

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131



รายงานการวิจัย

เรื่อง

ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:

กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา

๑๑๑ 177821 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิที

A๘๐๑๖๙๖๐๖

12 ส.ย. 2558

354222

เริ่มบริการ

๒9 พ.ค. 2559

งานวิจัยนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๗

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

อภิธาน์นทานการ

คำนำ

งานวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม: กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา มีจุดประสงค์หลักคือการสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในบริเวณเมืองพัทยา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด นอกจากนี้การที่พื้นที่ของเมืองพัทยาดังอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยบูรพา จึงเป็นปัจจัยเสริมให้ผู้วิจัยสนใจทำการสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส เพื่อปรับปรุงรายวิชาต่างๆ ของสาขาวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาให้ตอบสนองต่อสภาพพื้นที่จริงมากที่สุดด้วย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการลงพื้นที่โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณผู้ประกอบการ/ผู้บริหารโรงแรมทุกท่านที่กรุณาตอบคำถามและเสนอแนะข้อมูลต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ขอขอบคุณนิสิตชั้นปีที่ ๔ วิชาเอกภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร ประจำปีการศึกษา ๒๕๕๗ ที่สละเวลาช่วยเก็บข้อมูลอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย และขอบคุณคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่อนุมัติเงินทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถึ

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม: กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา โดยใช้แบบสอบถามแจกกลุ่มเป้าหมายและได้รับข้อมูลกลับมาจำนวน ๒๕ ฉบับ จาก ๕๐ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๕๐ ทั้งนี้ข้อมูลต่างๆ นี้มาจากผู้ประกอบการของโรงแรมที่มีจำนวนผู้เข้าพักที่ ๒๐๐ คนขึ้นไป

จากวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ๓ ประการ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มโรงแรมเมืองพัทยามีความต้องการใช้ภาษาฝรั่งเศสอยู่เพราะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักมาก ร้อยละของโรงแรมที่เห็นความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสคิดเป็นร้อยละ ๖๘ ส่วนธุรกิจการโรงแรมที่เห็นว่าสามารถใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลในการติดต่อหรือให้บริการนักท่องเที่ยวนั้นมีเพียง ๘ แห่ง หรือร้อยละ ๓๒ แผนกที่ต้องใช้ภาษาฝรั่งเศสมากที่สุดคือพนักงานต้อนรับ ร้อยละ ๖๐ รองลงมาคือเลขานุการ ร้อยละ ๑๒

อย่างไรก็ดี โรงแรมเห็นความจำเป็นต้องมีนโยบายส่งเสริมความรู้ภาษาฝรั่งเศสถึงร้อยละ ๖๐ และร้อยละ ๔๐ เห็นว่าไม่จำเป็นเพราะใช้ภาษาอังกฤษแทน แนวทางในการพัฒนาธุรกิจการโรงแรมในเขตพัทยานั้นสามารถกระทำผ่านสมาคมผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยาหรือผ่านเทศบาลเมืองพัทยาได้เพราะเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว อาจกำหนดจัดอบรมภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร หรือทำคู่มือภาษาฝรั่งเศส แจกบุคลากรโรงแรมต่างๆ

Abstract

This research aimed to study the need of French in hotel business: A Case Study of hotels in Pattaya City. Questionnaires were sent to the target group, and 25 of 50 were replied back which was accounted for 50%. All the data was retrieved from hotels handling over 200 guests.

The result revealed that the hotels in Pattaya City needed French because there were quite a number of tourists staying in their hotels. 68% of the hotel operators believed that they still needed French in their business, while only 8 hotel operators or 32% of the hotels in Pattaya City said English was enough for them to communicate with their guests. The study also showed that front offices in hotels needed French the most which was accounted for 60%, while secretarial offices needed French as the second most which was accounted for 12%.

60% of the hotel operators believed that there should be policies to promote French, while 40% thought that it was not necessary as English was enough to communicate with tourists. The development of hotel business in Pattaya City could be conducted through Pattaya City Hotel Association or Pattaya City Municipality because these 2 institutes were promoting tourism in the region of Pattaya. They could offer training on French for communication or provide French handbooks for hotel staff in Pattaya City.

Keys words: hotel business, French language

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	๒
บทคัดย่อภาษาไทย	๓
Abstract	๔
บทที่ ๑ ความสำคัญของปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย	๗
๑. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๗
๒. กรอบแนวคิดในการวิจัย	๑๓
๓. วัตถุประสงค์	๑๓
๔. สมมติฐานของการศึกษา	๑๓
๕. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	๑๓
๖. ขอบเขตของการวิจัย	๑๔
๗. วิธีดำเนินการวิจัย	๑๔
๘. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	๑๔
บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๕
๑. เมืองพัทยาและการเจริญเติบโตของพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยว	๑๕
๑.๑ ภูมิศาสตร์ที่ตั้งและประวัติการท่องเที่ยว	๑๕
๑.๒ ธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวในพัทยา	๑๘
๒. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจการโรงแรม	๒๓
๒.๑ คำนิยามของคำว่าโรงแรมและที่พัก	๒๓
๒.๒ ระบบการบริหารโรงแรม	๓๐
๓. แนวคิดเรื่องการศึกษาความต้องการและพฤติกรรม	๓๔
๔. การวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส	๔๑

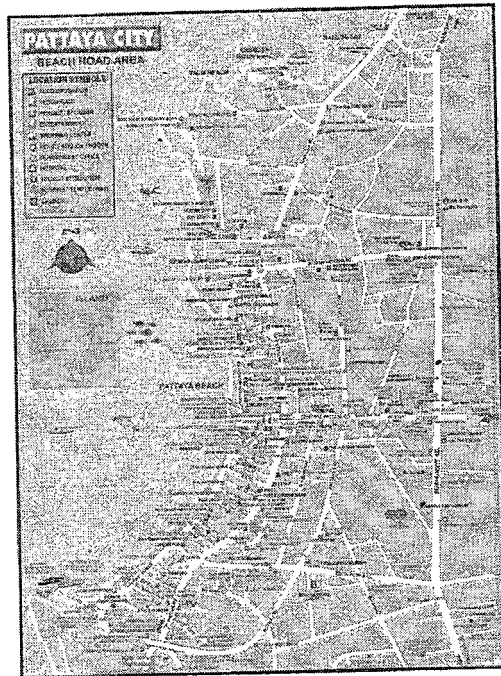
เรื่อง	หน้า
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๔๔
๑. การกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย	๔๔
๒. การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	๔๔
๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล	๔๕
๔. การวิเคราะห์ข้อมูล	๔๖
บทที่ ๔ ผลการวิจัยและการอภิปรายผล	๔๗
๔.๑ ผลสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม ในเขตเมืองพัทยาจากแบบสอบถาม	๔๗
๔.๒ ผลการสังเคราะห์ข้อมูล	๕๕
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๖๐
บรรณานุกรม	๖๔
ภาคผนวก	๖๗

