดนั้น ๆ ที่แขกเลือก ซึ่งรายการอาหารแต่ละรายการจะกำหนดวิธีการบริการไปด้วยในตัว หรือ แบบอะลาการ์ต แขกจะเลือกสั่งอาหารตามที่ต้องการแยกเป็นจาน ๆ ส่วนใหญ่จะเสิร์ฟเป็นจานเฉพาะแขกแต่ละคน เป็นต้น

3. เวลาที่ใช้ในการรับประทานอาหาร หากเป็นอาหารมื้อเช้า หรือ กลางวันที่มีเวลาในการรับประทานอาหารไม่มากนัก รูปแบบการบริการจะต้องรวดเร็วเพื่อให้ทันเวลาที่แขกกำหนดไว้ ส่วนใหญ่จะไม่เกิน 1 ชั่วโมง แต่หากเป็นอาหารเย็นหรืออาหารค่ำจะใช้เวลาในการรับประทานนานขึ้น เพราะแขกไม่ต้องรีบร้อนไปทำงาน ทำให้มีขั้นตอนในการบริการได้มากขึ้น

4. เวลาที่ใช้ในการประกอบอาหาร หากเป็นอาหารมื้อเช้ามื้อกลางวันจะต้องใช้เวลาในการประกอบอาหารน้อยกว่ามื้อเย็น แต่หากอาหารรายการใดต้องรอนาน พนักงานบริการจะต้องแจ้งให้แขกทราบและดูแลการบริการด้านอื่น เช่น บริการเสิร์ฟเครื่องดื่ม หรืออาจแนะนำอาหารเรียกน้ำย่อยให้แก่แขกก่อน เพื่อให้แขกรับประทานขณะรออาหารหลัก

5. จำนวนแขกที่เข้ามาใช้บริการภัตตาคารหรือห้องอาหารนั้นหากเป็นรูปแบบการบริการอาหารที่มีความหรูหราและมีขั้นตอนในการบริการมากใช้เวลาในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่แขกแต่ละโต๊ะนาน ภัตตาคารหรือห้องอาหารนั้นจะต้องมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก เพราะพนักงานบริการจะต้องให้บริการแก่แขกอย่างใกล้ชิดแต่หากรูปแบบการบริการไม่มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและไม่หรูหรามากนัก อาจเพิ่มจำนวนแขกได้มากขึ้นซึ่งหากมีจำนวนโต๊ะไว้บริการมากเท่าใดก็จะมีรูปแบบการบริการเรียบง่ายมากขึ้นเท่านั้นเพราะการดูแลของพนักงานเสิร์ฟอาจไม่ทั่วถึงในกรณีที่แขกมาใช้บริการเต็มทุกโต๊ะ

6. ราคาอาหารราคาอาหารที่กำหนดในเมนูเป็นตัวบ่งบอกรูปแบบและลักษณะการบริการแขกที่ได้รับจากการใช้บริการ หากราคาอาหารแพงมากๆ เครื่องมือเครื่องใช้และการให้บริการย่อมดีกว่า มีมาตรฐานของอาหาร เครื่องดื่มและการบริการสูงกว่า แต่หากราคาอาหารและเครื่องดื่มต่ำ การบริการก็จะน้อยลงตามราคาที่กำหนดไว้ในเมนูอาหาร

7. ทำเลที่ตั้งของภัตตาคารหรือห้องอาหาร ภัตตาคารหรือห้องอาหารบางแห่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ชั้นบนสุดของโรงแรมที่มีทัศนียภาพสวยงามโดดเด่นจึงเลือกจัดให้เป็นภัตตาคารหรือห้องอาหารที่หรูหราตามบรรยากาศ มีการเพิ่มมาตรฐานการบริการมากขึ้นมักจะแตกต่างจากห้องอาหารหรือภัตตาคารทั่วไปเช่นการบริการที่มีพนักงานบริการ ประกอบอาหารให้ชมต่อหน้าแขกมีนักดนตรีเล่นเพลงตามโต๊ะอาหารของแขกตามคำขอของแขก

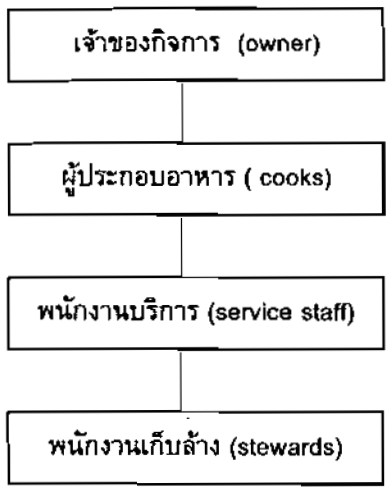
8. ความต้องการของแขก แขกที่มาใช้บริการภัตตาคาร หรือ ห้องอาหารที่ต้องการ การบริการที่ดีกว่าแขกทั่วไป มักจะจองโต๊ะพิเศษหรือห้องพิเศษไว้ เพื่อให้มีพนักงานคอยให้บริการตลอดเวลาขณะที่ใช้บริการ โดยอาจโทรมาบอกทางภัตตาคารไว้ก่อนว่าต้องการพนักงานบริการในรูปแบบใด เพื่อให้ทางภัตตาคารจัดเตรียมพนักงานไว้ให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีค่าบริการบวกเพิ่มเข้ามาจากค่าอาหารและเครื่องดื่มด้วย

4. โครงสร้างภัตตาคารหรือห้องอาหาร

โครงสร้างภัตตาคารหรือห้องอาหาร แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2549, หน้า 12-13) คือ

4.1 การจัดโครงสร้างภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดเล็ก

ภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดเล็กโดยมากจะมีจำนวนโต๊ะไม่เกิน 15 โต๊ะ (กรณีที่โต๊ะสามารถรองรับแขกได้สูงสุด โต๊ะละ 4 คน) ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีการบริหารงานแบบครอบครัว เพราะจะทำกันในระบบเครือญาติจำนวนผู้ให้บริการจะมีน้อย ดูแลรับผิดชอบบริการแขกไม่มากนักโดยจะมีเจ้าของกิจการเป็นผู้มีอำนาจสูงสุด ซึ่งอาจเป็นหัวหน้าครอบครัวก็ได้ โดยแสดงความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ ดังภาพ 2



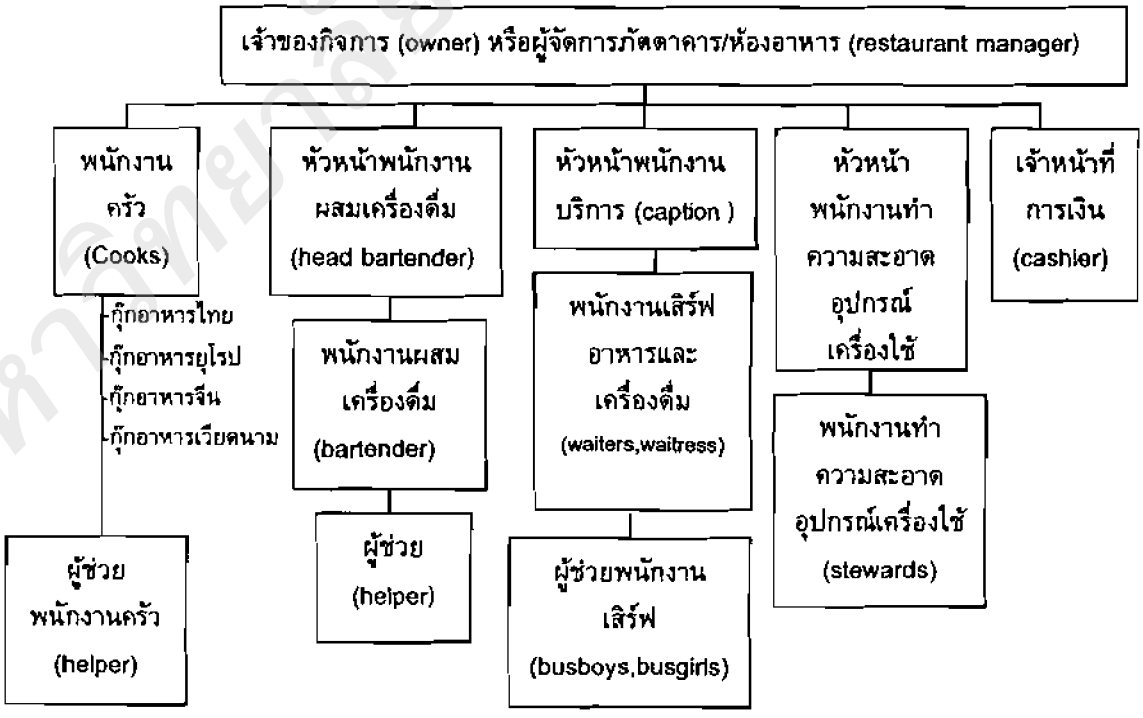
ภาพ 2 (โครงสร้างการบังคับบัญชาและการแบ่งสายงานของภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดเล็ก)

เจ้าของกิจการอาจเป็นผู้ปรุงอาหาร เสิร์ฟ และเก็บล้างเองทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของภัตตาคารหรือห้องอาหารนั้น ยิ่งเล็กมากเท่าไรก็สามารถทำเองคนเดียวได้ หากเป็นกิจการของครอบครัว คุณพ่ออาจเป็นเจ้าของกิจการ ในขณะที่คุณแม่เป็นผู้ปรุงอาหาร ลูก ๆ เป็นเสิร์ฟและเก็บล้าง ในกรณีที่ภัตตาคารหรือห้องอาหารมีขนาดใหญ่ขึ้น อาจมีการจ้างกุ๊กพนักงานเสิร์ฟและพนักงานเก็บล้างเพิ่มขึ้นเพื่อช่วยลดภาระงานของคนในครอบครัว ซึ่งอาหารที่ให้บริการจะ

เป็นอาหารที่ทำได้ง่าย ๆ เฉพาะอย่าง เช่น อาหารไทยตามสั่ง ก๋วยเตี๋ยว

4.2 การจัดโครงสร้างภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดกลาง – ใหญ่

ภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดกลางส่วนมากจะมีจำนวนโต๊ะประมาณ20 – 40 โต๊ะ และขนาดใหญ่มีจำนวนโต๊ะตั้งแต่ 60 โต๊ะขึ้นไป อาจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวหรือห้างหุ้นส่วนก็ได้ หากเป็นเจ้าของกิจการคนเดียวจะมีโครงสร้างของสายการบังคับบัญชาเหมือนกับกิจการภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดเล็กแต่ในกรณีที่เป็นหุ้นส่วนโดยมากมักจะมีการจ้างกุ๊ก พนักงานเสิร์ฟและพนักงานเก็บล้างเพิ่มเข้ามามากขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อการบริการแขก อาหารที่จัดไว้บริการแก่แขกจะมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น บริการทั้งอาหารไทย จีน ยุโรป หรือ อาจมีบริการอาหารประเภทเดียว แต่มีรายการอาหารหลากหลายให้เลือก เช่น บริการอาหารจีนโดยมีโต๊ะจีน ติ่มซำ ก๋วยเตี๋ยว อาหารจีนสูตรต้นตำรับ ฯลฯ หรือบริการอาหารเฉพาะอย่าง เช่น อาหารประเภทยำอย่างเดียว อาหารประเภทปิ้งย่างหรืออย่างอย่างเดียว เป็นต้น



ภาพ 3 (โครงสร้างการบังคับบัญชาและการแบ่งสายงานของภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดกลาง – ใหญ่)

ภัตตาคารหรือห้องอาหารขนาดกลาง – ใหญ่นี้ สามารถเรียกได้ว่าเป็นภัตตาคาร โดยพิจารณาจากการตกแต่ง อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และการบริการถ้ามีมาตรฐานดีสามารถเรียกว่าเป็นภัตตาคารเต็มรูปแบบได้

5. ปัจจัยที่ทำให้ภัตตาคารเลือกการบริการต่างกัน

ภัตตาคารหรือห้องอาหารสามารถเลือกการจัดบริการให้แก่ลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ กัน โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2549, หน้า 11) ดังนี้

1. ประเภทและลักษณะการประกอบการของภัตตาคาร เช่น เป็นห้องอาหารทั่วไป ห้องอาหารประจำชาติ หรือห้องอาหารแบบต่าง ๆ ในโรงแรม ถ้าเป็นห้องอาหารที่หรูหราอาจใช้การบริการแบบฝรั่งเศสหรือแบบรัสเซีย

2. ประเภทลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น เป็นลูกค้านักธุรกิจ นักท่องเที่ยว หรือลูกค้าทั่วไปซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการและรสนิยมในการบริโภคต่างกัน

3. เวลาที่ต้องใช้ในการรับประทานอาหารแต่ละมื้อ นับรวมตั้งแต่เวลาในการรับคำสั่ง เวลาในการปรุงอาหาร และเวลาที่ต้องใช้ในการรับประทานอาหารแต่ละมื้อ ถ้าลูกค้าไม่มีเวลาในการรับประทานอาหารมากนักควรให้การบริการแบบอาหารปรุงสำเร็จ หรือแบบบุฟเฟ่ต์

4. อัตราการหมุนเวียนของลูกค้าที่คาดว่าจะมาใช้บริการ ถ้าอัตราการหมุนเวียนสูงควรให้การบริการแบบรวดเร็วเพื่อลูกค้าจะไม่เสียเวลาคอยนาน และในขณะเดียวกันการให้บริการที่รวดเร็วจะช่วยให้อัตราการหมุนเวียนของลูกค้าดีขึ้นด้วย

5. ประเภทของรายการอาหารที่เสนอขาย ควรจัดรายการให้เหมาะสมกับลักษณะความต้องการบริโภคของลูกค้า เป็นรายการที่เสนอขายได้จริง และเหมาะสมกับรูปแบบของการบริการ เช่น การบริการแบบอาหารจานด่วน รายการควรปรุงได้อย่างรวดเร็ว

6. ต้นทุนและราคาอาหารของแต่ละรายการ ถ้ามีต้นทุนและราคาขายสูงจะไม่เหมาะสมกับรูปแบบการบริการที่คิดราคาเหมาเป็นมื้อ รายการอาหารที่มีราคาสูงจะเหมาะกับการบริการแบบมีพนักงานเสิร์ฟ

7. ทำเลที่ตั้งของภัตตาคาร ตลอดจนบรรยากาศทั้งภายนอกและภายในภัตตาคาร ทำให้รูปแบบการบริการต่างกัน เช่น ถ้าตั้งอยู่บนเนินเขา หรือที่สูงมองเห็นทิวทัศน์ได้โดยรอบและเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ด้วยควรให้บริการแบบมีพนักงานเสิร์ฟ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักตั้งใจมาเพื่อรับประทานอาหารและมีเวลารับประทานอาหารได้นาน

ความหมายของความพึงพอใจ แนวคิดทฤษฎีของความพึงพอใจ ความสำคัญของความพึงพอใจ องค์ประกอบของความพึงพอใจและการวัดความพึงพอใจ

1. ความหมายของความพึงพอใจ

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540, หน้า 25) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นภาวะของความพึงพอใจ หรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินประสบการณ์ สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจ

ปรากรม วุฒิพงศ์ (2540, หน้า 38) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นวัตถุประสงค์ของการบริการที่มีคุณภาพ แต่เป็นการวัดความรู้สึกของผู้ใช้บริการมีการศึกษาอย่างมีระบบ เพื่อปรับปรุงระบบบริการและสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่ประทับใจ แต่ความพึงพอใจอีกประการหนึ่งคือ คุณภาพการรักษาที่จำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้ดีและให้มีประสิทธิภาพ

ดุษฎี ใหญ่เรืองฤทธิ์ (2541, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่า เป็นเป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถลดความตึงเครียดและตอบสนองตามความต้องการของบุคคลได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

บุญชู ชาวเชียงขวาง (2541, หน้า 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหมายกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

สุรชัย เลศะวานิช (2543, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น

วิชาดี หล่อตระกูล (2545, หน้า 14) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวก

สำเริง แหยงกระโทก (2545, หน้า 59) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ปราศจากความรู่สึกเป็นทุกข์ ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าบุคคลต้องได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ในทุกสิ่งที่ต้องการแต่จะหมายถึงความสุขที่เกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี และเกิดความสมดุลระหว่างความต้องการของบุคคล และการได้รับการตอบสนอง

ชุดิมา เที่ยงคำ (2547, หน้า 19) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