บทที่ ๑

ความสำคัญของปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมืองพัทยาสตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ ๑๕๐ กิโลเมตร มีอาณาเขตทิศเหนือจรดแนวคลองกระดังงาย ทิศตะวันออกขนานไปกับถนนสุขุมวิท ทิศตะวันตกขนานกับแนวชายฝั่งทะเลและทิศใต้ติดกับจรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่ มีพื้นที่ทั้งหมด ๒๐๘.๑๐ ตารางกิโลเมตร ในส่วนชายหาดของพัทยามีความยาวประมาณ ๑๕ กิโลเมตร ซึ่งแม้ว่าชายหาดอาจจะไม่ยาวที่สุดในประเทศไทย แต่ก็เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักท่องเที่ยวว่ามี ความงดงามและมีสีสันของชีวิตยามราตรีมากที่สุดของประเทศ



แผนที่บริเวณชายหาดเมืองพัทยา

(ที่มา http://www.pattayaplaces.com/please-translate-in-th_th-pattaya-city-map/)

เมืองพัทยาประกอบด้วยพื้นที่ ๔ ตำบล คือ ตำบลนาเกลือ ตำบลหนองปรือ ตำบลห้วยใหญ่ และตำบลหนองปลาไหล ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่เนินมีที่ราบน้อย ที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพาณิชยกรรมหรือแหล่งการค้า และบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพัทยาขึ้นไปทางตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบเนินเขาเตี้ย ๆ สูงไม่เกิน ๑๐๐ เมตร จากลักษณะของเนินเขาและที่ราบดังกล่าวทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติ ลักษณะลำน้ำโดยทั่ว ๆ ไป มีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผ้ว คลองพัทยา รวมทั้งในเขตการปกครองของเมืองพัทยาบางส่วนยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ ๘ กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก (สุจิตรา กาลจักร, ๒๕๕๗, หน้า ๑๘๑ - ๑๘๓)

เมืองพัทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะเป็นจุดพักของบรรดาทหารอเมริกันเมื่อครั้งสงครามเวียดนามในช่วง พ.ศ. ๒๕๐๒ ที่กองทัพอเมริกันได้ใช้เมืองพัทยาเป็นแหล่งพักผ่อนของเหล่าทหาร ทำให้พัทยาเป็นเมืองที่มีสาธารณูปโภคครบถ้วน ผนวกกับที่เมืองพัทยาและเมืองอื่นๆในเขตภูมิภาคตะวันออก เป็นเมืองตากอากาศของผู้คนมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๕ เช่น บางแสน บางละมุงและพัทยา จึงส่งผลให้กลายเป็นจุดหมายสำคัญทางการท่องเที่ยว ปัจจุบันเมืองพัทยาเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยสามารถทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ ๓ ของประเทศ คิดเป็นรายได้ปีละ ๖๐,๐๐๐ ล้านบาท (เทศบาลเมืองพัทยา, ๒๕๕๗) ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารเมืองพัทยาจึงได้ประกาศนโยบาย หลักการ นำพาเมืองพัทยาสู่ความสมดุล (Balanced up) ๕ หลัก ๗ สร้าง ๑๓ ยุทธศาสตร์ ๑๔ นโยบายเร่งด่วน ภายใต้การบริหารความเสี่ยง (Risk management) เพื่อให้เมืองพัทยากลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าอยู่ อย่างแบบแผนและยั่งยืน (เทศบาลเมืองพัทยา, ๒๕๕๗)

ดังนั้น เพื่อให้การบริหารและการพัฒนาเมืองพัทยามีทิศทางการทำงานที่ชัดเจนสอดคล้องกับ
 แนวนโยบายของคณะผู้บริหารเมืองพัทยาได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและ

สิ่งแวดล้อมเพื่อให้เมืองพัทยาสามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน นายอิทธิพล คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยา จึงกำหนดนโยบายจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองพัทยา ๑๐ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๖๓) แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเมืองพัทยา ๕ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๘) และจัดทำแผนพัฒนาเมืองพัทยา ๓ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๖) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

๑. เพื่อให้การพัฒนาเมืองพัทยาเป็นไปอย่างมีทิศทาง มั่นคงและยั่งยืนโดยมีนโยบายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทั้งในระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว ที่ชัดเจนสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล กระทรวง จังหวัด และนโยบายของเมืองที่สอดคล้องและกลมกลืนและสามารถนำไปปฏิบัติได้ อย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาและเสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินทั้งในและนอกร้านให้แก่ประชาชนเมืองพัทยา ผู้มาประกอบธุรกิจ นักท่องเที่ยว และประชาชน ผู้สัญจรภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัด

๓. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการเพิ่มศักยภาพของชุมชน เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และอนุรักษ์ฟื้นฟูการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน นำไปสู่การพัฒนาตนเองและลดปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ

๔. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างให้ประชาชนเมืองพัทยาทุกคนได้รับการพัฒนาให้พร้อมทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา คุณธรรม จริยธรรม อารมณ์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีทักษะในการประกอบอาชีพ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรี

๕. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างความอุดมสมบูรณ์และคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นฐานของการดำรงชีวิตและความมั่นคงของการพัฒนาประเทศ รวมทั้งสร้างกลไกในการรักษาผลประโยชน์ของชาติและประชาชนในประเทศชาติ

๖. เพื่อให้มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ในการสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเมืองพัทยา โดยประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เมืองพัทยามีส่วนร่วมในการคิด ดำเนินการและพัฒนาเมืองพัทยา สามารถตรวจสอบถ่วงดุลการบริหารจัดการเมืองพัทยาได้

สิ่งสำคัญที่เพิ่มพูนรายได้ให้แก่เมืองพัทยาก็คือธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว ซึ่งในพื้นที่ริมชายหาดพัทยามีโรงแรมที่พักหลายระดับและจำนวนมาก รายได้ที่เข้ามาพร้อมกับธุรกิจการโรงแรม (Hospitality) นั้นคือธุรกิจอาหาร ท่องเที่ยว สถานบันเทิง ตลอดจนธุรกิจอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพราะพัทยามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาตลอดทั้งปี

แม้ว่าพัทยามีกิจกรรมต่างๆ มากมายที่เป็นการบริการสำหรับชาวต่างชาติ แต่รายได้จากกิจการโรงแรมที่พักมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่และกิจการโรงแรมในพัทยามีหลายระดับ และบุคลากรในโรงแรมจะสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และอาจมีการใช้ภาษาต่างประเทศอื่นด้วยเช่นรัสเซีย สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี

กล่าวเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสนั้น สถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่าง ปี พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๖ ซึ่งรายงานข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๕๖ โดยงานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๓) สรุปว่าการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ เติบโตดี จากสถิตินักท่องเที่ยวรายสัญชาติเดินทางเข้าไทยระหว่างเดือนมกราคม - เดือนธันวาคม พบว่าขยายตัวร้อยละ ๑๑.๐๙ หรือมีจำนวนทั้งสิ้น ๕๓๘,๓๒๗ คน เทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียดรายได้รวมมาดังนี้

ช่วงไตรมาสแรก ขยายตัวร้อยละ ๑๓ จากแรงสะสมของจำนวนนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นไตรมาส เนื่องจากเหตุอุทกภัยในไทยคลี่คลายสู่ภาวะปกติ ประกอบกับความต้องการเดินทางในฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง สังเกตได้จากยอดขายบัตรโดยสารเครื่องบินและแพคเกจทัวร์ จากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนมีนาคมพบว่าอยู่ในเกณฑ์ดี