วรูม (Vroom, 1988, p. 328) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

บาร์สกี้ (Barsky, 1995, p. 2) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ทัศนคติด้านบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการเป็นความรู้สึกสนุกสนาน สบายใจ ปิติ ยินดี ตื้นตัน แต่ถ้าหากว่าไม่มีความพึงพอใจก็จะก่อให้เกิดความผิดหวัง ทั้งความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้เข้ารับบริการ รวมถึงองค์กรนั้นๆ ด้วย ซึ่งความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการนั้นเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผู้เข้ารับบริการได้รับจากบริการนั้นๆ ซึ่งหากมีความพึงพอใจมากจะส่งผลให้ผู้รับบริการกลับมารับบริการอีกครั้งหนึ่งที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป

จากการศึกษาความหมายของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความรู้สึกของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเป็นไปในทางบวกและทางลบ การตอบสนองความต้องการหรือให้ได้รับสิ่งตอบแทนที่แต่ละบุคคลคาดหวังไว้ ถ้าสิ่งใดที่สร้างให้ความรู้สึกผิดหวังจะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบก็ให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจได้

2. แนวคิดทฤษฎีของความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการรับบริการ จากการศึกษาของนักวิชาการ และนักการศึกษาหลายท่าน สรุปได้ดังนี้

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรน์ (2535, หน้า 130) กล่าวว่าความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงาน และได้รับผลตอบแทนคือ ผลที่เป็นความพึงพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น ความมุ่งมั่นในการทำงาน มีขวัญกำลังใจสิ่งเหล่านั้นจะมีผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งการส่งผลความสำเร็จ และเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

จิรวิทย์ เดชจรัสศรี (2538, หน้า 55) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจในการบริการไว้ 3 ด้าน คือ

1. ด้านระบบการให้บริการ หมายถึงองค์ประกอบ และโครงข่ายที่สัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ

2. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง การบริการต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มต้น จนสิ้นสุดของการทำกิจกรรม

3. ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ คือ ความสนใจและตั้งใจในการให้บริการแก่ผู้ที่มาติดต่อ การแสดงสีหน้า กิริยาวาจา บุคลิกภาพ ความช่วยเหลือในการบริการต่าง ๆ

เอกชัย กี่สุขพันธุ์ (2538, หน้า 87) กล่าวว่าความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจมีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการทำงานเป็นอย่างมาก นอกเหนือจากการที่มีบุคลิกภาพที่ดี ความเชื่อมั่น และศรัทธาแล้ว จะต้องมีความรู้สึกพึงพอใจกับงานที่ทำ หรืองานที่ได้รับมอบหมายจะต้องสร้างความพึงพอใจในผู้ร่วมงานไม่ว่าจะเป็นผู้บังคับบัญชาหรือผู้ใต้บังคับบัญชา การ

สร้างความรู้สึกพึงพอใจในการทำงานจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานได้ดี และจะช่วยลดอุปสรรคในการสร้างมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันด้วย

เบญจมาศ ศิริกมลเสถียร (2542, หน้า 24) ได้อธิบายถึงแนวคิดความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีดังนี้

1. มีศิลปะของการดูแล
2. มีสมรรถภาพในการปฏิบัติงานของพยาบาล
3. มีการให้ความสะดวกสบาย
4. มีสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ให้การดูแลที่ดี
5. ไม่มีปัญหาการเงิน เป็นความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการรักษาพยาบาล
6. มีความสามารถ และความพร้อมของผู้รับบริการ
7. มีความต่อเนื่องในการดูแลรักษา และให้ความสม่ำเสมอในการดูแล
8. มีประสิทธิภาพ และมีผลลัพธ์ในการดูแลที่ดี ซึ่งหมายถึงคุณภาพของการให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ

วรรณวดี พูลพอกสิน (2544, หน้า 50-51) ได้กล่าวไว้ว่าแนวคิดความพึงพอใจตามองค์ประกอบของการให้บริการ แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านระบบการให้บริการ ประกอบด้วย

1.1 ความสะดวกในเงื่อนไขการขอรับบริการ หมายถึง ความยากง่ายของลำดับขั้นการเข้าถึงข้อมูล ตามการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

1.2 ความทั่วถึงเพียงพอของบริการ หมายถึง ปริมาณของบริการที่ให้นั้นต้องครอบคลุมพื้นที่อย่างทั่วถึง

1.3 การมีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอยของบริการที่ได้รับ หมายถึง ข้อมูลที่ถูกผลิตออกมานั้นมีคุณค่าหรือมีประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากน้อยเพียงใด

1.4 ความก้าวหน้าและการพัฒนาของระบบบริการ หมายถึง ความดีขึ้นในด้านปริมาณ หรือคุณภาพของข้อมูลที่ให้การบริการในระบบ

2. ด้านกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย

2.1 ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ หมายถึง ความยากง่ายในการเข้ารับบริการ เช่นความสะดวกในการเข้าถึงระบบบริการนั้น ๆ

2.2 ความรวดเร็วในขั้นตอนของการให้บริการ หมายถึง ความมากน้อยของจำนวนขั้นตอน และความรวดเร็วของการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ ที่ประหยัดเวลา

2.3 ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของบริการ หมายถึง ความคงเส้นคงวาของบริการที่ให้ เช่นการบริหารข้อมูลในระบบอย่างสม่ำเสมอ

2.4 ความมีคุณภาพของบริการ หมายถึง อัตราเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการให้บริการ เช่นระบบการจัดเก็บข้อมูลของระบบ

3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

3.1 การมีบุคลิกท่าทีและมรรยาทในการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกต่อผู้รับบริการในลักษณะต่าง ๆ เช่น ยิ้มแย้มแจ่มใส หรือปิ้งตึง

3.2 ความเอาใจใส่ในงานหน้าที่บริการของเจ้าหน้าที่ หมายถึง ความสนใจและตั้งใจในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของผู้ให้บริการ เช่น การแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้รับบริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

3.3 ความเสมอภาคและเป็นธรรมในการบริการ หมายถึง การให้บริการต่อประชาชนผู้มารับบริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ลำเอียง มีความยุติธรรม เสมอภาค เช่น การให้บริการต่อผู้มีสิทธิ์ในโครงการทุกคนเหมือนกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใคร

3.4 ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ หมายถึง ความไว้เนื้อเชื่อใจได้และความตรงไปตรงมาต่อหน้าที่ของการบริการ ไม่มีการเรียกร้องผลประโยชน์จากผู้รับบริการ เช่น การเรียกเก็บเงินจากผู้รับบริการในส่วนที่สิทธิประโยชน์คุ้มครอง

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการทำงานคือความรู้สึกที่ดีของแต่ละบุคคลต่องานที่คนปฏิบัติงานอยู่ ถ้าบุคคลนั้นมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ทำแล้วจะทำให้บุคคลนั้นทำงานได้ดี และมีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลนั้นมีความรู้สึกไม่พึงพอใจกับงาน จะทำให้งานที่ทำอยู่ไม่บรรลุผลสำเร็จ และไม่มีประสิทธิภาพ

3. ความสำคัญของความพึงพอใจ

นักวิชาการและนักการศึกษาได้เสนอแนะถึงความสำคัญของความพึงพอใจประมวลได้ ดังนี้

สมบูรณ์ พรรณาภพ (2540, หน้า 167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจจะเป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมที่สำคัญของบุคลากร ดังนี้

1. ความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน
2. ความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน
3. ความตั้งใจ เอาใจใส่ และรู้จักรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย
4. ความรู้สึกห่วงกังวลต่อผลที่จะเกิดจากการหยุดงานของตน จะไม่ขาดงานหรือหยุดงานโดยไม่จำเป็น
5. ความพร้อมที่จะรับอาสาในการปฏิบัติงานต่าง ๆ
6. ความพร้อมเพรียงในการหมั่นปรึกษาหารือเกี่ยวกับการเตรียมงาน และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

อเนก สุวรรณบัณฑิต, และ ภาสกร อดุลพัฒกิจ (2548, หน้า 172-173) ได้อธิบายความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ ว่า ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการทั้งหลายต่างคิดค้นหากลยุทธ์ทางการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่จะธำรงผู้รับบริการให้เกิดความ

ประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการ โดยต้องยึดถือสิ่งต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้มารับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์การธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลายๆ ด้านตัวอย่างเช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้ความสามารถในการให้บริการและบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการเนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการ

2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการ

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการ ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตน จากการไปรับบริการต่าง ๆ เช่น ท่องเที่ยว รับประทานอาหาร พักค้างแรม เป็นต้น ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มี ทำให้เกิดการแข่งขันนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ผลสุดท้ายก็คือผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเท สร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้นและงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้นมีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้า

สู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

แดนสกี้,และไมล์ (Dansky & Miles, 1997, p.165) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของความพึงพอใจในส่วนของผู้รับบริการว่ามีเหตุผลสำคัญหลายประการ คือ

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการสามารถช่วยดำรงรักษาสัมพันธภาพ ระหว่างสถานพยาบาลกับผู้รับบริการ

2. การหาปัจจัยที่สร้างความไม่พึงพอใจ ทำให้สถานพยาบาลทราบถึงจุดด้อยและสามารถจัดการกับความเสี่ยงนี้

3. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถใช้เป็นตัวเพิ่มข้อมูลที่สำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

4. การวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถใช้เป็นตัวเพิ่มข้อมูลที่สำคัญในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาความสำคัญของความพึงพอใจสรุปได้ว่า เป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมที่สำคัญของบุคคลในด้านต่างๆในส่วนของผู้รับบริการเองก็ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สร้างความไม่พึงพอใจสามารถวางแผนการรักษาในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลการวางแผนการปฏิบัติงาน

4. องค์ประกอบของความพึงพอใจ

ในการศึกษาองค์ประกอบความพึงพอใจผู้วิจัยทำการศึกษาและประมวลได้ดังนี้

กนกพร คุปตานนท์ (2539, หน้า 17) ได้สรุปองค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังนี้

1. ความสามารถทางด้านเทคนิควิชาชีพของผู้ให้บริการ เป็นพฤติกรรมที่ใช้ความรู้และทักษะการพยาบาลในการดูแลผู้รับบริการให้มีความสุขสบาย โดยมุ่งตอบสนองความต้องการพื้นฐานของบุคคล รวมถึงกิจกรรมที่มุ่งบรรเทาความเจ็บปวด อาการของโรค และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติตามแผนการรักษา

2. ลักษณะทางบุคลิกภาพ เป็นบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการและการแสดงออกทางสังคม เช่น กิริยาท่าทาง อัธยาศัยไมตรี ความเชื่อมั่น ความน่านับถือ และความไว้วางใจ

3. สัมพันธภาพที่มุ่งสร้างความไว้วางใจ เป็นพฤติกรรมของผู้ให้บริการที่เน้นการให้ความสนใจ เอาใจใส่ เข้าใจผู้รับบริการ รับฟังปัญหา และเคารพในความเป็นบุคคลของผู้รับบริการ รวมถึงกิจกรรมที่มุ่งผ่อนคลายความตึงเครียด ความวิตกกังวลขณะที่ผู้รับบริการอยู่ในโรงพยาบาล

4. สัมพันธภาพที่มุ่งเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมอนามัย เป็นพฤติกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือ ประคับประคอง แนะนำ และสอนให้ผู้รับบริการมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันภาวะแทรกซ้อน หรือเตรียมตัวเพื่อกลับไปสู่ครอบครัวหรือชุมชน

ชาลิต หน่อคำ (2543, หน้า 19) ได้สรุปองค์ประกอบของความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ลักษณะทางสังคม ได้แก่ การมีความสัมพันธ์ที่ดีก่อให้เกิดความพึงพอใจ

2. ลักษณะขิงกิจกรรมที่ทำ ได้แก่ กิจกรรมที่ดีและตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการก่อให้เกิดความพึงพอใจ

3. ลักษณะของกิจกรรมที่ตรงกับความรู้ ความสามารถ ความมั่นคงปลอดภัย

4. การติดต่อสื่อสารเป็นการอำนวยประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมให้เป็นไปอย่างราบรื่น

อภิญญา สุนทรธาราวงศ์ (2543, หน้า 26) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจในการให้บริการมี 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ด้านระบบการให้บริการ คือ ความรู้สึกพึงพอใจในการให้บริการข้อมูลต่อขั้นตอนและเงื่อนไขของการให้บริการที่ว่า เมื่อมาติดต่อขอรับบริการไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อนมีการวางระบบการดำเนินงานที่ชัดเจนแน่นอน การให้บริการเป็นลำดับจนแล้วเสร็จไม่มี การหยุดชะงักก่อนเวลา

2. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ คือความรู้สึกพึงพอใจของประชาชน เมื่อมาขอรับบริการจากหน่วยงาน พึงพอใจด้านบุคลิกภาพ กิริยาวาจา สีหน้า ความเป็นกันเอง

3. ด้านสถานที่ให้บริการ คือ สถานที่เหมาะสมเดินทางสะดวกตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มารับบริการ

อเนก สุวรรณบัณฑิต, และ ภาสกร อดุลพัฒกิจ (2548, หน้า 174-175) ได้อธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจ ว่า ความพึงพอใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ การประเมินคุณภาพของการบริการอันเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการให้บริการ โดยที่ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ

1. การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ อันเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการได้สัญญาว่าจะให้ โดยผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการว่าจะได้รับอย่างน้อยตามที่ผู้ให้บริการได้สัญญาไว้ความมากน้อยของคุณภาพของสิ่งที่ได้รับจะเป็นตัวกำหนดถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. การรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ซึ่งผู้ให้บริการดำเนินการนำเสนอผ่านการแสดงออกต่าง ๆ ในกระบวนการบริการ โดยผู้รับบริการจะประเมินว่าผู้ให้บริการดำเนินการบริการอย่างเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ความสะดวกในการเข้าถึงการบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อสารและการปฏิบัติตนในการให้บริการว่าผู้ให้บริการมีความเต็มใจและจริงใจเพียงใดในการ

บริการ การรับรู้เหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับบริการประเมินคุณภาพการบริการได้อย่างมีเหตุและผล ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจในการรับบริการ

จากการศึกษาองค์ประกอบของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบกิจการบริการจะต้องสร้างให้เกิดความแตกต่างของคุณภาพผลิตภัณฑ์บริการ เช่น รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งและปรับปรุงกระบวนการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการสู่ผู้รับบริการ โดยต้องอาศัยความจริงใจและความรับผิดชอบของผู้ให้บริการเป็นสำคัญ

5. การวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นพฤติกรรมที่สามารถวัดและประเมินได้ จากการศึกษาแนวความคิดของนักวิชาการ และนักการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

ชนิด บุญยงค์ (2539, หน้า 29) ได้สรุปการวัดความพึงพอใจไว้ 10 ด้านคือ

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความเชื่อมั่น

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการทันที

4. สมรรถภาพของผู้ให้บริการ หมายถึง การมีความรู้ ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติ มีใจและเป็นการปฏิบัติงาน

6. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความน่าเชื่อถือเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของมิตรต่อผู้รับบริการ

7. ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง ความรู้สึกเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งรักษาความลับของผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายได้รับบริการ

9. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่างๆ แก่ผู้รับบริการ ใช้การสื่อสารด้วยในการใช้งาน

10. การเข้าใจผู้รับบริการ หมายถึง การทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้รับสารด้วยภาษาที่เข้าใจ

ศจี อนันต์นพคุณ (2542, หน้า 70-71) ได้กล่าวถึงวิธีการที่จะวัดความพึงพอใจว่าสามารถใช้วิธีการสำรวจเป็นเครื่องมือวัดได้ ซึ่งมีวิธีการที่สำคัญ 4 วิธี คือ

1. การสังเกตการณ์ โดยที่ผู้บริหารสังเกตการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้รับบริการจากการแสดงออก การฟังจากการพูดสังเกตจากการกระทำแล้วนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตมาวิเคราะห์

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยการสัมภาษณ์จะต้องเผชิญหน้ากันเป็นส่วนตัวหรือสนทนากันโดยตรงแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วยวาจา

3. การออกแบบสอบถาม เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมาก โดยให้ผู้รับบริการแสดงความคิดเห็น และความรู้สึกในแบบสอบถาม การสร้างคำถาม ต้องพิจารณาอย่างดีเพื่อที่จะตั้งคำถามให้ครอบคลุม วัตถุประสงค์ได้ทั้งหมด และลักษณะของคำถามจะต้องให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจสมบูรณ์ครบถ้วน