ครึ่งช่วงไตรมาสที่สอง ขยายตัวร้อยละ ๑๕ นับเป็นการขยายตัวในระดับที่น่าพอใจแม้มีหลาย เหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในช่วงไตรมาสนี้ อาทิ การเลือกตั้งประธานาธิบดีคนใหม่ของฝรั่งเศส และ มหกรรมกีฬายูโรคัพ (Euro Cup 2012) ณ ประเทศยูเครนและประเทศโปแลนด์ ซึ่งทำให้ประชาชน ฝรั่งเศสที่อยู่ในวงการและกลุ่มจัดงานต้องติดตามและอยู่ทำงานในฝรั่งเศสเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ การเริ่มเปิดประเทศของประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ พม่าและกัมพูชา วิกฤตเศรษฐกิจ ปิดสนามบิน เมฆา จลาจล และปัญหาอุทกภัย นับเป็นโอกาสดีที่จะทำให้มีการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีต่อภูมิภาคและ ประเทศไทยมากขึ้น รายการโทรทัศน์ที่ความนิยมสูง เช่น ช่อง TF1 และ Perkin Express ทางช่อง M6 ได้เลือกสถานที่ อาทิ เกาะลันตา ในการถ่ายทำรายการทีวี

ช่วงไตรมาสที่สาม จำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตได้ดีตามที่คาดการณ์โดยขยายตัวร้อยละ ๙ แม้ ฝรั่งเศสยังคงต้องเผชิญกับการแก้ปัญหาด้านวิกฤติเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศยูโรโซน (Euro Zone) และมีการจัดการแข่งขันกีฬาหลายรายการภายในภูมิภาค โดยเฉพาะการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2012 ที่ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษมีการทำการตลาดดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Young Traveller) ใน ฝรั่งเศสต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามปัจจัยดังกล่าวมิได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาไทย เนื่องจากการ เดินทางไปท่องเที่ยวในอังกฤษต้องเตรียมงบประมาณในการเดินทางพอสมควรถึงแม้จะเป็น เพียงชั่วคราวหรือเส้นทางสั้นๆ ก็ตาม ประกอบกับแนวโน้มค่าเงินยูโรอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงินมากกว่า

ช่วงไตรมาสสุดท้าย การท่องเที่ยวเข้าไทยยังเป็นไปด้วยดี อีกทั้งมีวันหยุดยาวช่วงสิ้นปี ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวฝรั่งเศส โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัวนิยมเดินทางท่องเที่ยวก่อนถึงช่วงเทศกาลวันหยุดคริสต์มาส และปีใหม่ นอกจากนี้ รัฐบาลฝรั่งเศสได้ประกาศปฏิทินวันหยุดปีภาคเรียนปี ๒๕๕๕/๒๕๕๖ ให้มีวันหยุดเทศกาลทางศาสนา เพิ่มเป็น ๒ สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ ๒๗ ตุลาคม - ๑๑ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๕ (จากเดิม ๑๐ วัน) จึงส่งผลให้อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่เดินทางเข้าไทยเติบโตได้ดี

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวฝรั่งเศสที่เดินทางเข้าในประเทศไทยมีจำนวนมาก และเป็นที่มาของรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ปัญหาของการบริการที่เกิดขึ้นคือนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสไม่นิยมพูดและเขียนภาษาอังกฤษจึงก่อให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสาร ในขณะที่บุคลากรที่สามารถใช้ภาษาฝรั่งเศสในการสื่อสารในระดับท้องถิ่นมีจำนวนน้อยมาก (สุภาณี เคาภายน และคนอื่น, ๒๕๒๔)^{๑)}

ในเขตเมืองพัทยาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคมีโรงแรมที่สามารถใช้ภาษาฝรั่งเศสในการสื่อสารได้ ซึ่งหากได้รับการพัฒนาส่งเสริมการใช้ภาษาฝรั่งเศสในเขตเมืองพัทยาแล้ว ก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นการส่งเสริมบทบาทของภาษาฝรั่งเศสด้านการโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ จึงต้องเริ่มต้นจากการศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจโรงแรมในเขตเมืองพัทยา เพื่อสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในด้านต่างๆที่มีความจำเป็นจากมากไปหาน้อย และอาจมีการสร้างสื่อช่วยเพิ่มพูนทักษะในการสื่อสารภาษาฝรั่งเศสด้านการโรงแรมได้ในอนาคต

การศึกษาความต้องการจำเป็น (Needs assessment research) เป็นลักษณะการวิจัยแบบหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนพัฒนาองค์กรให้ดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้องและสามารถแก้ไขปัญหาได้ รวมทั้งเป็นเทคนิคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (สุวิมล ว่องวานิช, ๒๕๔๘) และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับความต้องการอธิบายเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นได้ ผลของ

การวิจัยจะนำไปสู่การสรุปให้เห็นข้อดีข้อด้อย ตลอดจนปัญหาต่างๆ ขององค์กร และสามารถหาทางแก้ไขได้ในที่สุด

งานศึกษาวิจัยเรื่อง “ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา” จึงเป็นการศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมเขตเมืองพัทยา โดยจะศึกษาจากแบบสอบถามที่สอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ๕๐ คน เป็นโรงแรมที่มีบุคลากรตั้งแต่ ๒๐๑ – ๓๐๐ คน (รายชื่อโรงแรมในเขตเมืองพัทยา, ๒๕๕๗)

๒. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาด้านความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมเป็นการศึกษาเบื้องต้นเพื่อประกอบการพัฒนาธุรกิจการโรงแรมให้มีความเป็นสากลมากขึ้น เพราะโรงแรมส่วนใหญ่ที่ได้มาตรฐานสากลมีการใช้ภาษาฝรั่งเศสด้วย นอกจากนี้หากพัฒนาทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศสแล้ว ก็จะทำให้เกิดความก้าวหน้าในกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาด้วย

๓. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา
๒. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา
๓. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจทางโรงแรมในเขตเมืองพัทยาโดยการใช้ภาษาฝรั่งเศส

๔. สมมติฐานของการศึกษา

โรงแรมในเขตเมืองพัทยามีความต้องการใช้ภาษาฝรั่งเศสในกิจการต่างๆ ของโรงแรมในด้านส่วนหน้าและห้องพักเป็นอย่างมาก เพราะต้องติดต่อกับลูกค้าที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสบ่อยครั้งกว่าส่วนอื่น

๕. ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

๑ ปี (ตุลาคม ๒๕๕๗ – กันยายน ๒๕๕๘)

๖. ขอบเขตของการวิจัย

๑. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรมในเขตพัทยาจำนวน ๑๐๐ คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ผู้บริหารและพนักงานโรงแรมในเขตพัทยาจำนวน ๕๐ คน

๒. ระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม ๘ สัปดาห์

๗. วิธีดำเนินการวิจัย

โดยการทำแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จำนวน ๕๐ ชุด

๘. ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

๘.๑ ประโยชน์ในเชิงวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ได้รับข้อมูลเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา เพื่อนำมาปรับปรุงรายวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการโรงแรม ของสาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส ภาควิชาภาษา ตะวันตก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

๘.๒ ประโยชน์ต่อสังคม

เพื่อนำข้อมูลเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา โดยนำเสนอต่อสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotel Association) และสมาคมการบริหารโรงแรมไทย (Thai Hotel & Hospitality Management Association) และนำเสนอต่อเทศบาลเมืองพัทยาเพื่อส่งเสริมธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวต่อไป

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ ๒ ของงานวิจัยเป็นการทบทวนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้ง ๔ ส่วน คือ ๑) ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองพัทยาและการเจริญเติบโตของพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยว ๒) เรื่องธุรกิจการโรงแรมและการแบ่งงาน ๓) แนวคิดเรื่องการศึกษาค้นคว้าความต้องการและพฤติกรรม ซึ่งจะเป็นทฤษฎีในการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จและบรรลุจุดมุ่งหมายของหน่วยงาน และ ๔) เรื่องการวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส

๑. เมืองพัทยาและการเจริญเติบโตของพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยว

๑.๑ ภูมิศาสตร์ที่ตั้งและประวัติการท่องเที่ยว

เมืองพัทยาในอดีตเป็นเพียงหมู่บ้านชาวประมงที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ห่างจากตัวเมืองชลบุรีประมาณ ๓๐ กิโลเมตร ลักษณะทางกายภาพเป็นแนวหาดทรายทอดตัวยาว อยู่ในวงล้อมของโค้งอ่าวครึ่งวงกลม ประมาณ ๓ กิโลเมตร ต่อมาชายหาดนาจอมเทียน ในปี พ.ศ. ๒๔๙๙ ราชการได้จัดตั้งเป็นสุขาภิบาลนาเกลือขึ้น ขณะนั้นหมู่บ้านชาวประมงพัทยายังอยู่นอกเขตสุขาภิบาล ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๐๗ จึงมีการขยายอาณาเขตสุขาภิบาล จากตำบลนาเกลือไปจนถึงเขตพัทยาใต้ รวมพื้นที่ในการปกครองประมาณ ๒๒.๒ ตารางกิโลเมตร (ปริญญา ขวลิขิตดำรง, ๒๕๔๗) ก่อนหน้าที่พัทยาคือเป็นที่รู้จักในฐานะชายหาดพักผ่อนนั้น คนทั่วไปรู้จักเพียงบางแสน เกาะสีชัง เท่านั้น เพราะเป็นแหล่งตากอากาศมาแต่ครั้งอดีต (เอนก นาวิกมูล, ๒๕๕๔)

สุจิตรา กาลจักร ทำวิจัยเรื่องพัทยา : จากวิถีชีวิตชุมชนชาวประมงสู่เมืองท่องเที่ยวระดับโลก
(สุจิตรา กาลจักร, ๒๕๕๗) สรุปว่าการพัฒนาของเมืองพัทยานั้นสามารถแบ่งได้ ๕ ยุค ตามบริบทของ
สังคมและนโยบายของรัฐ กล่าวคือ

ยุคแรกเป็นชุมชนดั้งเดิมที่ประกอบอาชีพประมง ด้วยเหตุที่พัทยาตั้งอยู่บริเวณโค้งอ่าวที่สามารถ
จอดเรือเพื่อหลบลมมรสุมได้ ทำให้ชาวประมงจำนวนมากเข้ามาตั้งถิ่นฐานชั่วคราวเพื่อหลบพายุ

ยุคที่สอง เป็นช่วงการสะสมทุนการท่องเที่ยวชายทะเลของเมืองพัทยา กล่าวคือในช่วง พ.ศ.
๒๔๙๐ - ๒๕๐๐ มีการบุกเบิกพื้นที่เมืองพัทยาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการก่อสร้างที่พักอาศัยและ
สิ่งสาธารณูปโภคเพิ่มเติมมากขึ้น ทำให้พัทยาเป็นเมืองที่มีความพร้อมในเรื่องถนน ไฟฟ้า ประปา ฯลฯ
มากกว่าเมืองอื่น หลังจากนั้นจึงเกิดการซื้อขายที่ดินในเขตพัทยาน่ามากขึ้น เพราะมีการตัดถนนต่อมาจาก
ถนนสุขุมวิท แม้ว่าเริ่มแรกนั้นผู้คนส่วนใหญ่จะรู้จักเพียงแค่หาดบางแสนเท่านั้นก็ตาม .โดยถนนสายแรก
ในพัทยา คือถนนสายพัทยา - นาเกลือ เริ่มตั้งแต่ตลาดนาเกลือตรงมาถึงชายทะเล บริเวณโรงแรมดุสิต
รีสอร์ท และโรงแรมอมารี ในปัจจุบัน มีการตัดถนนไปลงชายทะเลโดยตัดแบ่งเป็นซอย เช่น ซอย
วงศ์อำมาตย์ ซอยชวลิตฉำระ และซอยพิงผา เป็นต้น ถนนซอยเหล่านี้ทำขึ้นเพื่อให้เป็นทางเข้าไปยัง
บ้านพักตากอากาศ ซึ่งด้านหลังมักทำเป็นเหมือนบ้านพักตากอากาศที่ชายทะเลหัวหิน (ดุสิต ศิริวรรณ,
๒๕๒๐)

หลังจากที่การเดินทางมาพัทยาเจริญรุดหน้ายิ่งขึ้น เมืองพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวก็เป็นที่
รู้จักเพราะมีสิ่งสิ่งพิมพ์ต่างๆ นำเสนอความงดงามของชายหาดพัทยา แต่จุดเปลี่ยนสำคัญที่เป็น
จุดเริ่มต้นของเมืองท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติรู้จักเมืองพัทยา ก็คือราวปี พ.ศ. ๒๕๐๒ ซึ่งเป็นช่วงเวลา
ที่กองทัพสหรัฐอเมริกาส่งนายทหารอเมริกันหลายพันนาย เข้ามาขอใช้สนามบินอู่ตะเภา เป็นฐานที่มั่น
ประจำการ เพื่อส่งกองกำลังทหารอเมริกันเข้าร่วมรบในสงครามเวียดนาม ในช่วงวันหยุดราชการทหาร

อเมริกันจะนั่งรถบรรทุกทหาร เข้ามาพักผ่อนที่อ่าวพัทยา หลังจากนั้น ชื่อเสียงของเมืองพัทยา ก็เริ่มขจรไกลจากทหารอเมริกันไปสู่ชาวตะวันตกอื่นๆ (จิโรจน์ อาลี, ๒๕๔๖)

ยุคที่สาม เป็นช่วงเวลาของการจัดตั้งรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เพื่อตอบสนองการพัฒนาของเมืองและดำเนินตามนโยบายของรัฐในการสร้างความเจริญกับเมืองพัทยาให้มากขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๒๐ นักท่องเที่ยวจากตะวันตกเริ่มเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้เมืองพัทยาเติบโตขึ้นมาก โรงแรมใหม่ๆ ก็เกิดขึ้นตามลำดับตั้งแต่พัทยาเหนือ พัทยากกลางและพัทยาใต้ และขยายพื้นที่ต่อไปจนถึงหาดจอมเทียนซึ่งอยู่ถัดไปทางใต้

ยุคที่ ๔ คือการนำพัทยาไปสู่การเป็นเมืองอุตสาหกรรม มีการขยายโครงสร้างสาธารณูปโภค การตัดถนนเพิ่มขึ้น สร้างที่พักโรงแรมตลอดจนอาคารพาณิชย์ต่างๆ สอดคล้องกับการตั้งเมืองอุตสาหกรรมริมทะเลที่บริเวณอ่าวอุดมและแหลมฉบัง