4. การเก็บบันทึก เป็นการเก็บประวัติที่เกี่ยวข้องกับการรับบริการของผู้รับบริการแต่ละคน

ล้วน สายศ,และอังคณา สายยศ (2543, หน้า 66-122) เสนอแนะว่า เครื่องมือที่จะนำมาเร้าความรู้สึกของบุคคลที่นิยมนำมาใช้วัด ซึ่งมีความเป็นปรนัย สะดวกในการสร้างการนำไปใช้วัด และได้รับการนิยม คือ แบบสอบถาม ซึ่งสามารถสร้างได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. การสร้างแบบเทอร์สโตน เป็นลักษณะมีข้อความให้อ่านแล้วผู้ตอบแสดงความคิดเห็นว่า มีความคิดเห็นเชิงบวก กลาง หรือมีความคิดเห็นเชิงลบโดยไม่มีตัวเลข

2. การสร้างแบบลิเกิต ลักษณะเป็นข้อความที่แสดงความรู้สึก ซึ่งมีลักษณะทางบวก ทางลบ หรือผสมกันก็ได้ โดยกำหนดค่าเป็นเชิงปริมาณในรูปของตัวเลข

3. การสร้างแบบออสกูด มีลักษณะเป็นข้อความโดยพิจารณาร่วมกับคำตอบซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ ผู้ตอบโน้มเอียงไปในทางใด

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544, หน้า 141) ได้กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต ซึ่งเป็นวิธีการวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา วาจา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สรชัย พิศาลบุตร (2549, หน้า12-13) ได้อธิบายถึงการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1. วิธีวัดความพึงพอใจจากความคิดเห็นของผู้รับบริการ โดยวัดจากการสอบถามความคิดเห็นของผู้รับบริการที่เลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เกี่ยวกับบริการแต่ละด้าน และบริการรวมทุกด้านที่ได้รับจากผู้ให้บริการ โดยที่ผู้รับบริการจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาเป็นระยะเวลานานมากพอที่จะประเมินคุณภาพในบริการที่ได้รับในแต่ละด้านได้

2. วิธีวัดความพึงพอใจจากข้อมูลที่สามารถสะท้อนระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยวัดจากเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นสำหรับวัดระดับความพงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านของสินค้าหรือบริการนั้นๆเช่นการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อความรวดเร็วในการให้บริการตรวจรักษาในแผนตรวจโรคผู้ป่วยนอก คือ สอบถามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้รับบริการแต่ละรายได้รับบริการเสร็จ

จากการศึกษาการวัดความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจที่สามารถวัดได้โดยการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก และการเก็บบันทึก โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตและการเก็บบันทึก ในการประเมินความพึงพอใจที่ประเมินได้จากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะการใช้บริการ การรับบริการ และทักษะของผู้รับบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

เพื่อให้เกิดความครอบคลุมและความชัดเจนถึงการบริการ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงความหมายของการบริการ และลักษณะของการบริการที่ดี ที่รวบรวมได้ดังนี้

1. ความหมายของการให้บริการ

นักวิชาการ และนักการศึกษาหลายท่าน กล่าวถึงความหมายของการบริการไว้หลายความหมาย ดังนี้

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2541, หน้า 316) ได้ให้ความหมายว่า การบริการเป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกด้านการผลิต ไม่มีตัวตนและมีเป้าหมายที่ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ตัวอย่าง เช่น บริษัทขนส่ง บริษัทโฆษณา สื่อมวลชน สำนักงานกฎหมาย เป็นต้น

บุญเรือง ไตรเรืองวรวัฒน์ (2542, หน้า 159) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำ หรือติดต่อ หรือเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้านความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในกระกระทำให้คนต่างๆที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 18) สรุปความหมายของการบริการว่า เป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจ

อเนก สุวรรณบัณฑิต ,และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 18) ได้ให้ความหมายการบริการว่า เป็นการกระทำใดๆเพื่อช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น(hospitality) โดยเป็นการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่อย่างมีไมตรีจิต

เทมปุระ (2549, มิถุนายน 28) กล่าวว่าการบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้ากิจกรรมของบุคคลหรือองค์การ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นตามที่คาดหวังและทำให้เกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส (Gronroos, 2000, p.18) กล่าวว่า การบริการ คือ กระบวนการ (process) ที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่มีระดับของการจับต้องได้นั้นมากน้อยต่างกันไปและจะเกิดขึ้นได้จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานของบริษัทและ/หรือสินค้าที่มีลักษณะทางกายภาพ และ/หรือระบบของบริษัทนั้น ๆ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า

จากการศึกษาความหมายของการบริการ สรุปได้ว่า คือ กิจกรรมหรือการปฏิบัติใดๆที่กลุ่มบุคคลนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ความสำคัญของการให้บริการ

นักการศึกษา ได้เสนอแนะถึงความสำคัญของการบริการไว้ ซึ่งประมวลได้ดังนี้

สมบูรณ์ พรรณาภพ (2540, หน้า 167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการให้บริการจะเป็นตัวบ่งชี้พฤติกรรมที่สำคัญของบุคลากร ดังนี้

1. ความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน
2. ความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน
3. ความตั้งใจ เอาใจใส่ และรู้จักรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย
4. ความรู้สึกห่วงกังวลต่อผลที่จะเกิดจากการหยุดงานของตน จะไม่ขาดงานหรือหยุดงานโดยไม่จำเป็น
5. ความพร้อมที่จะรับอาสาในการปฏิบัติงานต่าง ๆ
6. ความพร้อมเพรียงในการหมั่นปรึกษาหารือเกี่ยวกับการเตรียมงาน และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

ชำนิ จิตตรีประเสริฐ , และอนุวัฒน์ ศุภชุติกุล (2541, หน้า 42-43) อธิบายไว้ว่า การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานต่าง ๆ เพราะการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆที่ปราศจากบริการทั้งในภาคราชการและภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ยิ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเอง คือ สินค้า การขายจะประสบผลสำเร็จได้ต้องมีการบริการที่ดี ธุรกิจการค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการขายซ้ำ คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่การ

บริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ ๆตามมา เป็นความจริงที่ว่า สามารถพัฒนาสินค้าทีละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำพร้อมกันทั้งองค์การ การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์การจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเป็นการเสียโอกาสแก่คู่แข่งขัน หรือสูญเสียลูกค้าไป

บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ อันได้แก่ ความคิด และความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึง และยินดีมาขอรับบริการอีก
4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบ และความไม่พึงพอใจ ดังนี้

1. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
2. มีความเลื่อมใสศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ที่กล่าวถึงข้างต้น จะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญ และความเสื่อมอันเป็นผลมาจากการให้บริการที่ดี และไม่ดี ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากของการบริการ

อเนก สุวรรณบัณฑิต ,และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 19) อธิบายความสำคัญของการบริการว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์ของการจัดการงานบริการที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการเข้าใจจิตวิทยาบริการจึงทำให้สามารถเข้าใจและทำให้ดำเนินกิจกรรมในการบริการสามารถบรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการและช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จ ความสำคัญของจิตวิทยาบริการสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งย่อยได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานส่วนหน้าซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการโดยตรง การเข้าใจจิตวิทยาบริการจะทำให้

ผู้ปฏิบัติงานตระหนักถึงการปฏิบัติดนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ(service-mind) และเรียนรู้การพัฒนาศักยภาพตนเองในการเป็นนักบริการระดับมืออาชีพ

1.1.1 เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง

1.1.2 เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของผู้รับบริการซึ่งมีความหลากหลายสูง

1.1.3 ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการให้บริการที่พึงปฏิบัติ

1.14. รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการ และคุณลักษณะการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ

1.2 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ การทำความเข้าใจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่ยอดเยี่ยมได้

1.2.1 ตระหนักถึงความสำคัญ ของผู้รับบริการเพื่อนำ ข้อมูลมาใช้วาง-แผนและปรับปรุงการดำเนินการให้เหมาะสม

1.2.2 เห็นความสำคัญของบุคลากร มุ่งจะสนับสนุน และ เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการที่มีคุณภาพ

1.2.3 เข้าใจกลยุทธการบริการฯและใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ที่มีประ-ประสิทธิ์ภาพมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน

1.2.4 สามารถวิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่อง แนวโน้มของการบริการได้

2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการเป็นการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการและให้อำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ

2.1 เกิดการรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการ ที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย และเกิดความคาดหวังในคุณภาพการบริการที่สามารถเป็นไปได้ตามลักษณะของงาน

2.2 ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของตัวผู้ใช้บริการในกระบวนการบริการในฐานะผู้แสดงเจตนาในการรับบริการ

สรุปความสำคัญของการบริการ ต้องพิจารณา 2 ด้าน คือ ถ้าสถานบริการมีการบริการที่ดี ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจ จะส่งผลในทางลบและก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อตัวผู้รับบริการ

3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

นักวิชาการ และนักการศึกษาหลายท่าน ได้เสนอแนะถึงลักษณะของการบริการที่ ไว้ประมวลได้ ดังนี้

กฤษณ์ ศุภนราพรรศ์ (2549, หน้า 24) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ มีดังนี้

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อประชาชนมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการให้บริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มีก็จะมีความรู้สึกกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

3. ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมการบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุ เครื่องใช้งานบริการ

5. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการ ระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลของการสำรองห้องพัก โรงแรม หรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ-โอนสายในการติดต่อองค์การต่างๆ การประชุมทางโทรศัพท์ การติดต่อทางอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

จากปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ สรุปได้ว่า การบริการที่ดีต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ซึ่งก่อให้ผู้รับบริการพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงบุคคลส่วนใหญ่และการต่อเนื่องของบริการ แม้กระทั่งกระบวนการบริการที่จะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวและมีคุณภาพ

4. ลักษณะของการบริการ

อเนก สุวรรณบัณฑิต ,และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 25) อธิบายลักษณะของการบริการว่า การบริการมีคุณลักษณะที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ความไว้วางใจ (trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการ

ปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไรดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณ์หรือเลือกคุณภาพได้

2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อการบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าให้บริการได้ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้นๆซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขายแล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (heterogeneity) การบริการมีลักษณะไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการผู้รับบริการช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (perishability) เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้(non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ด้วยกันดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น จับต้อง และสัมผัสไม่ได้ โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ ดมกลิ่นได้ หรือซื้อเป็นขวดได้นักการตลาดที่ดีจะต้องเข้าใจเรื่องความไม่มีตัวตนของการบริการ และนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เช่น จะต้องตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด และน่าใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าการบริการก็น่าจะดีเหมือนการตกแต่งสถานที่

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (inseparabilityในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ส่วนกรณีการปรึกษาปัญหาทางจิตและปัญหากฎหมายทางโทรศัพท์ แม้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะอยู่กันคนละสถานที่ แต่ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้นในลักษณะข้อนี้ นักการตลาดที่ดีจะต้องทำให้ผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการมาพบกันให้ได้ไม่ว่า

จะเป็นการตั้งจุดให้บริการที่สะดวกที่ลูกค้าจะมาใช้บริการ เช่น การตั้งธนาคารขนาดเล็กในห้างสรรพสินค้า การตั้งเครื่องเอทีเอ็มในบริเวณศูนย์การค้า ฯลฯ

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (perishability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ นักการตลาดที่ดีจะต้องมีการจ้างพนักงานให้มีจำนวนเหมาะสมกับจำนวนลูกค้า และมีการจัดการที่ดีในการจ่ายค่าแรง เช่นอาจจะจ่ายค่าจ้างตามจำนวนลูกค้าที่ได้ให้บริการในวันนั้นแทนการจ่ายเป็นเงินเดือน พร้อมกับการให้โบนัสตามจำนวนลูกค้าที่ให้บริการ

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (fluctuating demand)ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคารช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์ จะเห็นได้ว่าการบริการนั้นจะแตกต่างจากสินค้าหลายประเภท เช่น ปริมาณการบริโภคน้ำตาล ย่อมไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละวันดังนั้น นักการตลาดที่ดีจะต้องเข้าใจลักษณะเฉพาะของธุรกิจตนว่าในแต่ละช่วงวัน ช่วงเวลาและช่วงเดือนที่แตกต่างกัน จะบริหารการบริการของตนอย่างไรให้เหมาะสมกับความต้องการที่ไม่แน่นอนนี้

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง(variability or heterogeneity)ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง หมายถึง ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการเนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงานคนหนึ่ง เมื่อวันวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้น พนักงานคนเดียวกันอาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มพูดจาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมานักการตลาดที่ดี จะต้องมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอจะพบว่าในปัจจุบันเมื่อโทรศัพท์ติดต่อไปยังศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์พนักงานที่รับโทรศัพท์จะทักทายลูกค้าดีมาก เป็นรูปแบบมาตรฐานเดียวกัน หากลูกค้ารอสายนาน จะได้รับการตอบว่า "ขอโทษคะ ที่ให้รอสาย" แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการอบรมหรือการทำเป็นข้อความมาตรฐานในการโต้ตอบให้บริการลูกค้า สิ่งที่ลูกค้าได้รับก็ยังอาจไม่เหมือนกันในแต่ละวัน สิ่งหนึ่งที่นักการตลาดจะทำได้คือ การสุ่มทดลองใช้บริการโดยไม่ให้พนักงานรู้ตัว กล่าวคือผู้บริหารหรือบริษัทที่รับจ้างจะไปใช้บริการจริงกับพนักงานในหลาย ๆ จุดของการให้บริการเพื่อประเมินผลพนักงานหลังจากการฝึกอบรม

จากลักษณะของการบริการ สรุปได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ มีลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่เปลี่ยนแปลงตามความพอใจของลูกค้าไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้

การบริการอาหารและเครื่องดื่ม

1. การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม

การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548, หน้า 4-8) คือ

1.1 การจัดการที่ไม่เป็นการค้า

1.1.1 โรงพยาบาลและคลีนิก และสถานพยาบาลต่าง ๆ (health care foodservices) จัดบริการสำหรับคนไข้ที่พักฟื้นเพื่อให้มีสุขภาพดีดังเดิม จึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาด โดยมีนักโภชนาการตรวจสอบคุณภาพของอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด นอกจากนั้นยังมีรายการอาหารพิเศษสำหรับเด็ก คนชรา และยังจัดบริการให้แก่แพทย์ พยาบาล พนักงาน และผู้มาเยี่ยมไข้ด้วย

1.1.2 โรงเรียนและสถานเลี้ยงเด็กเล็ก (School foodservices) ซึ่งเน้นคุณค่าทางโภชนาการและความสะอาดเช่นเดียวกัน เพื่ออนามัยของเด็กนักเรียนซึ่งกำลังอยู่ในวัยเจริญเติบโตจึงจัดบริการทั้งในระดับประถมและมัธยม ทั้งอาหารเช้าและอาหารกลางวัน และเพื่อเรียนรู้มารยาทในการรับประทานอาหารด้วย

1.1.3 มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ (university and college foodservices) จัดบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในบริเวณมหาวิทยาลัย ทั้งในส่วนของคณะ สโมสร ชมรม และหอพักนักศึกษาดลอดจนอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัย รวมทั้งจัดบริการร้านสรรพสินค้าสะดวกซื้อ (convenience stores) ด้วย

1.1.4 โรงงานอุตสาหกรรมและสถานที่ทำงานต่าง ๆ (industry and business foodservices) เป็นการจัดบริการอาหารแก่พนักงานในระหว่างหยุดพักงาน หรือจำหน่ายอาหารในราคาถูกเป็นพิเศษเพื่อเป็นสวัสดิการอำนวยความสะดวกแก่พนักงาน ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการออกไปรับประทานอาหารข้างนอก นอกจากนี้ยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานทำให้พนักงานกระตือรือร้นในการทำงานอันจะมีผลในการเพิ่มประสทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นด้วย

1.1.5 เรือนจำหรือสถานคุมขังต่าง ๆ (prison foodservices) จัดบริการให้แก่นักโทษ ผู้ต้องหาและเจ้าหน้าที่ โดยจัดรายการอาหารหมุนเวียนเปลี่ยนไปถือเป็นสวัสดิการของนักโทษ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับงบประมาณด้วย

1.1.6 การประกอบการขนส่ง (transportation foodservices) จัดการบริการให้แก่ผู้โดยสารในขณะเดินทาง (travel catering) ในสถานีและในยานพาหนะต่าง ๆ มี