ยุคที่ ๕ เป็นช่วงระยะเวลาที่พัทยาเปลี่ยนแปลงไปเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ตามนโยบายการท่องเที่ยวต่างๆ ของรัฐ เช่นโครงการอเมซิงไทยแลนด์ ในที่สุดพัทยาได้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวพิเศษ ภายใต้การกำกับขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) (อพท.) โดยเน้นพัฒนาศักยภาพให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางเข้ามาประกอบธุรกิจ การประชุมสัมมนา การพักผ่อน การรักษาโรค ฯลฯ

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าพัทยาเป็นเมืองที่มีความผูกพันกับทะเลมาตลอด และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง จากการเป็นเพียงหมู่บ้านที่ผลิตสินค้าทะเลสดและสินค้าทะเลตากแห้ง สู่อการเป็นเมืองที่รองรับการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการสร้างที่พัก สถานะยกรรมย์ สถานะบันเทิงต่างๆ มากขึ้นจนในที่สุดได้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกดังที่ปรากฏในปัจจุบัน

๑.๒ ธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวในพัทยา

จากข้อมูลที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวมีความเจริญก้าวหน้ามาก เป็นปัจจัยสำคัญที่นำเม็ดเงินเข้าสู่เมืองพัทยาและก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภคในรูปแบบต่างๆ เช่นการสร้างถนนสายใหม่ การวางระบบไฟฟ้า น้ำประปา อินเทอร์เน็ต การบำบัดน้ำเสีย และอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้สถิติที่เมืองพัทยารวบรวมไว้จึงแสดงให้เห็นว่าในช่วงระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๓ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพัทยากว่า ๑๘ ล้านคน

ตารางที่ ๑ สถิติผู้เยี่ยมชมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวพัทยา (เทศบาลเมืองพัทยา, ๒๕๕๗)

ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมชมเยือนพัทยา / รายได้ (นักท่องเที่ยว + นักทัศนาจร)	
	ผู้เยี่ยมชมเยือนพัทยา	รายได้ (ล้านบาท)
๒๕๕๐	๖,๖๘๐,๖๕๘	๕๙,๓๔๗.๖๑
๒๕๕๑	๕,๖๓๔,๐๘๘	๖๒,๙๖๗.๘๑
๒๕๕๒	๔,๓๐๕,๙๙๘	๔๔,๖๕๗.๙๗
๒๕๕๓ (ม.ค. - ก.ย.)	๓,๔๐๕,๖๒๒	๑๕,๑๒๓.๑๗

จากตารางข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถิติผู้ที่เดินทางมาเที่ยวพัทยาในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๐ - ๒๕๕๓ จะเห็นว่ามีย่านเกิน ๓ ล้านคนต่อปี และไม่ลดลงมากนัก มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า ๔๐ ล้านบาทต่อปี ซึ่งนับว่ามีจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวหรือเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ เพราะพัทยามีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งเพื่อความพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อสุขภาพอนามัย และเพื่อการลงทุนต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพัทยาดังกัน ส่วนใหญ่แล้วเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาที่พัทยาก็จะใช้บริการโรงแรมซึ่งมีจำนวนมาก และพักอยู่ในช่วงระยะเวลาที่ต่างกันด้วย

ตารางที่ ๒ ข้อมูลสถานพักแรมตามแหล่งท่องเที่ยวเมืองพัทยา (เทศบาลเมืองพัทยา, ๒๕๕๗)

ปี พ.ศ.	จำนวนที่พัก(แห่ง)	จำนวนห้อง	วันพักเฉลี่ย (วัน)	อัตราการเข้าพัก (%)	จำนวนคนเข้าพัก		รวม
					คนไทย	ต่างชาติ	
๒๕๕๑	๓๖๐	๓๘,๕๕๐	๓.๒๕	๔๑.๑๓	๘๓๐,๔๙๗	๒,๕๘๙,๕๙๔	๓,๔๒๐,๐๙๑
๒๕๕๒	๓๖๐	๓๘,๕๕๐	๓.๐๑	๓๓.๒๓	๙๘๐,๖๓๕	๒,๕๑๒,๘๗๑	๓,๔๙๓,๕๐๖
๒๕๕๓	๓๖๘	๓๘,๗๒๙	๒.๓๖	๓๒.๙๙	๑,๐๑๓,๔๗๖	๒,๙๙๔,๑๔๗	๔,๐๐๗,๖๒๓

จากข้อมูลจำนวนห้องพักในเขตเมืองพัทยา จะเห็นว่ามีโรงแรมที่พักกว่า ๓๕๐ แห่ง และมีจำนวนห้องพักกว่า ๓๘,๐๐๐ ห้อง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบ ๓ ล้านคน เข้าพักต่อปี ซึ่งรายได้จากการพักค้างคืนที่พัทยาคือเป็นส่วนหนึ่งของเงินรายรับเมืองพัทยา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ ๓ รายรับ - รายจ่ายของเมืองพัทยาพ.ศ. ๒๕๔๙ - ๒๕๕๓ (เทศบาลเมืองพัทยา, ๒๕๕๗)

รายการ	ปี ๒๕๔๙	ปี ๒๕๕๐	ปี ๒๕๕๑	ปี ๒๕๕๒	ปี ๒๕๕๓
รายรับ	๒,๘๗๐,๗๕๒,๘๑๑.๒๓	๒,๙๙๗,๓๘๘,๒๘๕.๐๙	๒,๘๙๗,๕๔๖,๔๙๒.๑๖	๒,๖๐๖,๐๔๓,๖๗๗.๖๙	๒,๖๗๒,๔๐๙,๑๑๒.๘๖
รายจ่าย	๒,๖๘๑,๒๑๗,๒๐๐.๑๐	๒,๖๘๖,๒๒๐,๓๕๔.๕๕	๒,๖๓๖,๒๑๔,๔๐๘.๗๖	๒,๕๓๖,๙๕๕,๗๖๘.๓๕	๒,๔๗๕,๔๐๙,๕๕๓.๑๒

นอกจากข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและตัวเลขสถิติแล้ว ผู้วิจัยพบว่ามีกรให้ความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวในพัทยา และภาพรวมของประเทศด้วย โดยบทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ปี ๒๕๕๓ โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีเนื้อหาส่วนหนึ่งเกี่ยวกับการโรงแรมในเมืองพัทยา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๔) สรุปได้ดังนี้

ธุรกิจการโรงแรมในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เพราะแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น จาก ๗.๒๒ ล้านคนในปี พ.ศ. ๒๕๔๐ มาเป็น

๑๔.๑๕ ล้านคนในปีพ.ศ. ๒๕๕๒ หรือเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ ๗.๓๔ ต่อปี โดยมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อนักท่องเที่ยวรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ ๑๒.๒ ในปี พ.ศ. ๒๕๔๐ เป็นร้อยละ ๑๔.๘ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านการเมืองมีผลอย่างมากต่อธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว เพราะอัตราการจูงใจของนักท่องเที่ยวลดลง ก่อให้เกิดอัตราการแข่งขันระหว่างโรงแรม รีสอร์ท เพิ่มขึ้นด้วย

ข้อมูลที่ได้จากบทวิเคราะห์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเมืองพัทยา นั้นพบว่านักท่องเที่ยวที่มาพัทยามีค่าใช้จ่ายต่อคนประมาณ ๓,๐๐๐ บาทต่อวัน โดยทั่วไปสถานการณ์การท่องเที่ยวของพัทยาในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวชาวอินเดียกำลังนิยมมาเที่ยวพัทยา มีปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวรัสเซีย ปัญหาทางการเมืองที่ผ่านมามีผลกระทบต่อมากกับนักท่องเที่ยวจากเอเชีย เช่น จีน ใต้หวัน และฮ่องกง ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๓ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีเริ่มกลับมาท่องเที่ยวพัทยาอีกครั้ง ด้านตลาดนักท่องเที่ยวเดิม เช่น เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศสยังมีปริมาณนักท่องเที่ยวทรงตัว ทั้งนี้ ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุว่า ที่ผ่านมามีตลาดเอเชีย เช่น จีน เกาหลี มีปัญหามีนักท่องเที่ยวเข้าน้อย ซึ่งปกติในช่วง Low Season นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเริ่มเข้ามาท่องเที่ยว แต่หลังจากการเมืองได้คลี่คลาย ทำให้มีการจองทัวร์เข้ามามากขึ้น ประกอบกับเริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเข้ามาท่องเที่ยวในช่วง High Season ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ พัทยายังมีนักท่องเที่ยวแถบตะวันออกกลางมาเที่ยวด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมาหลายรอบ และมีระยะเวลาในการมาพักคราวละมากกว่า ๑๐ วัน ด้านผู้ประกอบการโรงแรมระบุว่าในช่วง ๓ - ๕ ปีที่ผ่านมา ตลาดการจัดประชุมได้รองรับกลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศจำนวนมาก เช่น การประชุมแพทย์เฉพาะทาง การประชุมผู้ถือหุ้นบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งผลจากสถานการณ์ทางการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวในส่วนนี้ลดลง ปัจจุบันภาคเอกชนได้สร้างและพยายามหาตลาดอื่นมาทดแทนตลาดประเทศเพื่อนบ้าน หรือตลาด MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) คือการเดินทางเข้ามาเพื่อจัดอบรม

สัมมนา จัดแสดงงานนิทรรศการ หรือเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงาน ซึ่งกลุ่มลูกค้าในส่วนนี้จะขาดหายไปประมาณ ๓ ปี โอกาสที่จะกลับเข้ามาท่องเที่ยวอีกครั้งค่อนข้างยาก หากเกิดวิกฤติการณ์ซ้ำอีกจะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่กลับมาท่องเที่ยวอีก ด้านตลาดที่ขยายตัวไปอย่างช้าๆ หรือตลาด Intensive ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ซึ่งต่างประเทศไม่ใส่ใจเรื่องราคา ส่วนตลาดกลางที่น่าสนใจคือ ตลาดการแต่งงานของชาวอินเดีย ซึ่งมีระยะเวลาในพิธีหลายวันอย่างน้อย ๕ - ๗ วัน ในการมาแต่งงานที่พัทยาบ่อยครั้งจะเช่าเหมาลำพาครอบครัวมาด้วย รวมถึงการนำพ่อครัวมาประกอบอาหารเช่นกัน

ด้านตลาดในประเทศ ผู้ประกอบการโรงแรมที่พัทยาได้เสนอให้สร้างศูนย์ประชุมขนาด ๑๐,๐๐๐ คน เพื่อรองรับกลุ่มตลาดธุรกิจระดับกลาง เช่น แอมเวย์ เอไอเอ ที่มักจัดประชุมพนักงานเจ้าหน้าที่และบุคลากร เพื่อให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดกิจกรรมการกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเที่ยวพัทยาเพิ่มขึ้น ผลของกิจกรรมส่งผลให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น พิจารณาได้จากปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ นอกจากนั้น เมืองพัทยายังร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยออก Road Show ในภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเสนอให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเช่นองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) จัดสัมมนาโดยเลือกพัทยาเป็นสถานที่จัดประชุม ผู้ประกอบการและเมืองพัทยามีความเห็นให้หน่วยงานภาครัฐเพิ่มค่าที่พักแรม ค่าอาหารและค่าอาหารว่าง เพื่อลดความยากลำบากในการทำงาน ลดคอร์รัปชัน และสร้างมาตรฐานและการบริหารงานโรงแรมให้อยู่ในมาตรฐานที่ดีอีกทางหนึ่ง

ส่วนด้านกลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศ ผู้บริหารเมืองพัทยาได้ร่วมกับสื่อต่างๆ เช่น FTV ช่อง Fashion TV การประกวด Cat Walk โดยทางผู้บริหารเมืองพัทยาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ไปร่วมงานที่ประเทศรัสเซีย อินเดีย เป็นต้น

จากผลการวิจัยของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถสรุปปัญหาหลักของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๕๔) ได้ดังนี้

๑. ปัญหาด้านภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาคือเมืองท่องเที่ยวที่เน้นการขายประเพณีหรือกรณีการรีดไถนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปลดลง เมืองพัทยาคงควรปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ แทนที่ภาพลักษณ์ด้านลบเดิม ซึ่งเมืองพัทยาได้พยายามเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของพัทยาใหม่ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้น เช่น จัดทำโครงการด้านสิ่งแวดล้อม Car free day แสดงถึงการให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปัญหาในเรื่องของเสน่ห์ความเป็นไทย (Thainess) หายไป

๒. ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เมืองพัทยามีการขยายตัวของเมืองค่อนข้างสูง ความหนาแน่นของประชากรมาก ส่งผลให้ระบบสาธารณูปโภคประสบปัญหา ส่งผลกระทบต่อเนื่องในด้านอื่น เช่น ขาดแรงงานในการจัดเก็บ เป็นต้น ปัจจุบันมีผู้สนใจลงทุนเสนอโครงการเพื่อแก้ปัญหาด้วยมูลค่าการลงทุนประมาณ ๑,๐๐๐ ล้านบาท ด้านปัญหาขยะบริเวณชายหาดและในทะเล ทางเมืองพัทยาระบุว่าเป็นขยะที่เกิดจากกระแสน้ำที่มาจากอำเภอบางประกง ซึ่งทางเมืองพัทยาได้จัดการจัดเก็บขยะอย่างต่อเนื่อง โดยลงนามข้อตกลงกับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเพื่อขายขยะและนำไปเป็นแหล่งผลิตไฟฟ้าต่อไป ปัจจุบันพัทยาใช้น้ำประปาจากอำเภอสัตหีบ และจากอ่างเก็บน้ำมาบประชัน เป็นหลัก ทางเมืองพัทยาได้หารือกับกรมชลประทานแล้วทราบว่า ปริมาณฝนที่ตกมีจำนวนมากแต่น้ำไม่ลงบ่อ การที่มีโรงแรมเพิ่มขึ้นมาก อาจก่อให้เกิดปัญหาได้ในอนาคต ทั้งนี้ทางผู้ประกอบการระบุว่าคุณภาพประปาปัจจุบันยังใช้ไม่ได้ ด้านกระแสไฟฟ้าที่ได้รับในหลายๆ ครั้ง มีการปล่อยกระแสไฟฟ้าสูงกว่าปกติ ทำให้เกิดปัญหาไฟเกิน กระตุก ทางผู้ประกอบการโรงแรมต้องแก้ปัญหาโดยการติดตั้งเครื่องสำรองไฟ (UPS) ที่มีราคาสูงมากไว้ป้องกันปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังเสนอให้พัทยามีระบบไฟฟ้าใต้ดินเพื่อความสวยงามมี ส่วน