ทั้งจำหน่ายและจัดบริการคิดรวมในตั๋วโดยสาร เช่น รถเข็นขายอาหารว่างและเครื่องดื่มในรถไฟ การบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องอาหารในเรือ รถไฟ และบริการผู้โดยสารในเครื่องบิน (in flight service) ซึ่งผู้โดยสารสามารถเลือกรายการอาหารหลัก (main dish) ได้ เช่น ไก่หรือเนื้อ พนักงานจะอุ่นอาหารให้ร้อนก่อนนำไปเสิร์ฟถึงที่นั่ง เครื่องดื่มและเหล้ามีหลายชนิดให้บริการ สายการบินจึงมักโฆษณารูปแบบการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่เพียบพร้อมเพื่อดึงดูดผู้โดยสารให้มาใช้บริการของตนเอง

1.1.7 โรงงานและสถานประกอบการขนาดเล็ก (vending operations) จัดบริการอาหารว่างและเครื่องดื่มใส่ไว้ในเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ (automatic vending machine) ผู้มาใช้บริการหยอดเหรียญในเครื่อง กดปุ่มและอาหารจะหล่นออกมาเอง อาหารที่นิยมคือ ขนมปัง ไอศกรีม เครื่องดื่มร้อนและเย็น ลูกกวาด การบริการแบบนี้เหมาะสมสำหรับสถานประกอบการ โรงงานขนาดเล็กที่ไม่สามารถดำเนินงานห้องอาหารที่สมบูรณ์แบบได้ หรืออาจจัดเป็นบริการเสริมในสถานประกอบการบางแห่งที่มีห้องอาหารอยู่แล้ว

1.1.8 สถาบันบันเทิงและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ (recreational and leisure foodservices) มุ่งจัดบริการแก่นักบริการท่องเที่ยวที่เข้าไปแสวงหาความเพลิดเพลินจากการชมกีฬา คอนเสิร์ต การแสดง ฯลฯ ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สนามกีฬา เวทีการแสดงหรือต่อสู้ ศูนย์การประชุม สวนสาธารณะ โรงละคร ห้องแสดงงานศิลปะ โรงภาพยนต์ สนามแข่งรถ สถานที่เล่นโบว์ลิ่ง ฯลฯ การจัดบริการจะได้กำไรบ้าง แต่ไม่ใช่เป็นธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรแต่เพียงอย่างเดียว แต่เพื่ออย่างเดียว แต่เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่เหล่านี้ด้วย

1.1.9 สโมสร สมาคมต่าง ๆ (residential club) จัดบริการอาหารให้แก่สมาชิกสโมสร หรือสมาคมต่าง ๆ ที่มาประชุม หรือพบประสังสรรค์กัน มีเวลาเปิด-ปิดบริการ

1.2 การจัดการที่เป็นการค้าและมุ่งหวังผลกำไร(commercial food service management) หมายถึง สถานบริการอาหารและเครื่องดื่มที่จัดขึ้นเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไรมากที่สุด มีการบริหารงานและดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีรายการอาหารให้เลือกมากมาย มีราคาค่อนข้างสูง วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี มีการแข่งขันในด้านคุณภาพและมาตรฐานการบริการสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าทั่วไป สถานบริการแบบนี้จัดบริการอยู่ทั่วไปทั้งภายในและภายนอกโรงแรม

2. ประเภทของห้องอาหาร

ประเภทของห้องอาหาร (type of restaurants) ที่ดำเนินงานเป็นงานธุรกิจที่มุ่งผลกำไรมี (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548, หน้า 5-8) ดังนี้

2.1. ห้องอาหารภายในโรงแรม

2.1.1 ห้องอาหารของโรงแรมขนาดใหญ่ (restaurant of large

residential hotel) มุ่งบริการให้แก่แขกที่มาพักและลูกค้าทั่วไป รูปแบบการบริการมีทั้งที่หรูหราและไม่หรูหรา มีทั้งอาหารชุดและอาหารแบบเลือกสั่ง ราคาอาจแพงหรือพอสมควร ห้องอาหารแบบนี้อาจมีบริการอื่น ๆ ด้วย เช่น การจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ การจัดเลี้ยงส่วนตัว การจัดเลี้ยงในการประชุม สัมมนา การบริการอาหารในห้องพัก (room service) และบางห้องอาจมีสิ่งบันเทิงประกอบด้วย เช่น ดนตรี

2.1.2 ห้องอาหารที่ให้บริการแบบหรูหรา (fine dining restaurant / classical restaurant full service restaurant) จัดบริการด้วยความหรูหรา สะดวกสบาย บรรยากาศดี การปรุงอาหารและการให้บริการของพนักงานเป็นเลิศ ลูกค้าจะได้ชิมรสชาติของอาหารชั้นยอดจากฝีมือพ่อครัวที่มีประสบการณ์สูง มีการแสดงวิธีประกอบอาหารที่ซับซ้อนหลายขั้นตอนข้าง ๆ โต๊ะแขก วัตถุดิบได้รับการเลือกสรรมาเป็นอย่างดีจากต่างประเทศ มีเครื่องดื่มหลายประเภทไว้คอยบริการ เช่น เหล้าที่ใช้ดื่มก่อนระหว่างและหลังรับประทานอาหาร และเหล้าองุ่นชั้นเลิศ ห้องอาหารแบบนี้ไม่ใหญ่นัก เพื่อให้พนักงานสามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง และมักจะตั้งอยู่บนส่วนสูงที่สุดของโรงแรม เพื่อให้แขกได้ชมทัศนียภาพที่สวยงามที่สุดของเมืองยามราตรี การตกแต่งภายใน อุปกรณ์เครื่องใช้เน้นความหรูหรา เช่น เครื่องเงิน หรือเครื่องแก้ว

2.1.3 ห้องอาหารของโรงแรมขนาดเล็ก (dining room of smaller residential hotel) หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการแก่ลูกค้าที่มาพักประจำเป็นเวลานาน ๆ ในโรงแรมขนาดเล็ก

2.1.4 ห้องอาหารประจำชาติ(specialtyrestaurant/ ethnic restaurant) หมายถึงห้องอาหารประเภทพิเศษ หรือห้องอาหารประจำชาติต่าง ๆ เช่น อาหารมังสะวิรัติ อาหารทะเล อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารฝรั่งเศส ฯลฯ การตั้งชื่อห้องอาหารนิยมตั้งในภาษาของชาตินั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้าจำง่ายและการตกแต่งห้องอาหารก็มีลักษณะประจำชาติ เช่น ห้องอาหารจีนใช้สีและลวดลายของฝาผนังเป็นลายมังกร มีสีแดงเป็นหลัก โต๊ะอาหารใช้โต๊ะกลมตรงกลางโต๊ะมีกระจกวางกลมหมุนอาหารไปให้ทุกคนรอบโต๊ะได้ ห้องอาหารแบบนี้เป็นที่นิยมมากจึงไม่ได้มีเฉพาะในโรงแรมเท่านั้น แต่การจัดบริการในโรงแรมจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้มาพักและนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ได้มาก

2.1.5 ห้องอาหารที่ให้บริการรวดเร็ว (coffee shop) เป็นห้องอาหารที่มักตั้งอยู่ในบริเวณชั้นล่างของโรงแรม หรือที่ลูกค้าสามารถเข้าไปใช้การบริการได้อย่างสะดวก มีลักษณะเป็นห้องขนาดใหญ่จัดวางโต๊ะเก้าอี้ เต็มเนื้อที่ มีบริการอาหารทั้ง 3 มื้อ ทั้งลักษณะแบบบุฟเฟ่ต์ (buffet) และแบบมีพนักงานเสิร์ฟ (table service) อาหารที่บริการมักจะเป็นอาหารจานเดียว หรืออาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็วเพื่อบริการลูกค้าที่รีบเร่งในการรับประทานอาหารกลางวัน ห้องอาหารแบบนี้อาจเปิดบริการ 24 ชั่วโมง แต่ถ้าโรงแรมมีบริการอาหารบนห้องพัก (room service)ให้แก่ลูกค้าด้วยแล้วห้องอาหารแบบนี้จะเปิดบริการจนถึงเวลาประมาณ23.00 น.

2.1.6 ห้องจัดเลี้ยง (banquet room) เป็นห้องอาหารที่ให้บริการจัดเลี้ยงแก่แขกของโรงแรมที่ติดต่อมายังแผนกจัดเลี้ยงโดยตรง โรงแรมจะดำเนินการจัดห้องอาหารและเครื่องดื่ม การจัดโต๊ะเก้าอี้ รูปแบบของการบริการตลอดจนอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ ของโรงแรม เช่น บริเวณริมสระน้ำ ระเบียงใหญ่ ๆ ในสวนและการบริการจัดเลี้ยงนอกสถานที่

2.1.7 บาร์และเลาจน์ (bar and lounge) เป็นห้องหรือสถานที่โล่งที่จัดให้แขกมานั่งพักผ่อนและดื่มในช่วงเย็น ก่อนหรือหลังรับประทานอาหารค่ำ อาจอยู่ใกล้ห้องอาหารประเภทหรูหรา หรือล็อบบี้ เพื่อให้แขกพักเพื่อดื่มรอเวลาหรือเพื่อการพูดคุยทางธุรกิจ การจัดห้องเหมือนห้องรับแขก มีโซฟา หรือเก้าอี้ท้าวแขนเพื่อความสบาย และมีดนตรีเบาๆ เช่น เปียโน ไวโอลีน จัดบรรยากาศแบบสบายเพื่อการพักผ่อน

2.2. ห้องอาหารภายนอกโรงแรม

2.2.1 ห้องอาหารทั่ว ๆ ไป (commercial restaurant/casual dining restaurant) เป็นห้องอาหารตามสถานที่ทั่วๆ ไปไม่มีการบริการที่พักจะให้บริการอาหารและเครื่องดื่มมากมายหลายรูปแบบให้เลือกรวมทั้งอาหารของชาติต่างๆ ด้วยความสำเร็จของธุรกิจแบบนี้ขึ้นอยู่กับรสชาติและคุณภาพของอาหาร ทำเลที่ตั้ง ราคา ความซื่อตรง และการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า

2.2.2 ห้องอาหารจานด่วน (fast food restaurant) เป็นห้องอาหารที่บริการอาหารประกอบเสร็จเรียบร้อยแล้วพร้อมเสนอขายได้ทันที เช่น ซึ่งเจ้าของดำเนินการเอง หรือ ดำเนินการโดยได้รับสิทธิ์ภายใต้ชื่อของบริษัทแม่ หรือดำเนินการโดยบริษัทซึ่งเป็นเครือเดียวกันอาหารเป็นแบบปรุงและรับประทานได้รวดเร็ว ได้แก่ ไก่ทอด มันฝรั่งทอด แฮมเบอร์เกอร์ โดยมีรายการอาหารพร้อมราคาติดไว้ในที่ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน การขายเน้นความสะดวก รวดเร็ว ลูกค้าต้องถือถาดอาหารบริการตนเอง นำไปนั่งรับประทานในที่ที่จัดไว้ หรืออาจไม่มีเก้าอี้ มีแต่เคาน์เตอร์แบบยืนรับประทานอุปกรณ์ใส่อาหารเป็นแบบใช้แล้วทิ้งได้เลย พนักงานมีหน้าที่บริการขายและเช็ดโต๊ะ เก้าอี้บ้าง นอกจากนี้ลูกค้าสามารถซื้อและนำกลับไปรับประทานที่บ้านได้

2.2.3 ห้องอาหารเบา (café and snack bars) ห้องอาหารที่ให้บริการอาหารเบาๆ หรืออาหารว่าง ชา กาแฟ และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์อย่างอื่น ๆ ตั้งแต่เวลาอาหารเช้าไปจนถึงก่อนอาหารมื้อเย็น(แต่บางแห่งอาจเปิดบริการถึงค่ำ) มีทั้งที่ใช้พนักงานบริการและแขกบริการด้วยตนเอง ห้องอาหารจะให้บริการอาหารที่ปรุงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อการหมุนเวียนของลูกค้าที่มาใช้บริการ

2.2.4 ห้องอาหารว่าง (public houses) เป็นห้องอาหารที่ให้บริการหลายรูปแบบตั้งแต่อาหารว่างที่ซื้อได้จากเคาน์เตอร์ไปจนกระทั่งถึงการให้บริการอาหาร 3 จาน (อาหารจานแรกเรียกน้ำย่อย อาหารหลัก และของหวาน) แบบไม่หรูหรามากนัก มีพนักงานให้บริการ

2.2.5 ห้องอาหารที่ลูกค้าบริการตนเอง (cafeterias) หมายถึง ห้องอาหารที่ให้บริการอยู่ในสถาบันต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัย โรงเรียน พิพิธภัณฑ์ บริษัท สำนักงานต่าง ๆ หรือหน่วยงาน สถานที่ที่ต้องต้อนรับผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก จะให้บริการ ชา กาแฟ เครื่องดื่มต่าง ๆ อาหารว่างและอาหารต่าง ๆตามลำดับและจ่ายเงินที่พนักงานเก็บเงิน อาหารจะมีราคาถูก ลูกค้าจะต้องบริการตนเองและนำถาดอาหารไปเก็บในที่จัดไว้ สำหรับ ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อาจให้บริการอาหารครบชุด หรือให้บริการอาหารมากมายหลายประเภทที่เรียกว่า

2.2.6 ห้องอาหารในสถานบันเทิงและสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (recreational and leisure foodservices) บริการอาหารและเครื่องดื่มในสถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อย อาหารจึงปรุงอย่างง่าย ๆ บริการได้รวดเร็ว และมีราคาไม่แพง เปิดปิดบริการตามเวลาเปิดปิดของสถานที่พักผ่อนแต่ละแห่งนั้นๆ

2.2.7 รถเข็นขายอาหาร (food trucks service) มักจะเป็นผลไม้สด ของหวาน ไอศกรีม ฯลฯ เข็นขายอาหารไปตามที่ต่าง ๆ โดยมากไปตามย่านที่พักอาศัย ลูกค้าสามารถประหยัดเวลาในการเดินทางไปหาซื้ออาหาร แต่ราคาอาจสูงกว่าราคาในตลาด การบริการแบบนี้โรงแรมได้นำมาใช้ในการให้บริการแบบ โดยบริการเครื่องดื่ม ขนม ของว่างแบบไทย หยิบรับประทานเป็นคำๆ ได้ หรือเข็นมาจอดให้บริการตรงที่ลูกค้าโรงแรมนั่งพักผ่อน

2.2.8 การบริการอาหารที่รถ (car service) เป็นการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้ที่รถของลูกค้าโดยใส่ถาดที่สามารถวางติดกับหน้าต่าง ประตูรถของลูกค้าได้ เมื่อรับประทานเสร็จแล้วจะกดแตรเรียกพนักงานมาเก็บภาชนะ การบริการแบบนี้ไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากสถานบริการจะต้องจัดที่จอดรถให้เหมาะสม มีความยุ่งยากในการบริการและหนวกหู (แต่อาจพบได้ในต่างประเทศ)

3. ประเภทของลูกค้า

ประเภทของลูกค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท (ศิวะ วสุนธราภิวัฒก์, 2539, หน้า 97-98) ได้แก่

3.1 ลูกค้าประจำ (regular guests) ต้องการได้รับการตอบรับ และทักทายอย่างเป็นกันเอง พนักงานควรจดจำรายละเอียดบางอย่าง และความชอบพิเศษของลูกค้าได้ โดยเฉพาะในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม

3.2 ลูกค้าที่มาเป็นบางโอกาส (occasional guests) พนักงานไม่สามารถให้ความเป็นกันเองได้มากนัก แต่สามารถให้บริการด้วยความเป็นมิตร และเอาใจใส่ต่อลูกค้าได้ ด้วยการไม่ให้รอคอยนานกว่าลูกจ้างประจำ และเสนอแนะรายการอาหารพิเศษประจำห้องอาหารได้

3.3 ลูกค้านักท่องเที่ยว (tourists) เนื่องจากนักท่องเที่ยว ไม่คุ้นเคยต่อสถานที่และอาหาร พนักงานควรนำเข้านั่งโต๊ะที่เห็นวิวทิวทัศน์ หรือเงียบสงบและให้บริการด้วยความเอาใจใส่ ช่วยเหลือในการเลือกอาหารและเครื่องดื่ม และอธิบายลักษณะวิธีการปรุงอาหารและเครื่องดื่มของท้องถิ่นได้ พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมอย่างดี โดยเฉพาะปัญหาเรื่องภาษา เพื่อสร้างความประทับใจในการบริการซึ่งมีผลต่อชื่อเสียงของท้องถิ่น และประเทศ

3.4 ลูกค้าพิการ (handicapped guests) พนักงานควรให้ความช่วยเหลือหรือเอาใจใส่ตามปกติ ไม่ควรแสดงความสงสารจนออกนอกหน้า ลูกค้าพิการนั่งรถเข็นควรพานั่งโต๊ะที่ใกล้ทางออกมากที่สุด ลูกค้าตาพิการมาลำพัง พนักงานควรเสนอแนะรายการอาหารหรือรายการพิเศษของห้องอาหารรับคำสั่งด้วยความตั้งใจให้ลูกค้ามีเวลาสั่งและไม่ขัดจังหวะ ถ้าเป็นลูกค้าพิการลักษณะอื่น มักจะมีผู้พามา พนักงานควรแสดงความช่วยเหลือโดยสอบถามผู้ที่พามา

3.5. ลูกค้าสูงอายุ (old guests) ต้องการความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด เช่น ช่วยถือของยื่นแขนให้เกาะ พยายามพาเข้านั่งโต๊ะที่ใกล้ที่สุดและเงียบสงบ ไม่นั่งใกล้เครื่องปรับอากาศ นอกจากลูกค้าจะต้องการเป็นอย่างอื่น ควรเสนอแนะรายการอาหารที่ไม่หนัก และไม่เผ็ดร้อน

3.6. ลูกค้าเด็กเล็ก (small children) พนักงานควรจัดเก้าอี้เด็กให้นั่งหันไปทางหน้าต่างหรือผนังห้อง จัดอุปกรณ์ขนาดเล็กให้ ไม่จัดมีดให้เด็กอายุต่ำกว่า 4 ปี เปลี่ยนแก้วให้เหมาะสม เสนอรายการอาหารเด็กและรีบนำอาหารมาให้โดยเร็ว เพราะถ้าเด็กคอยนานอาจส่งเสียงรบกวนบุคคลอื่นได้ พนักงานควรให้บริการด้วยความอดทนและยิ้มแย้มกับเด็กเพราะถ้าพนักงานสามารถทำให้เด็กพอใจก็เท่ากับสร้างความพอใจให้แก่พ่อกับแม่ของเด็ก

4. วิธีปฏิบัติเมื่อมีสถานการณ์ผิดปกติในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

ในห้องอาหารแต่ละห้องย่อมมีลูกค้าหลายประเภท แต่ละคนต่างอารมณ์เข้ามาใช้บริการอยู่เป็นประจำ พนักงานบริการจึงมักต้องเผชิญกับแขกในสถานการณ์ผิดปกติอยู่เสมอ พึงจดจำว่าการคลี่คลายสถานการณ์ให้บรรลุผลดีนั้น พนักงานบริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ความอดกลั้นความสุภาพนุ่มนวล ในการพูดจาความฉลาดไหวพริบและการตัดสินใจอันต้องด้วยกาลเทศะเพื่อให้พนักงานบริการอยู่ในสภาพพร้อมที่จะแก้ไขสถานการณ์อันอาจจะเกิดขึ้นได้ในโอกาสใดโอกาสหนึ่ง จึงขอกล่าวถึงวิธีการปฏิบัติเมื่อมีสถานการณ์ผิดปกติ(ศิวะ วสุนธราภิวัฒก์, 2539, หน้า 99-104) ดังนี้คือ

4.1 การตำหนิเกี่ยวกับอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการตำหนิที่ถูกต้องตรงต่อความเป็นจริงหรือเป็นการตำหนิที่ปราศจากเหตุผล แต่พนักงานบริการจะต้องทนรับฟังจากลูกค้าได้ หากสุดวิสัยที่พนักงานบริการจะแก้ไขได้แล้ว ให้รีบแจ้งต่อหัวหน้าห้องอาหารหรือผู้จัดการโดยทันที จงระลึกไว้เสมอว่าพนักงานบริการจะโต้แย้งเอาชนะกับลูกค้าไม่ได้เลย ถ้าหากเป็นความผิดพลาดของท่านเอง โต้เถียงไปก็เป็นการเปล่าประโยชน์ ถ้าหากเป็นความผิดของแขกแล้ว

ท่านพยามจะให้แขกยอมรับท่านก็ย่อมจะเสียแขกผู้นั้น แล้วอาจจะเสียลูกค้าอื่นอีกด้วย ถ้าแขกตำหนิสมด้วยเหตุผลและท่านคิดว่าแขกเป็นฝ่ายถูกควรกล่าวขอโทษ แล้วดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องทันที ถ้าแขกมีโทสะท่านต้องไม่พลอยมีโทสะต่อแขก คงแสดงท่าทางตอบต่ออย่างสุภาพนุ่มนวล รับฟังอย่างอารมณ์เย็นและค่อย ๆ พูดด้วยเบา ๆ อย่าพยายามโต้แย้งหรือพูดแทรกระหว่างแขกกำลังตำหนิ รับฟังไปจนกว่าแขกพูดจบ แล้วกล่าวคำว่าขอบคุณในคำแนะนำ แล้วแสดงความเห็นใจต่อแขก ยอมรับคำตำหนินั้นด้วยตัวเอง ซึ่งเมื่อถึงขั้นนี้แขกจะคลายโทสะอ่อนลง แล้วท่านก็ต้องดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องต่อไป หากแขกยังไม่ยอมคลายโทสะให้เรียกผู้จัดการ

4.2 การตำหนิเกี่ยวกับการบริการปฏิบัติวิธีการเกี่ยวกับการตำหนิเกี่ยวกับอาหาร วิธีป้องกันมิให้เกิดการตำหนิเกี่ยวกับการบริการก็คือพยามยามให้การบริการต่อแขกให้ดีที่สุดในกรณีฉุกเฉินฉุกละหุก ซึ่งคาดว่าจะกระทบกระเทือนต่อการบริการให้พยามยามอธิบายชี้แจงให้แขกได้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับท่าน หากท่านให้ความนอบน้อมรู้จักใช้ไหวพริบท่วงท่าถ้อยทีดีท่านย่อมจะไม่เสียลูกค้าผู้นั้นกลับมาใหม่ อย่าผูกพยาบาท จงให้การบริการอย่างดีเช่นเคย ปฏิบัติตามปกติ

4.3 แขกชมเชย เมื่อแขกกล่าวชมเชยโดยตรง จงกล่าวขอบคุณต่อหน้าแขกอย่างนอบน้อม ถ้าแขกชมผู้อื่นกับท่าน ตัวอย่างเช่น ชมรสชาติอาหาร จงกล่าวตอบว่า ขอบคุณและนำคำชมเชยของแขกบอกให้พ่อครัวได้รับทราบในโอกาสแรก ถ้าหากท่านเผอิญได้ยินแขกชมเชยหรือตำหนิอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่แขกมิได้กล่าวโดยตรง ให้เก็บคำกล่าวขวัญนั้นไว้แจ้งให้ผู้จัดการทราบ

4.4 แขกป่วยหรือเจ็บหรือได้รับอุบัติเหตุ การนี้อาจเกิดเป็นกรณีร้ายแรง ฉะนั้นให้นำความแจ้งผู้บังคับบัญชาทราบโดยฉับพลัน พยายามให้การช่วยเหลือแขกเท่าที่จะสามารถ แต่ถ้าเห็นว่าอาการร้ายแรง จงอย่าขยับเขยื้อนเคลื่อนร่างกายของแขกเป็นอันขาด ต้องรอให้แพทย์มาทำการเองและจงอย่าได้กล่าวคำทำนองวิพากษ์วิจารณ์ถึงต้นเหตุแห่งการป่วยเจ็บหรืออุบัติเหตุเป็นอันขาด เพราะไม่แน่ว่าอาจจะเกิดเป็นคดีแขกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากโรงแรมหรือห้องอาหารโดยถือคำวิพากษ์วิจารณ์ของท่านเป็นข้อปรักปรำ

4.5 อาหารหรือเครื่องดื่มหก พนักงานบริการจะต้องเช็ดทำความสะอาดสิ่งที่หกทันที ถ้าผ้าคลุมโต๊ะเปรอะเปื้อนเพียงเล็กน้อย ให้ใช้ผ้าเช็ดมือปูทับรอยเปื้อนไว้จนกว่าแขกจะรับประทานเสร็จ ถ้าผ้าปูโต๊ะเปื้อนมาก หากเป็นความยินยอมพร้อมใจของแขกให้ย้ายแขกไปนั่งรับประทานที่โต๊ะอื่น เพื่อจะได้ทำความสะอาดเปลี่ยนผ้าปูโต๊ะเดิมให้เรียบร้อย ถ้าแขกทำอาหารหกรดเสื้อผ้าแขกเองพนักงานบริการจะต้องนำผ้าชุบน้ำพอหมาด มาให้แขกใช้เช็ดทำความสะอาดโดยทันที ถ้าพนักงานบริการเป็นผู้ทำของหกรดเสื้อผ้าแขกเองหรือไม่ เหตุเกิดโดยแขกมีส่วนร่วมอยู่บ้างจงรีบกล่าวคำขออภัย และอาจจะต้องยอมรับทำความสะอาดซักรีดเสื้อผ้าที่เปื้อนให้

4.6 สิ่งของแขกชำรุดสูญหาย กรณีสิ่งของแขกได้รับการชำรุดหรือสูญหายในห้องอาหาร ให้พนักงานบริการแจ้งผู้จัดการทันที

4.7 ลูกค้าที่มาก่อนเวลาเปิดทำการ ให้ปฏิบัติตอบต่อด้วยท่าทางอันสุภาพนุ่มนวล และอธิบายให้ทราบว่าจะเปิดทำการเวลาใดแน่นอน

4.8 ลูกค้าที่มาใกล้เวลาปิดทำการ จงให้การต้อนรับเช่นปกติ ให้การบริการเป็นอย่างดี โดยอย่าแสดงให้รู้สึกว่าท่านปฏิบัติอย่างเร่งรีบ

4.9 แขกรีบร้อน พยายามให้คำแนะนำเลือกอาหารรายการที่ไม่ต้องเสียเวลาปรุงยาวนานพร้อมทั้งบอกกำหนดเวลาปรุงอาหารรายการที่แขกเลือก โดยประมาณให้ทราบล่วงหน้า และให้การบริการอย่างดีที่สุด

4.10 แขกลังเลใจ ให้ความอดกลั้นอย่าแสดงทีท่าเร่งแขก พยามยามชี้แจงแนะนำในการเลือกอาหาร

4.11 แขกที่ลวนลามเป็นกันเองจงสุภาพและวางท่าทีให้ละมุนละม่อม หลีกเลี่ยงที่จะสนทนาปราศรัยกันอย่างยืดยาวพยายามยืนอยู่ห่าง และจงอย่าตอบโต้สนทนาหรือล้อเลียนอย่างเป็นกันเองกับแขกเป็นอันขาด

4.12 แขกหัวเสีย ให้การต้อนรับอย่างยิ้มย่องผ่องใส รับฟังคำบ่นตำหนิอย่างอ่อนโยนเรียบร้อย แต่อย่าช่วยพูดสนับสนุนอย่างใด พยายามเอาใจใส่ดูแลเป็นพิเศษ คนประเภทนี้อาจจะไม่เคยมีใครรักใครชอบ อาจจะหงุดหงิดเพียงชั่วครู่ หรือบางทีอาจจะหัวเสียคิดค้างมาตลอดวัน อาหารอร่อยๆ การบริการเป็นอย่างดีอาจจะช่วยให้แขกแจ่มใสขึ้นได้บาง

4.13 แขกเอะอะวุ่นวาย จงอดกลั้น การโต้เถียงจะเป็นชนวนทะเลาะ ให้พูดด้วยอย่างเรียบร้อยเบา ๆ อย่ายั่วให้โกรธ และหลีกเลี่ยงบ่ายเบี่ยงไม่สนับสนุนด้วยในการวิพากษ์วิจารณ์ของแขก

4.14 แขกเมาสุรา ให้ปฏิบัติตอบต่ออย่างเรียบร้อนนุ่มนวล พูดด้วยค่อยๆ พยายามให้การช่วยเหลือเท่าที่จะสามารถและรีบเสิร์ฟให้เร็วกว่าปกติ ถ้าแขกอาละวาดวุ่นวายรบกวนผู้อื่นมาก รีบแจ้งผู้จัดการ

4.15 แขกที่มาอย่างโดดเดี่ยว เมื่อเห็นแขกเข้ามาคนเดียว อย่าถามย้ำว่าคนเดียวหรือกี่คนให้การต้อนรับเช่นปกตินำไปนั่งที่โต๊ะซึ่งแขกสามารถมองเห็นเหตุการณ์ในห้องได้ทั่วพยายามให้การเอาใจใส่ในการบริการเป็นอย่างดี และพยายามเสิร์ฟให้เร็วกว่าปกติ

4.16 แขกที่มีเด็กมาด้วย จัดหาเก้าอี้สำหรับเด็กเล็กให้นั่งแล้วถอนเครื่องมือเครื่องใช้ตรงหน้าเด็กออกให้หมด รีบนำขนมปัง เนยมาให้ก่อน และเสิร์ฟอาหารของเด็กเสียก่อนรายการอื่น เพื่อที่ผู้ปกครองจะได้ป้อนเด็กขณะรออาหารของตนเอง แก้วน้ำ หรือแก้วนมที่นำมาเสิร์ฟเด็กให้ใช้แก้วขนาดเล็ก จงอย่าหยอกล้อเล่นเป็นอันขาด และอย่าปล่อยให้เด็กวิ่งเล่นในห้องอาหารโดยบอกกับผู้ปกครองในทำนองว่าจะเกิดอันตรายอุบัติเหตุ หลังจากรับประทานเสร็จแล้วนำผ้าชุบน้ำพอหมาดให้ผู้ปกครองเช็ดทำความสะอาดให้เด็กด้วย

4.17 แขกพิการ รีบนำแขกเข้านั่งโต๊ะไม่อยู่ในตำแหน่งที่เด่นต่อสายตาของแขกอื่นโดยเร็วที่สุด ให้การเอาใจใส่ช่วยเหลือเท่าที่เห็นเป็นการสมควร โดยอย่าให้แขกตระหนักได้ว่าท่านให้การช่วยเหลือมากเกินไป แนะนำเลือกอาหารที่รับประทานได้ง่ายให้ และขอรับช่วยเหลือในการตัดแบ่งอาหารบางอย่างให้หากจำเป็น จงอย่ากล่าวถึงความพิการของแขกเป็นอันขาด

4.18 แขกนำสัตว์เลี้ยงมาด้วย คอยดูแลมิให้แขกนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาในห้องอาหาร เมื่อปรากฏกรณีเช่นนี้ให้แจ้งกฎให้แขกทราบด้วยความนุ่มนวล

4.19 แขกลืมสิ่งของ เมื่อพบสิ่งของที่แขกลืมทิ้งไว้ให้นำสิ่งของนั้นส่งหัวหน้าห้องเพื่อมอบให้พนักงานห้องเก็บของฝากฝ่ายแม่บ้านทันทีตามระเบียบของโรงแรม เมื่อแขกกลับมาทวงถามถึงสิ่งของที่ลืม ให้อำนวยความสะดวกแจ้งติดต่อกับพนักงานผู้เกี่ยวข้อง

5. คุณสมบัติของพนักงานบริการ

บุคคลที่จะทำหน้าที่เป็นพนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่มนั้น จำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อจะเป็นพนักงานบริการที่ดีและมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ดี ซึ่งคุณสมบัติทั่วไปของพนักงานบริการทั้งทางด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้เป็นหลักในการพิจารณาคัดเลือกพนักงานบริการพอสรุปได้เป็นข้อ ๆ (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2549, หน้า109-110) คือ

5.1 สุภาพอ่อนน้อม เพื่อแสดงการให้เกียรติแก่แขกทั้งด้านวาจาและทางกาย

5.2 สำรวม ไม่ดกใจง่าย สงบเสงี่ยม

5.3 สีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

5.4 สุขภาพดี ไม่มีโรคประจำตัวและโรคติดต่อ ไม่พิการสุขภาพแข็งแรง ทั้งกายและจิตใจ

5.5 โสตสัมผัสดี คือ มี หู ตา จมูก ลิ้น และกายสัมผัสที่ดี สามารถรับรู้ความเป็นไปต่างๆได้รวดเร็ว