ปัญหาด้านการจราจรที่พยามีปริมาณรถมากทั้งวัน อีกทั้งปัญหาจราจรยังเกิดจากรถสองแถวสาธารณะ
ที่ให้บริการมีจำนวนกว่า ๗๐๐ คัน ซึ่งปัจจุบันเมืองพัทยาได้จัดระเบียบแบ่งรอบการเดินรถออกเป็นสายสี
เหลืองกับสายสีแดง เพื่อบรรเทาปริมาณรถบนท้องถนน นอกจากนั้นทางเมืองพัทยายังอยู่ระหว่าง
การศึกษาการจัดทำรถไฟฟ้าโมโนเรล (Monorail) เพื่อเป็นระบบขนส่งมวลชนอีกทางเลือกหนึ่งของ
พัทยา

๓. ปัญหาด้านความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ต้องทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ติดคลองวงจรร
ปิดไว้ที่หน้าสถานประกอบการ นอกเหนือจากที่เมืองพัทยาได้จัดงบประมาณไว้ เพื่อความสะดวกในการ
ดำเนินการด้านอาชญากรรมต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในส่วนนี้ขึ้นอยู่กับแนวปฏิบัติของผู้
กำกับกรเมืองพัทยาที่มารับผิดชอบขณะนั้น หากมีผู้กำกับตีความปลอดภัยจะเพิ่มขึ้น

๔. ปัญหาด้านสาธารณสุข พัทยามีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดสล้มย่อยๆ
จำนวนมาก ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ใช่คนเมืองพัทยา ทำให้เป็นแหล่งแพร่เชื้อโรค

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับนี้ เน้นที่
การลงทุนในเชิงธุรกิจการโรงแรมและการบริการต่างๆ เพื่อสะท้อนปัญหาของเมืองพัทยา จึงมีได้เน้นที่
การสำรวจความต้องการการใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการพัฒนาธุรกิจการโรงแรมแต่อย่างใด

๒. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจการโรงแรม

๒.๑ คำนิยามของคำว่าโรงแรมและที่พัก

ความหมายของคำว่า "โรงแรม" ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. ๒๕๓๘ มาตรา ๓ หมายถึง
บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พัก
ชั่วคราว (สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๔) ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงชื่อ
เรียกที่พักประเภทต่างๆ ด้วย เช่น รีสอร์ท บ้านพักตากอากาศ บังกะโล เกสต์เฮาส์ รวมทั้งหมาย

รวมถึงสถานที่ให้บริการต่างๆ เพื่อความสะดวกสบาย เช่นบริการอาหาร เครื่องดื่ม ชักกรีด ขายของที่ระลึก ก็เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรมหรือธุรกิจการโรงแรมทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ดีเมื่อกกล่าวถึงโรงแรมแล้ว คนทั่วไปจะนึกถึงที่พักแรมชั่วคราวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางนั้นๆ (สุพิตรา สร้อยเพชร, ๒๕๕๓ หน้า ๓๓)

เฮนคิน (Henkin, ๑๙๗๙ : ๓ - ๔ อ้างในจิตตินันท์ นันทไพบุลย์, ๒๕๕๕ หน้า ๒๔ - ๒๕)

ได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น ๓ ประเภท

๑. โรงแรมเพื่อการพาณิชย์หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels)

โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ในเมืองเพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าวเป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเช่าอยู่เป็นที่พักประจำสำหรับการประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อาศัย โรงแรมเพื่อการพาณิชย์หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำดังกล่าวแล้ว จะจัดบริการความสะดวกสบายต่างๆ แก่แขกอย่างพร้อมเพียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ เช่น การส่งจดหมาย โทรเลข หรือระบบการสื่อสารอื่นๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและการออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ

๒. โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้แขกเช่าพักอาศัยอยู่ประจำ มีการจัดห้องอาหารบริการแก่แขกและลูกค้าทั่วไป โดยปกติแล้วจะตั้งอยู่ในบริเวณชานเมืองเพื่อเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย หรือบางแห่งตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ

๓. โรงแรมรีสอร์ท (Resorts Hotel) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น ชายทะเล หรือบริเวณภูเขา ทั้งนี้เพื่อให้แขกได้พักผ่อน สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง โรงแรมประเภทนี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกมาก เพื่อตอบสนองความต้องการทุกประเภททั้งการทำงาน การพักผ่อน การพาณิชย์ ฯลฯ ในปัจจุบันยังมีการตอบสนองลูกค้าเพื่อการประชุม สัมมนา (Meeting) การจัดงานเที่ยวแบบให้รางวัล (Incensive Tour) เพิ่มปริมาณมากขึ้น

๑. การแบ่งตามขนาดโรงแรม (Hotel Size) การแบ่งตามขนาดของโรงแรม สามารถนับได้จากจำนวนห้องพัก ซึ่งมาสามารถแยกได้เป็น ๔ ขนาด คือ

- ห้องพักที่มีจำนวนต่ำกว่า ๑๕๐ ห้อง
- ห้องพักระหว่าง ๑๕๐ – ๒๙๙ ห้อง
- ห้องพักระหว่าง ๓๐๐ – ๕๙๙ ห้อง
- ห้องพักระหว่าง ๖๐๐ ห้องขึ้นไป

๒. การแบ่งตามเป้าหมายด้านการตลาด (Hotel Target Markets) เป้าหมายด้านการตลาดของโรงแรมมีหลายประเภท แต่ที่สำคัญอาจแบ่งได้ดังนี้

๒.๑ โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels)

๒.๒ โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ติดกับบริเวณสนามบิน เป้าหมายของลูกค้า คือนักเดินทางที่ต้องการพักเพื่อเปลี่ยนเครื่องบินหรือผู้โดยสารที่ถูกยกเลิกเที่ยวบิน และรวมทั้งพนักงานของสายการบินซึ่งต้องการที่พักใกล้สนามบิน

๒.๓ โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels) โรงแรมห้องชุดเป็นโรงแรมที่หรูหราและอำนวยความสะดวก

- สะดวกสบายแก่แขกเป็นอย่างยิ่ง เพราะได้จัดห้องพัก ห้องรับแขก แยกออกจากกัน นอกจากนี้ยังมีห้องประชุมขนาดเล็กจัดไว้บริการแขกควบคู่กับห้องพัก

๒.๔ โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels)

๒.๕ โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels)

๒.๖ โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast) โรงแรมประเภทนี้บางที่เรียกว่า “บี แอนด์ บีส์” (B and Bs) ทั้งนี้เพราะคิดค่าบริการควบคู่กับอาหารเช้า ลักษณะของโรงแรมมีขนาดเล็ก ประมาณ ๒๐ – ๓๐ ห้อง การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าโรงแรมเพื่อการพาณิชย์

๒.๗ โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel) โรงแรมประกอบด้วยห้องชุดซึ่งมีห้องนอน ห้องน้ำ ห้องรับแขก ห้องอาหารและห้องครัว เจ้าของห้องชุดมิได้พักประจำในที่พักดังกล่าวแล้ว จึงได้มอบหมายให้หน่วยธุรกิจจัดการให้บุคคลอื่นแบ่งเช่าพักอาศัยชั่วคราวแบบโรงแรมทั่วไป อาจเรียกโรงแรมประเภทนี้ว่า โรงแรมแบ่งเวลาเช่าพัก (Time – Share Hotels) โดยทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ในการก่อสร้างโรงแรมดังกล่าวแล้ว ก็เพื่อการพักผ่อนตากอากาศ ดังนั้นโรงแรมจึงอยู่ในเขตพื้นที่ชายทะเลเป็นส่วนมาก