5.6 เสียงไพเราะนุ่มนวล ไม่กระโชกโฮกฮาก และมีระดับเสียงเหมาะสมน้ำเสียงพูดชัดเจน

5.7 สะอาด ต้องรักษาความสะอาดของร่างกายเสื้อผ้า และการแต่งกายของตนตลอดเวลา

5.8 สนุกกับการทำงาน มีใจรักงาน และรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

5.9 สุขใจเมื่อได้บริการผู้อื่น มีใจรักในการให้บริการ มีความสุขเมื่อเห็นคนอื่นมีความสุข

5.10 สนใจที่จะพัฒนางานและการปฏิบัติงานของตนให้ดีขึ้นตลอดเวลา

5.11 สามารถจดจำสิ่งต่าง ๆ ได้ดี โดยเฉพาะรูปร่างหน้าตา ชื่อ และความชอบของแขกประจำได้

5.12 สุขุมรอบคอบในการทำงาน ให้บริการแขกอย่างดีที่สุด และตอบสนองความต้องการของแขกมากที่สุด

5.13 สวัสดี ทักทายแขกด้วยความกระตือรือร้นและจริงใจ เมื่อแขกเข้ามาในภัตตาคารหรือห้องอาหารและเมื่อรอส่งแขก

5.14 เสิร์ฟแขกอย่างถูกวิธีในการเสิร์ฟทั้งอาหารและเครื่องดื่ม

5.15 สื่อสารกับผู้ร่วมงานอย่างถูกต้องและกระชับ

5.16 สื่อสัตย์ ไม่คดโกงแขก ไม่เก็บของที่แขกลืมไว้เป็นของตนเอง

5.17 รู้จักกาลเทศะ ว่าควรทำอะไร เมื่อใด ควรพูดอะไร เมื่อใด ควรบริการแขกอย่างไรเมื่อแขกต้องการ

5.18 ระมัดระวังในการทำงาน เพราะอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการทำงานเช่น ลื่นล้ม ทำน้ำหกใส่แขก ฯลฯ หากไม่มีความระมัดระวัง

5.19 รวดเร็วในการให้บริการแขกทุกคน ไม่ทำให้แขกรอนาน

5.20 อดทน ต้องใช้ความอดทนอดกลั้นในการให้บริการเพราะงานบริการเป็นงานหนักที่ต้องอดทนกับการทำงานและต้องรองรับอารมณ์ของแขกด้วยความสงบเสงี่ยม

6. มรรยาทของพนักงานบริการ

มรรยาทของพนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ดีมีข้อพึงปฏิบัติดังนี้ (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2549, หน้า109-110) คือ

6.1 ร่างกายต้องสะอาด หน้าตา มือ หู นิ้ว คอ ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายต้องสะอาด

6.2 เล็บมือสะอาด ไม่ไว้เล็บยาว

6.3 ไม่ไว้ผมยาวรุงรัง หวีผมทรงเรียบ ๆ ผู้หญิงไม่ไว้ผมยาวมากหรือเกล้ามวยสูงเกินไป

6.4 ผู้ชายห้ามไว้หนวดเครา

6.5 เสื้อผ้าสะอาด รีดเรียบไม่มีรอยย่นยับ

6.6 ไม่ใช้น้ำหอมกลิ่นแรงหรือฉุนจัด

6.7 รักษาความสะอาดของปากและฟัน

6.8 เครื่องแบบที่มีเครื่องหมายโลหะประดับต้องติดให้เรียบร้อยและขัดให้มัน

6.9 รองเท้าหนังต้องขัดให้มัน หากเป็นรองเท้าผ้าใบต้องสะอาด ใส่รองเท้าโทนสีเดียว

6.10 กลัดกระดุมทุกเม็ดให้เรียบร้อย กระดุมโลหะต้องขัดให้มัน

6.11 ห้ามเคี้ยวอาหาร ของขบเคี้ยว ลูกอมเมื่อปฏิบัติงาน

6.12 ไม่ยืนเอามือล้วงกระเป๋ากางเกง กระเป๋าเสื้อ

6.13 เวลาไอหรือจามให้หันหน้าไปทางอื่นและใช้ผ้าเช็ดหน้าปิดปากและจมูก

6.14 ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารในขณะปฏิบัติงาน

6.15 ห้ามกัดเล็บ หักนิ้วให้เกิดเสียงดัง

6.16 ไม่ผิวปากร้องเพลง เคาะลิ้น หรือจุ๊ปากขณะปฏิบัติงาน

6.17 ห้ามหัวเราะเสียงดังระหว่างปฏิบัติงาน

6.18 ห้ามถอนหายใจหรือหายใจดังๆ แรงๆ ต่อหน้าแขก

6.19 พูดเสียงดังพอได้ยินกับแขก

6.20 ไม่นั่งพูดกับแขก ควรยืนด้วยท่าทางสำรวม

6.21 พูดจากับแขกเท่าที่จำเป็น ไม่ชวนแขกคุยหรือเล่น

6.22 หลีกเลี่ยงการโต้แย้ง ใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับแขก

6.23 ห้ามพูดติเตียน ต่อนแคะแขก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใด ๆ

6.24 ไม่แสดงกิริยาไม่ดีต่อหน้าแขก เช่น แลบลิ้น ปลิ้นตา ยักคิ้ว หลิ่วตา

6.25 ไม่ลุกลี้ลุกลนหรือเฉื่อยชาในการบริการแขก

6.26 ไม่ยืนพิงโต๊ะ เสา เก้าอี้ กำแพง ขณะปฏิบัติงาน

6.27 ไม่แสดงท่าอิดโรย เหนื่อยอ่อน เบื่อหน่าย หรือไม่พอใจต่อหน้าแขก

6.28 ขณะเดินไปกับแขก ไม่ควรเดินนำไปข้างหน้า ให้ค่อนไปทางข้างหลัง

6.29 ไม่ยืนขวางทาง ดักหน้า ดักหลังแขก

6.30 ไม่เดินแกว่งแขนหรือเอามือไขว้หลังต่อหน้าแขก

7. กฎระเบียบของพนักงานบริการ

กฎระเบียบของพนักงานบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องประพฤติปฏิบัติมีดังนี้ (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2549, หน้า109-110) คือ

7.1 พนักงานจะต้องมาถึงห้องอาหารก่อนเวลาเข้าทำงานอย่างน้อย 10 นาที เพื่อเปลี่ยนเครื่องแบบ ดอกบัตรลงเวลาเข้าทำงาน และเตรียมงานบริการ

7.2 แต่งกายด้วยเครื่องแบบที่กำหนดให้ถูกต้อง สวมเครื่องแบบตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน เครื่องประดับสวมได้เพียงแค่แหวนแต่งงานหรือแหวนหมั้นและนาฬิกา

7.3 ห้ามสวมใส่เสื้อผ้าที่ไม่ใช่ เครื่องแบบที่กำหนดในขณะปฏิบัติงาน

7.4 ห้ามพนักงานสวมเครื่องแบบที่ขาดหรือชำรุด

7.5 ห้ามพนักงานสวมเครื่องแบบออกนอกบริเวณห้องอาหาร ยกเว้นพนักงานที่ไปจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่เท่านั้น

7.6 ห้ามไว้ผมยาวเกินควร ผู้ชายห้ามไว้หนวดเครา ผู้หญิงห้ามปล่อยผมให้รกรุงรัง ห้ามไว้เล็บยาว

7.7 พนักงานต้องลางานต่อหัวหน้าหรือผู้ที่ติดต่อได้ เมื่อป่วย บาดเจ็บ หรือมีเหตุฉุกเฉินที่ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ โดยทางโทรศัพท์หรือจดหมายต้องไม่ล่าช้ากว่า 3 ชั่วโมงล่วงหน้าถ้าเกินถือว่าขาดงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

7.8 ห้ามพนักงานออกไปทำธุระนอกห้องอาหารในเวลาทำงานเด็ดขาด

7.9 เมื่ออยู่ในอาการมึนเมาจากการดื่มสุรา ต้องรายงานให้หัวหน้างานทราบ และหัวหน้างานจะพิจารณาว่าควรจะให้เข้าปฏิบัติงานหรือไม่

7.10 พนักงานทุกคนต้องพกปากกาและสมุดจดคำสั่งอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับรับคำสั่งอาหารและเครื่องดื่ม ติดตัวไว้ตลอดเวลาเมื่ออยู่ในเวลาทำงาน

7.11 เมื่อทำของแตกหักเสียหายต้องทำบันทึกโดยเร็วและบอกเหตุผลด้วย

7.12 ระมัดระวังในการเก็บจานและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ออกจากโต๊ะแขก ระวังอย่าให้เกิดเสียงดัง

7.13 ใช้มือที่ไม่ถนัดในการถือสิ่งของไว้และมือที่ถนัดใช้เคลื่อนไหวในการทำงาน เช่น เก็บจาน แก้วน้ำ

7.14 ใช้ถาดในการเก็บอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหารทุกครั้ง

7.15 การถือของหนักหรือภาชนะที่ใส่น้ำเกือบเต็มให้ใช้สองมือถือ

7.16 หากมีผ้าของพนักงานบริการให้พาดไว้กับแขนซ้าย

7.17 ห้ามหยุดเดินหรือเคลื่อนไหวกะทันหัน

7.18 การเคลื่อนไหวให้เคลื่อนไหวไปข้างหน้าเท่านั้นห้ามเคลื่อนไหวไปข้างหลัง

7.19 การเดินให้เดินชิดไปทางด้านใดด้านหนึ่ง (ซ้ายหรือขวา) แล้วแต่กฎที่ห้องอาหารตั้งไว้ เพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุจากการเดินชนกัน

7.20 ต้องเปลี่ยนที่เขี่ยบุหรี่ทุกครั้งเมื่อแขกสูบบุหรี่เสร็จ ถึงแม้จะเพิ่งดับมวนเดียว

7.21 ต้องให้เกียรติแขกผู้หญิงเสมอ เมื่อมีแขกผู้ชายและผู้หญิงมาด้วยกัน ควรเลื่อนเก้าอี้ให้ผู้หญิงก่อน

7.22 ห้ามอ่านหนังสือทุกชนิดในที่ทำงานทั้งเวลาที่มีแขกและไม่มีแขก (ยกเว้นหนังสือที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการโรงแรม อาหาร เครื่องดื่ม และการบริการ)

7.23 ห้ามพนักงานใช้โทรศัพท์ภายในติดต่อธุระส่วนตัวในเวลาทำงานและห้ามใช้บริการใดๆที่เป็นบริการของแขกด้วย

7.24 ห้ามส่งเสียงดังหรือตะโกนสั่งงาน

7.25 ไม่ร้องเพลง ฮัมเพลง หรือผิวปากขณะให้บริการแขก

7.26 ห้ามพนักงานเก็บของที่แขกลืมไว้เป็นของส่วนตัวเป็นอันขาด

7.27 ห้ามพนักงานดื่มชาหรือของที่จัดเตรียมไว้บริการแขก

7.28 ห้ามพนักงานรับประทานของขบเคี้ยว ลูกอม อาหาร หรือหมากฝรั่งในขณะปฏิบัติงาน

7.29 ห้ามพนักงานยืนจับกลุ่มกันหลาย ๆ คน ต้องกระจายกันเป็นจุด ๆ ตามตำแหน่งสเตชั่นของตนเอง

7.30 ห้ามยืนพิงเสา กำแพง เก้าอี้ขณะปฏิบัติงาน

7.31 ในขณะปฏิบัติงาน ห้ามล้วง แคะ แกะ เกา เสยผม การไอหรือจามให้ใช้ผ้าเช็ดหน้าปิดปาก

7.32 ห้ามพนักงานโต้เถียงกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัวในขณะที่มีแขกอยู่ในห้องอาหาร

7.33 ห้ามพนักงานพูดไม่สุภาพกับแขกหรือโต้เถียงกับแขกโดยเด็ดขาด

7.34 ขณะที่แขกสนทนากันต้องไม่เข้าไปขัดจังหวะและไม่แอบฟังการสนทนาของแขก

7.35 ห้ามพนักงานพูดคุยกับแขกในทำนองวิจารณ์ฝ่ายบริหารของห้องอาหารหรือด่าว่าผู้ร่วมงานให้แขกได้ยิน

7.36 ห้ามวิจารณ์แขกไม่ว่าจะเป็นกรณีใดๆและห้ามชี้มือไปที่แขก

7.37 พนักงานต้องไม่เร่งหรือไล่แขกลุกออกจากโต๊ะ ไม่ว่าแขกจะใช้โต๊ะนานเพียงใด

7.38 หากแขกวางเงินทิปไว้บนโต๊ะหรือในแฟ้มใส่ใบเสร็จค่าอาหารและเครื่องดื่ม พนังงานไม่ควรแตะต้องจนกว่าแขกจะลุกออกไปจากโต๊ะและไม่นับเงินทิปให้แขกเห็น

7.39 ไม่แสดงกริยาดีใจหรือเสียใจเมื่อได้ทิปหรือไม่ได้ทิปและไม่พูดเรื่องทิปให้แขกได้ยิน

7.40 พนักงานต้องไม่นัดเพื่อนหรือญาติให้มาคอยพบในขณะปฏิบัติงาน

7.41 ห้ามพนักงานพาเพื่อนหรือญาติเข้ามาใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มของห้องอาหารแล้วชำระโดยการหักเงินเดือนของตัวเองและไม่อนุญาตให้พนักงานรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในห้องอาหารแล้วชำระเงินโดยการหักเงินเดือนของตัวเองด้วย

องค์ประกอบของการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม

องค์ประกอบของการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นผู้วิจัยได้เลือก องค์ประกอบของการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มมาสร้างเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 7 องค์ประกอบ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548,หน้า 8-9) ดังนี้

1. ด้านอาหารดี

1.1 ความหมายของอาหารดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้ความหมายอาหารดี คือ รสชาติ

ของอาหารอร่อยเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า มีการปรุงอาหารเป็นอย่างดี เลือกสรรวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหาร คุณภาพของอาหารถูกหลักโภชนาการ อาหารมีความสด สะอาดอยู่เสมอ วัตถุดิบในการปรุงแต่งอาหารมีการคัดสรรให้เหมาะสม คุณภาพและรสชาติของอาหารมีความหลากหลายเหมาะสมกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552, มกราคม 15) ได้กล่าวถึงอาหารดี คือ สิ่งที่มนุษย์ดื่มหรือรับเข้าร่างกายโดยไม่มีพิษแต่มีประโยชน์ต่อร่างกายช่วยซ่อมแซมอวัยวะส่วนที่สึกหรอและทำให้กระบวนการต่าง ๆ ในร่างกายดำเนินการไปอย่างปกติซึ่งรวมถึงน้ำด้วย ดังนั้นอาหารประจำวันของมนุษย์จึงจำเป็นต้องประกอบด้วยอาหารหลายๆอย่าง เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายครบถ้วน อาหารจำเป็นได้ทั้งของแข็ง ของเหลวหรือก๊าซ เช่น อากาศที่เราหายใจเข้าไป เลือด น้ำเกลือหรือยาฉีดที่แพทย์จัดให้ก็นับว่าเป็นอาหารด้วย

จากความหมายของอาหารดี จึงสรุปได้ว่า อาหาร คือ วัตถุทุกชนิดที่คนกินดื่มอมหรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดก็ตาม ที่ทำเกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ทำร่างกายมีภาวะโภชนาการที่ดีและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

1.2 ความสำคัญของอาหารดี

วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552, มกราคม 15) ได้กล่าวถึงความสำคัญของอาหารดี มีดังนี้

1.2.1. ทำให้ร่างกายมีการเจริญเติบโตเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตของเด็กหากรับประทานอาหารไม่เพียงพอกับความต้องการของร่างกายทำให้เกิดโรคต่าง ๆ ได้ และร่างกายไม่สมบูรณ์

1.2.2. ทำให้ร่างกายมีภูมิต้านทานโรค เมื่อได้รับอาหารที่เหมาะสมตามหลักโภชนาการแล้วร่างกายสามารถที่จะต่อสู้กับเชื้อโรคต่าง ๆ ได้

1.2.3. มีอายุยืนเมื่อรับประทานครบถ้วน ร่างกายแข็งแรงทำให้สุขภาพดีและมีผลทำให้อายุยืนยาว