๒.๘ โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels) โรงแรมบ่อนการพนันจัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของแขกในการเล่นการพนัน

๒.๙ ศูนย์ประชุม (Conference Centers) ศูนย์ประชุมมีเป้าหมายในการรับแขกเพื่อการประชุมสัมมนาโดยเฉพาะ ดังนั้นต้องจัดห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการประชุมอย่างพร้อมเพรียง

๓. การแบ่งตามระดับการบริการ (Levels and Service) การแบ่งโรงแรมตามระดับคุณภาพของการบริการ แบ่งได้ ๓ ประเภทดังนี้ (นงศันุช ศรีธนาอนันต์, ๒๕๔๘ หน้า ๓๑ – ๓๒)

๓.๑ การบริการระดับโลก (World – Class Service) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับแขกระดับบุคคลสำคัญของประเทศ หรือบุคคลสำคัญของโลก นักธุรกิจผู้มั่งคั่ง และบุคคลผู้มีชื่อเสียงอื่นๆ ค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ก็สอดคล้องกับบริการและความสะดวกสบายต่างๆ ที่แขกได้รับ ห้องพัก ห้องรับแขก ห้องอาหาร ห้องน้ำ ต้องตกแต่งอย่างสวยงาม และใช้เครื่องประดับตกแต่งที่ค่อนข้างหรูหรา ราคาแพง เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินในการบริการ เครื่องมือสื่อสารทางด้านการติดต่อธุรกิจ และการบันเทิงต้องจัดเตรียมให้แขกในห้องพัก

สำหรับแขกบุคคลสำคัญ (Very Important Person ; VIP) โรงแรมอาจต้องจัดให้มีการลงทะเบียนในห้องพัก และจัดเลขานุการส่วนตัว สำหรับบริการทางด้านธุรกิจให้แก่แขก เลขานุการ

๒.๗ โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel) โรงแรมประกอบด้วยห้องชุดซึ่งมีห้องนอน ห้องน้ำ ห้องรับแขก ห้องอาหารและห้องครัว เจ้าของห้องชุดมิได้พักประจำในที่พักดังกล่าวแล้ว จึงได้มอบหมายให้หน่วยธุรกิจจัดการให้บุคคลอื่นแบ่งเช่าพักอาศัยชั่วคราวแบบโรงแรมทั่วไป อาจเรียกโรงแรมประเภทนี้ว่า โรงแรมแบ่งเวลาเช่าพัก (Time – Share Hotels) โดยทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ในการก่อสร้างโรงแรมดังกล่าวแล้ว ก็เพื่อการพักผ่อนตากอากาศ ดังนั้นโรงแรมจึงอยู่ในเขตพื้นที่ชายทะเลเป็นส่วนมาก

๒.๘ โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels) โรงแรมบ่อนการพนันจัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของแขกในการเล่นการพนัน

๒.๙ ศูนย์ประชุม (Conference Centers) ศูนย์ประชุมมีเป้าหมายในการรับแขกเพื่อการประชุมสัมมนาโดยเฉพาะ ดังนั้นต้องจัดห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการประชุมอย่างพร้อมเพียง

๓. การแบ่งตามระดับการบริการ (Levels and Service) การแบ่งโรงแรมตามระดับคุณภาพของการบริการ แบ่งได้ ๓ ประเภทดังนี้ (นงศินุช ศิริธนาอนันต์, ๒๕๔๔ หน้า ๓๑ – ๓๒)

๓.๑ การบริการระดับโลก (World – Class Service) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับแขกระดับบุคคลสำคัญของประเทศ หรือบุคคลสำคัญของโลก นักธุรกิจผู้มั่งคั่ง และบุคคลผู้มีชื่อเสียงอื่นๆ ค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ก็สอดคล้องกับบริการและความสะดวกสบายต่างๆ ที่แขกได้รับ ห้องพัก ห้องรับแขก ห้องอาหาร ห้องน้ำ ต้องตกแต่งอย่างสวยงาม และใช้เครื่องประดับตกแต่งที่ค่อนข้างหรูหรา ราคาแพง เพื่อให้เกิดความสุขสบายในการบริการ เครื่องมือสื่อสารทางด้านการติดต่อธุรกิจ และการบันเทิงต้องจัดเตรียมให้แขกในห้องพัก

สำหรับแขกบุคคลสำคัญ (Very Important Person ; VIP) โรงแรมอาจต้องจัดให้มีการลงทะเบียนในห้องพัก และจัดเลขานุการส่วนตัว สำหรับบริการทางด้านธุรกิจให้แก่แขก เลขานุการ

ส่วนตัวอาจจะต้องทำหน้าที่บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือช่วยเหลือแขกด้านอื่นๆ ถ้าโรงแรมไม่จัดพนักงานรับใช้ให้แก่แขก

๓.๒ การบริการระดับกลาง โรงแรมประเภทมีเป้าหมายในการรับแขกทั่วไป ทั้งนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวรายบุคคล และหมู่คณะ โดยโรงแรมจะลดราคาให้แก่แขกประเภทข้าราชการ นักการศึกษา บริษัทนำเที่ยว แขกพักเป็นหมู่คณะ และประชาชนอาวุโส (Senior Citizens) เป็นอัตราพิเศษ ส่วนการบริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ อาจลดน้อยกว่า โรงแรมที่มีการบริการระดับโลก

๓.๓ การบริการระดับประหยัด (Economy or Limited Service) โรงแรมประเภทนี้เก็บ

ค่าบริการถูกกว่าโรงแรม ๒ ประเภทดังกล่าวแล้ว การบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่อุปกรณ์ในเรื่องความสะดวกสบายมีน้อยกว่า โรงแรมเน้นเกี่ยวกับเรื่องความสะดวกสบาย ห้องพักราคาประหยัด และการจัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานให้แก่แขกอย่างครบถ้วน แต่ไม่หรูหราหรือเป็นวัสดุอุปกรณ์ราคาแพง เช่น ในห้องน้ำ มีสบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว ฯลฯ ในห้องนอน มีโทรทัศน์ วิทยุ ให้บริการแขกเพื่อให้เกิดเพลิดเพลิน งดการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในห้องพัก แขกต้องรับประทานที่ห้องอาหารของโรงแรม เป็นต้น

๔. การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation) (จิตตินันท์ นันทไพบุลย์, ๒๕๕๕ หน้า ๓๑ - ๓๓) การจัดแบ่งโรงแรมในลักษณะนี้ สามารถแยกได้ออกเป็น ๒ ประเภท คือ โรงแรมที่บริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) และโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

๔.๑ โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) โรงแรมประเภทนี้ บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่นๆ จึงทำให้มีความคล่องตัว และมีอำนาจในการบริหารงาน สามารถปรับทิศทางในการบริหารสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ได้สะดวกแต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสบการณ์ในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และ การขยายธุรกิจในอนาคต

๔.๒ โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมเครือข่ายจัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๔.๒.๑ การบริหารโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ ทรัพย์สิน การบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด มีระบบการบริหารงานในโรงแรมเครือข่ายทั้งหมด เป็นแนวทางเดียวกัน และใช้ชื่อเดียวกันทุกสาขา

๔.๒.๒ การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) การบริหารงานใน ลักษณะนี