ดังนั้น สรุปได้ว่า ความสำคัญของอาหารดี คือ ทำให้ร่างกายแข็งแรง มีภูมิต้านทานโรค ทำให้มีอายุยืนยาว

1.3 ประโยชน์ของอาหารดี

วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552, มกราคม 15)ได้กล่าวถึงประโยชน์ของอาหารดีดังนี้ คือ

อาหารแต่ละชนิด นอกจากมีสารอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย แล้วยังมีน้ำอยู่ด้วย น้ำเป็นสิ่งสำคัญและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ร่างกายขาดน้ำไม่ได้ เพราะน้ำช่วยนำอาหารไปเลี้ยงส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย และช่วยควบคุมระบบการทำงานของร่างกายให้เป็นปกติ เช่น ระบบการย่อยอาหาร การหมุนเวียนของโลหิตการขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย นอกจากนี้น้ำยังช่วยควบคุมอุณหภูมิของร่างกายให้เป็นปกติและทำให้ผิวพรรณสดชื่น

1.3.1 ช่วยทำให้ร่างกายเจริญเติบโต อาหารจะช่วยสร้างกล้ามเนื้อ สมอง กระดูก ผิวหนัง เส้นผม หลอดเลือดและอวัยวะต่าง ๆของร่างกาย ทำให้โตขึ้น มีน้ำหนักมากขึ้น

1.3.2 ให้พลังงานและความอบอุ่นแกร่างกาย ไม่ว่าเดิน วิ่งทำงานหรือใช้ความคิด แม้แต่เวลาหลับ อวัยวะบางอย่างก็ยังคงทำงานอยู่ตลอดเวลา โดยไม่ได้หยุดและยังต้องการพลังงานความร้อนช่วยให้อบอุ่น

1.3.3 ซ่อมแซมส่วนต่าง ๆ ที่สึกหรอของร่างกายส่วนต่าง ๆของร่างกายต้องทำงานอยู่เสมอทำให้เกิดการสึกหรอเสื่อมสลายไปอาหารจะช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของอวัยวะต่าง ๆให้ทำงานได้ปกติอาจมีการสร้างเนื้อหนังเพิ่มขึ้นมาบ้างทำให้อ้วนขึ้นแต่ไม่สูงขึ้น

13.4 ทำให้ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายทำงานได้ตามปกติ อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายต้องการอาหารไปบำรุงให้เจริญเติบโตได้เต็มที่มีสภาพสมบูรณ์แข็งแรง เพื่อที่จะทำงานได้ตามหน้าที่ ถ้าร่างกายขาดอาหารอวัยวะบางส่วนจะไม่สามารถทำงานได้ตามปกติ

13.5 สร้างความต้านทานให้แก่ร่างกายเมื่อกินอาหารที่มีประโยชน์ สะอาดและเพียงพอกับความต้องการของร่างกาย จะทำให้ร่างกายแข็งแรง สมบูรณ์ จิตใจ ก็สดชื่นแจ่มใส ย่อมมีความต้านทานโรคได้ดีหรือถ้าเจ็บป่วยก็มีอาการไม่รุนแรงมากนัก นอกจากนี้ยังช่วยป้องกันโรค

ดังนั้น สรุปได้ว่า ประโยชน์ของอาหารดี คือ ช่วยเสริมสร้างอวัยวะของร่างกายที่สึกหรอ ทรุดโทรมให้กลับสุขภาพดี เสริมสร้างพลังงานทำให้ร่างกายทำงานได้อย่างปกติ

2. ด้านทำเลที่ตั้งดี

2.1 ความหมายของทำเลที่ตั้งดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของทำเลที่ตั้งดีหมาย-ถึงสถานที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตั้งอยู่ในทำเลที่ดี สะดวกในการเข้าใช้บริการ มีที่จอดรถไม่แออัด สถานบริการมีความปลอดภัยทางด้านทรัพย์สินและบุคคล การคมนาคมสะดวกสบายไม่ไกลจากที่ชุมชนมากเกินไป

วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552, ,มกราคม 15) ได้กล่าวถึง ทำเลที่ตั้งดี คือ สถานที่ซึ่งสามารถทำการผลิตหรือปฏิบัติการเพื่อให้การดำเนินธุรกิจขององค์การบรรลุได้ตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่ได้ตั้งไว้

จากความหมายของทำเลที่ตั้งดี จึงสรุปได้ว่า ทำเลที่ตั้งดีต้องไม่ไกลจากแหล่งชุมชน มีความปลอดภัย และมีความสะดวกสบายในการเดินทาง

2.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกทำเลที่ตั้งดี

วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552, ,มกราคม 15) ได้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ในการเลือกทำเลที่ตั้งดี ดังนี้

2.2.1 เพื่อให้ธุรกิจยอดขายมีกำไรสูงกว่าคู่แข่งขันหรือสามารถเลี้ยงตน

เองได้ตลอดไป

2.2.2 เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชนและความเติบโต ของตลาดในย่านธุรกิจ

2.2.3 เพื่อสกัดกั้นคู่แข่งขันและเข้าครอบครองตลาดบริเวณที่ตั้งของธุรกิจก่อนคู่แข่งขัน

2.2.4 เพื่อให้การบริหารงานมีความคล่องตัว ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงและมีอำนาจไปครองในการจัดซื้อมากขึ้น

2.2.5 เพื่อสร้างธุรกิจที่อยู่ใกล้กับครอบครัวญาติพี่น้องเพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้มีงานทำ

ดังนั้น สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกทำเลที่ตั้งคือเพื่อสามารถรองรับการขยายตัวของชุมชนและการเติบโตของธุรกิจในเขตนั้น ทำให้ธุรกิจมียอดขายสูงกว่าคู่แข่งขันและมีกำไรเลี้ยงตัวเองได้

2.3 ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง

วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2552, ,มกราคม 15) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง ดังนี้

2.3.1 สถานที่ตั้งมองเห็นชัดเจน

1) ทำเลที่ตั้งควรหาง่าย

2) ยอดขายอาจถูกจำกัดถ้าลูกค้าหาที่ตั้งร้านลำบาก

3) ถ้าเป็นที่ตั้งโดย ๆ นอกอาคาร ทำเลหรือป้าย ต้องชัดเจนมองเห็นในระยะไกล

4) พื้นที่อยู่กลางเมือง ใกล้ที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า

2.3.2 ทำเลที่ตั้งเข้าถึงได้ง่าย

1) ที่ตั้งต้องสะดวกต่อลูกค้าที่จะมาใช้บริการทางเข้า-ทางออก

2) พิจารณาการเดินรถ จุดกลับรถ สะพาน สัญญาณไฟฟ้าจราจร วงเวียนแผนขยายเส้นทางจราจร

3) ทำเลอยู่ด้านซ้ายหรือขวามือถนน

4) มีรถประจำทาง รถไฟฟ้า รถส่วนตัวผ่าน

2.3.3 มีตัวช่วยในการเพิ่มจำนวนลูกค้า

1) มีตัวช่วยดึงดูดผู้คนจำนวนมาก เช่น ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า ย่านธุรกิจ สถาบันการศึกษา

2) ตรวจสอบร้านใกล้เคียง และร้านที่เกิดขึ้นในอนาคต

2.3.4 พื้นที่ต้องมีความยั่งยืน

1) อนาคตของพื้นที่ประกอบธุรกิจจะเป็นอย่างไร

2) พื้นที่จะถูกเวนคืนหรือไม่

3) พื้นที่ใหม่ๆที่ไม่เป็นที่นิยม ค่าเช่าถูกแต่อาจขายมาดี

4) ผู้พัฒนาพื้นที่ต้องมีความพร้อมด้านการเงิน ประสบการณ์และความเป็นมืออาชีพ

5) วงจรของความรุ่งเรืองและถดถอยของพื้นที่ประกอบการ

2.3.5 เป็นแหล่งผู้คนนิยมมาทานอาหาร

1) มีร้านที่ประสบความสำเร็จ หลากหลายให้เลือกหรือไม่

2) มีร้านอาหารที่ธุรกิจใกล้เคียงกับเราหรือไม่

3) กลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการในช่วงเวลาต่าง ๆ นักธุรกิจ แม่บ้าน วัยรุ่น ครอบครัว

2.3.6 ลักษณะของกลุ่มประชากร

1) ข้อมูลสถิติของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ ขนาดครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ

2) จำนวนลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายต้องมากพอที่จะทำให้ธุรกิจดำ-อยู่รอดได้

2.3.7 ค่าเช่าพื้นที่ ลักษณะภูมิทัศน์และงบประมาณการก่อสร้าง

1) ค่าเช่าเหมาะสมหรือไม่ เงินมัดจำ ค่าบริการส่วนกลาง ค่าธรรม-เนียม ค่าภาษีโรงเรือน

2) ขนาดพื้นที่เพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

3) พื้นที่มีข้อจำกัดในการออกแบบ ตกแต่งหรือไม่

4) น้ำ ไฟฟ้า แก๊ส ท่อน้ำเสีย แอร์ ระบบดูดอากาศ บ่อดักไขมัน

5) ค่าใช้จ่ายในการออกแบบ ค่าก่อสร้าง ค่าตกแต่ง

6) ร้านข้างเคียง บันไดเลื่อน กระจก

2.3.8 ค่าจ้างแรงงาน

1) หาแรงงานยากไหม สำหรับแต่ละตำแหน่งงาน

2) ค่าจ้างค่าแรงขั้นต่ำในพื้นที่

3) กฎหมายแรงงานที่เกี่ยวข้อง

4) อัตราส่วนพนักงานประจำและชั่วคราว

2.3.9 ที่จอดรถ

1) ต้องมีที่จอดรถเพียงพอ

2) ข้อกำหนดในการจอดรถ เช่นฟรีหรือคิดค่าบริการต่อชั่วโมงต่อครั้ง

3) ที่ตั้งของร้านไกลจากที่จอดรถหรือไม่

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4) ความปลอดภัยของที่จอดรถ

2.3.10 อื่น ๆ

1) มีพื้นที่สูบบุหรี่หรือไม่

2) เปิดเพลงเสียงดังได้หรือไม่

3) ห้องน้ำอยู่ใกล้หรือไกลจากร้าน

4) เช่าระยะสั้นหรือยาว เช้ง ซื้อ

5) ข้อกำหนดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

6) ข้อบังคับของหน่วยราชการในการประกอบกิจการ

7) คู่แข่ง และประเภทร้านค้าใกล้เคียง

ดังนั้น สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง คือ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆด้านเช่น กลุ่มประชากร ความเจริญทางด้านคมนาคม ค่าเช่า ขนาดพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ล้วนมีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีเพื่อให้ธุรกิจเจริญเติบโต มีผลกำไรสร้างความมั่นคงให้ผู้ประกอบการได้

3. ด้านบรรยากาศดี

3.1 ความหมายของบรรยากาศดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้ความหมายบรรยากาศ หมายถึง บรรยากาศดีทั้งภายในและภายนอกร้าน เช่น บริเวณข้างเคียงมีความสงบ สะอาดตามีการถ่ายเทของอากาศดี มีการตกแต่งภายในดีเหมาะสมกับประเภทของสถานบริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้พักผ่อนอย่างแท้จริงพร้อมกับรับประทานอาหารที่อร่อยด้วย

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549, หน้า 79) ได้ให้ความหมายสภาพบรรยากาศดีว่า เป็นลักษณะพื้นฐานโดยทั่วไปของสิ่งแวดล้อมของสถานบริการ ได้แก่ คุณภาพของอากาศภายในสถานบริการ รวมถึงสภาพของแสง เสียง ดนตรี กลิ่น และอุณหภูมิ

จากความหมายของบรรยากาศดี จึงสรุปได้ว่า บรรยากาศโดยรอบต้องมีอากาศถ่ายเทดี การประดับตกแต่งเหมาะสมกับสถานที่ สะอาดและเป็นระเบียบ

3.2 องค์ประกอบของบรรยากาศดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรยากาศดี ดังนี้

3.2.1 สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก

3.2.2 สถานบริการสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย

3.2.3 การตกแต่งภายในและภายนอกร้านเหมาะสม

3.2.4 อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ภายในสะอาดเหมาะสมกับการใช้งาน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของบรรยากาศดี คือ สถานที่ให้บริการมีอากาศถ่ายเทได้ดี สะอาดเรียบร้อย

4. ด้านการนำเสนอดี

4.1 ความหมายของการนำเสนอดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้ความหมายการนำเสนอดี หมายถึง มีการแนะนำให้ลูกค้าได้รู้จักอาหารและเครื่องดื่ม เวลาเปิด ปิดของร้านเป็นอย่างดี

1. เจ้าหน้าที่สื่อสารให้ข้อมูล ชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการได้เข้าใจง่าย

2. เจ้าหน้าที่บอกเวลาเปิด-ปิด ให้บริการที่เหมาะสมและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

3. ป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำการให้บริการมองเห็นชัดเจน

จากความหมายของการนำเสนอดี จึงสรุปได้ว่า มีการประชาสัมพันธ์แนะนำอย่างถูกต้องชัดเจนในการบริการ เวลาเปิด-ปิด และข้อมูลข่าวสารภายในร้านเป็นอย่างดี

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 257) กล่าวถึงการนำเสนอดี ว่า เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยเป็นการให้บริการของผู้ให้บริการแก่ผู้รับรับบริการ โดยมีจุดมุ่งหวังที่ความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ

4.2 คุณลักษณะของการนำเสนอดี

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539, หน้า 7) ได้ให้ แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของการนำเสนอที่ดี 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ยิ้มแย้มและเอาใจใส่ลูกค้า เห็นอกเห็นใจต่อความลำบาก ยุ่งยากของลูกค้า

2. ตอบสนองความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทันใจ โดยมิทันได้เอ่ยปาก

3. แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า

4. ลักษณะของการนำเสนอเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจ

5. แสดงออกซึ่งการรักษาภาพลักษณ์ของธุรกิจ

6. กิริยาอาการอ่อนโยน สุขภาพและมีมรรยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

7. มีความกระฉับกระเฉง และกระตือรือร้นขณะนำเสนอและให้บริการ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การนำเสนอดี คือ การรู้และเข้าใจในตัวลูกค้า มีการแสดงออกถึงการให้นับถือ ให้เกียรติ และปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างดี

5. ด้านการบริการดี

5.1 ความหมายของการบริการดี

สมิต สัชฌุกร (2546, หน้า 13) ได้ให้ความหมายคำว่า การบริการ คือ การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใด ทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้บุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการบริการทั้งสิ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้ความหมายการบริการหมายถึง เริ่มตั้งแต่การให้การบริการต้อนรับ การนำลูกค้าเข้าโต๊ะอาหาร การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการส่งลูกค้ากลับออกจากร้าน การบริการดีจะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้มากและกลับมาใช้บริการอีก มีจิตใจรักการให้บริการและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539, หน้า 6) ให้ความหมายคำว่า การบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำที่บุคคลหนึ่งให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น

จากความหมายของการบริการดี จึงสรุปได้ว่า เป็นการปฏิบัติ การกระทำหรือการติดต่อกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจ

5.2 คุณสมบัติของผู้ให้บริการดี

ศิวะ วสุนธราภิวัฒน์ (2539, หน้า 28) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของผู้ให้บริการที่ดีมีดังนี้

5.2.1 มีความรู้

1) มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

2) มีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติ เทคนิค การใช้อุปกรณ์ประกอบ

3) มีความสามารถ รู้ เข้าใจ และปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม มีคุณภาพ ตามกำหนด

4) มีวุฒิภาวะ สามารถควบคุมจิตใจ ให้อยู่ในภาวะที่ให้บริการได้ดี คือ มีความร่าเริง เบิกบาน แจ่มใส มีเมตตา แสดงออกให้เห็นได้ทางสีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง และการพูดจาที่ดี เหมาะสม น่าพอใจ

5.2.2 ขั้นตอนของการบริการ

1) การทักทาย และสร้างความรู้สึกผ่อนคลาย เป็นกันเอง

2) การหาความต้องการที่แท้จริง

3) ให้บริการที่ตรงกับความต้องการ

4) แสดงความขอบคุณและกล่าลา

5.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการ

1) จุดมุ่งหมายเป้าหมายและนโยบาย

2) ขั้นตอน วิธีปฏิบัติและเทคนิคประกอบการบริการ

3) ความรู้และความสามารถของผู้ให้บริการ

4) ความพร้อมที่สมบูรณ์แห่งภาวะจิตใจของผู้ให้บริการ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า คุณสมบัติของผู้ให้บริการดี คือ ต้องมีความรู้ ความสามารถ

และเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติในการบริการอย่างถูกต้องเหมาะสม

6. ด้านภาพลักษณ์ดี

6.1 ความหมายภาพลักษณ์ดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548,หน้า9) ได้ให้ความหมายคุณภาพลักษณ์หมายถึง ร้านเป็นที่รู้จักและจดจำของลูกค้าเมื่อพูดถึงชื่อสถานบริการอาหารและเครื่องดื่มนั้น ๆ มีความคาดหวังในระดับและมาตรฐานที่นำเสนอ

เสกสรร ศุภแสง (2541, หน้า 269) ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์ดี คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริงกับการรับรู้ของบุคคล ไม่ใช่ข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียวและภาพลักษณ์จะเกิดค่อนข้างแน่นอนเกือบจะตายตัว เป็นภาพที่ฝังลึกในใจเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก

อดุลย์ จาตุรงคกุล, และดลยา จาตุรงคกุล (2546, หน้า 12) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ดี คือ รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พาหนะ เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องมือ สมาชิกที่เป็นพนักงาน ป้ายวัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดเป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการ ธุรกิจด้านบริการจำต้องให้ความสำคัญเนื่องจากอาจมีผลกระทบอย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้า และต้องให้ความปลอดภัย

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548ก, หน้า 46) ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์ดี คือ สิ่งที่น่าสนใจที่ก่อให้เกิดความประทับใจกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ

จากความหมายของภาพลักษณ์ดีที่กล่าวมา จึงสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมของสถานที่ ที่จัดไว้ให้บริการหรือจัดจำหน่ายสินค้า มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ชัดเจนในรูปแบบของการออกแบบตกแต่ง เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดกับลูกค้าที่มาซื้อหรือใช้บริการ

6.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ดี

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548ก, หน้า 120) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ดีให้แก่องค์กร พบว่าคุณสมบัติที่สำคัญ ได้แก่

6.2.1 คุณสมบัติทางกายภาพ

6.2.2 บรรยากาศโดยรอบ

6.2.3 ทำเลที่ตั้ง

6.2.4 ความหลากหลายของสินค้า

6.2.5 ราคา

6.2.6 การโฆษณาและส่งเสริมการขาย

6.2.7 พนักงานขาย

6.2.8 การให้บริการ

6.2.9 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

6.2.10 ความพึงพอใจหลังการซื้อ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี คือ องค์ประกอบโดยรวม เช่น ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ การให้บริการ การขาย ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ มีความสำคัญเท่าๆกัน ที่จะทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี น่ามาใช้บริการ

7. ด้านคุณค่าดี

7.1 ความหมายคุณค่าดี

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548, หน้า 8) ได้ให้ความหมายคุณค่า หมายถึง ราคาสินค้าและบริการเหมาะสมและคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายและเวลาที่เสียไปจะทำให้ธุรกิจอยู่ในภาวการณ์เจริญเติบโตที่ยาวนานถึงแม้จะมีคู่แข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทั้งคู่แข่งขันทางตรง (ห้องอาหารที่บริการลักษณะเดียวกัน)และคู่แข่งขันทางอ้อม(สถานบริการอาหารลักษณะอื่น ๆ)

วีระรัตน์ กิจเลิศไพศาล (2541, หน้า 207) ได้กล่าวว่า ความมีคุณค่าดีของการบริการ หมายถึง ผลรวมของผลประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับ ลบด้วยผลรวมของต้นทุนทั้งหมดที่ผู้บริโภคเสียไป

จากความหมายของคุณค่าดี จึงสรุปได้ว่า คุณภาพที่ให้บริการที่ตรงไปตรงมา มีความชัดเจน ไม่เอาเปรียบลูกค้า และทำให้ลูกค้าที่ได้รับบริการพึงพอใจกับการบริการที่ได้รับ

7.2 องค์ประกอบของคุณค่าดี

7.2.1 รสชาติและคุณภาพของอาหารตรงกับรสนิยมของผู้ให้บริการ

7.2.2 การบริการของพนักงานมีความพร้อม ในการให้บริการ

7.2.3 สถานบริการตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ

7.2.4 สถานบริการมีความพร้อมในความสะดวกสบาย ทั้งที่จอดรถ ความปลอดภัยในทรัพย์สินและผู้รับบริการ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของคุณค่าดี คือ คุณภาพของอาหาร การบริการของพนักงานเหมาะสมกับสถานที่และราคา

7.3 การเพิ่มคุณค่าดีให้กับการบริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2541, หน้า 207) กล่าวว่า องค์การสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับบริการได้ดังนี้

7.2.1 เพิ่มผลประโยชน์ให้กับบริการ โดยอาศัยบริการเสริมช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หลัก

7.2.2 ลดต้นทุนของผู้บริโภค โดยวิธีการดามตัวอย่างต่อไปนี้

1) ลดเวลาที่เกี่ยวข้องกับการซื้อบริการ การให้บริการและการบริโภคบริการ

2) ลดความเสี่ยงของลูกค้าหรือลดความกดดันทางด้านจิตใจ

ของลูกค้าในการรับบริการ

3) กำจัดต้นทุนทางด้านแรงกายออกไปให้ลูกค้ามีความสะดวกในการรับบริการ

4) จำกัดประสบการณ์ด้านความรู้สึกที่ไม่พึงประสงค์ให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด เช่น สร้างบรรยากาศที่สวยงามดึงดูดใจ ลดเสียงอึกทึกครึกโครม ติดตั้งเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการใช้บริการแก่ลูกค้า กำจัดกลิ่นรบกวนต่าง ๆ และต้องแน่ใจว่าอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การเพิ่มคุณค่าดีในการบริการ คือ การลดความเสี่ยงในให้บริการ กำจัดสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด สร้างบรรยากาศที่ดีเพื่อดึงดูดใจลูกค้าและสร้างความประทับใจเพื่อให้กลับมาใช้บริการใหม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยภายในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ ซึ่งนำมาเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. งานวิจัยภายในประเทศ

สุวรรณี เดชะพานิช (2543) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟูดแบบบริการส่งถึงบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทั้งเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับสถานภาพโสด ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ส่วนใหญ่ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างรับทราบว่ามีบริการส่งถึงบ้านมากที่สุดจากสื่อใบปลิว (driect mail) และโทรศัพท์มากที่สุด ความถี่ในการบริโภคเดือนละ 1 - 2 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อเฉลี่ย 201 - 300 บาท ต่อครั้ง และส่วนใหญ่ทางกันครั้งละ 2 - 3 คน วันเสาร์ - อาทิตย์ เป็นวันที่ผู้บริโภคนิยมสั่งมากที่สุด อาหารที่นิยมสั่งมากที่สุดคือ พิซซ่า ไก่ทอด ข้าวและอาหารตามสั่ง แฮมเบอร์เกอร์ ตามลำดับ และนิยมสั่งในชุดประหยัดมากกว่าสั่งอาหารแยกประเภทตามที่ต้องการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านความสะดวกในการติดต่อสั่งอาหาร ส่วนการจัดรายการ แลกซื้อ ของแถมและคูปองจะให้ความพึงพอใจในลำดับสุดท้าย

นวพร ศิลาเจริญชัยธนกิจ (2546) การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อ และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้สมุนไพร กรณีศึกษาโรงพยาบาลวังน้อย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสมุนไพร รวมถึงวิเคราะห์ความต้องการสมุนไพร และสถานบริการแผนไทย ในเขตอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสมุนไพรของผู้บริโภค

ศึกษาโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสุ่มตัวอย่างผู้ป่วย หรือญาติที่มาใช้บริการที่โรงพยาบาลวังน้อย จำนวน 400 ตัวอย่าง ในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2545 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบไคว์สแควร์และการทดสอบค่าความเข้มข้นของความสัมพันธ์

ประทิน ไทยแท้ (2546) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสุขาภิบาลของผู้บริการอาหารในแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหารของผู้บริการอาหาร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ตัวแปรทำนายพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหารของผู้บริการอาหาร โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า 1) พฤติกรรมสุขาภิบาลอาหารของผู้บริการอาหารอยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ การอบรมสุขาภิบาลอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหารของผู้บริการอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 3) ปัจจัยนำหรือปัจจัยทางจิตลักษณะ ได้แก่ ความรู้เรื่องสุขาภิบาลอาหาร ทัศนคติต่อการสุขาภิบาลอาหาร ความเชื่ออำนาจในตนเกี่ยวกับสุขาภิบาลอาหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมสุขาภิบาล อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 4) ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ แหล่งซื้อวัตถุดิบ ระยะทางระหว่างบ้านและร้านอาหาร เงินทุนขายอาหาร ประสบการณ์ของการเป็นผู้จำหน่ายอาหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 5) ปัจจัยเสริมหรือการสนับสนุนทางสังคม ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 6) ตัวแปรที่มีอำนาจการทำนายสูงสุด คือ ความเชื่ออำนาจในตนเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหาร สามารถทำนายความแปรปรวนของพฤติกรรมการสุขาภิบาลอาหารได้ร้อยละ 39.4 และตัวแปรร่วมทำนายได้ 3 ตัว ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมและอายุ โดยสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมสุขาภิบาลอาหารของผู้บริการอาหาร ได้ร้อยละ 43.5

พรศักดิ์ คงอารยะเวชกุล (2546) ศึกษา พฤติกรรมการซื้อและการดื่มตลอดจนความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสุราแช่สาโท ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ คือ 1)ศึกษาความเป็นมาสภาพตลาดทั่ว ๆ ไป มาตรฐานผลิตภัณฑ์และวิธีการผลิต ของสุราแช่สาโท 2)ศึกษาพฤติกรรมการซื้อและการดื่มตลอดจนความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสุราแช่สาโท ในเขตกรุงเทพมหานคร 3)ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการดื่มสุราแช่สาโทกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสุราแช่สาโท ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่มาซื้อสุราแช่สาโทในงานวันเกษตรแห่งชาติ ในช่วงวันที่ 31 มกราคม – 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2546 โดยทำการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ เพื่อได้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน

400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิอาศัยสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมุติฐานโดยการทดสอบ Chi-square ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างสาวนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และเป็นนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจที่ทำให้ดื่มสุราแช่สาโทเนื่องมาจากการชอบทดลอง โดยพฤติกรรมการดื่มโดยเฉลี่ยครั้งละ 1 ขวด และดื่มโดยเฉลี่ยต่อเดือนละครั้ง และมีการดื่มที่บ้าน โดยมีระยะเวลาจากการดื่มครั้งสุดท้ายถึงปัจจุบันมากกว่า 1 เดือนและพฤติกรรมซื้อสุราแช่สาโทครั้งละ 1-3 ขวด ส่วนใหญ่ซื้อจากงานแสดงสินค้า อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังมีความไม่แน่ใจเรื่องของมาตรฐานและความปลอดภัยของสุราแช่สาโท ผลจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราแช่สาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่ปัจจัยทางด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลับไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดื่มสุราแช่สาโทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ศิรินภา จำรูญ (2548) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์อำเภอแกลง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์และเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์เป็นครั้งแรกกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์แล้วต่อ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านร้านอาหาร และด้านบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์ในช่วงเดือน สิงหาคม 2547 จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ณ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์

ผลการศึกษาสรุป พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยวในภาพรวมในระดับพอใช้ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสถานที่จอดรถมีความเพียงพอมากที่สุด ด้านร้านอาหาร นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในภาพรวมในระดับดี โดยเห็นว่าร้านอาหารบริเวณชายหาดแม่พิมพ์นั้นมีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในภาพรวมในระดับพอใช้ โดยเห็นว่าด้านการบริการห้องน้ำ อาบน้ำจืดมีความเพียงพอมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชาดหาดแม่พิมพ์เป็นครั้งแรกกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์แล้วพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดแม่พิมพ์แล้วมีความคิดเห็นต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารและบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณชายหาดแม่พิมพ์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดมา

พิมพ์เป็นครั้งแรก

2. งานวิจัยต่างประเทศ

ปาร์คและไชนิวาสัน (Park & Srinivasan, 1994, pp. 271-288) ได้ทำการคิดค้นวิธีการวัดคุณค่าตราสินค้าขึ้นมาใหม่โดยวิธีการเชิงสำรวจ (survey-based method) และนิยามคุณค่าตราสินค้าว่าเป็นคุณค่าเพิ่มที่ตราสินค้าสร้างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งถูกรับรู้โดยผู้บริโภค โดยแบ่งแหล่งที่มาของคุณค่าตราสินค้าออกเป็นส่วนที่เกี่ยวกับคุณลักษณะ (attribute-based) และส่วนที่ไม่เกี่ยวกับคุณลักษณะ (non-attribute-based) ของตราสินค้าแล้วจึงได้ทำการวัดด้วยการเปรียบเทียบความชอบมากกว่าของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม กับความชอบมากกว่าในแต่ละคุณสมบัติของตราสินค้า โดยทำการวิจัยในสนค้าประเภทยาสีฟันและยาบ้วนปาก ซึ่งผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าค่าความน่าเชื่อถือ (reliability) ค่าความเที่ยงตรง(validity) และค่าความเที่ยงตรงเชิงทำนาย (predictive validity)ของวิธีการวัดที่คิดค้นขึ้งดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ดี

คอบบ์-วอลเกรน, รูเบิลและดอนทรู (Cobb-Walgren, Ruble & Donthu, 1995, pp. 25-40) ได้ทำการศึกษาถึงผลของคุณค่าตราสินค้าที่มีต่อความชอบมากกว่าและความตั้งใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยทำการวิจัยเปรียบเทียบระหว่างประเภทสินค้าที่มีความเสี่ยงทางด้านการเงินและหน้าที่ใช้ที่สูงและต่ำต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่าระดับของความชอบมากกว่าและระดับของความตั้งใจในการซื้อแปรผกผันตามระดับของคุณค่าตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทั้งสองประเภทสินค้า และตราสินค้าที่ใช้งบประมาณทางด้านการโฆษณาสูงจะมีคุณค่าตราสินค้าที่สูงด้วยเช่นกัน

ลัสสาร์, มิททอลและชาร์มา (Lassar, Mittal & Sharma, 1995, pp. 11-19) ได้ทำการสร้างเครื่องมือวัดคุณค่าตราสินค้าในสายตาของผู้บริโภคขึ้นมา โดยระกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การแสดงออกขององตราสินค้า (brand performance) คุณค่าของตราสินค้า (brand value) ภาพลักษณ์ทางด้านสังคม (social image) ความน่าไว้วางใจ (trusworthiness) และความผูกพันระหว่างตราสินค้ากับลูกค้า (commitment) ซึ่งได้มีการทำวิจัยแบบนำร่อง (pilot study) ถึง 3 ครั้ง เพื่อให้เครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง โดยผลที่ได้จากเครื่องมือวัดนี้สามารถนำมาใช้ในการประเมินส่วนประสมทางการตลาดของตราสินค้าได้

แมคไค (Mackay, 2001, p 210-221) ได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญของการวัดคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจบริการ จึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการนำเอาวิธีการวัดคุณค่าตราสินค้าทางด้านความสัมพันธ์กับผู้บริโภค (customer-related measurement) ต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมในธุรกิจสินค้ามาประยุกต์ใช้ในธุรกิจบริการ โดยนำเอาระดับคุณค่าตราที่ได้จากการวัดด้วยวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้มาเปรียบเทียบกับระดับคุณค่าตราสินค้าที่ได้จากวิธีการวัดทางด้านการเงิน (financial measurement) ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาในธุรกิจบัตรเครดิตของประเทศออสเตรเลียนั้น พบว่าวิธีการวัดที่นิยมใช้ในธุรกิจสินค้าเหล่านี้ โดยรวมแล้วสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีความใกล้เคียงในงานศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีการบริการร้านขายอาหาร ส่วนใหญ่พบว่าผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส มีผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการร้านขายอาหาร ในด้าน รสชาติอาหาร บรรยากาศโดยรอบ ความสะดวก-สบาย ที่จอดรถเพียงพอ และมรรยาทพนักงานบริการ ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขเรื่องของการบริการของพนักงาน รสชาติของอาหาร ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านขายอาหาร ผู้ศึกษาจึงนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการร้านขายอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี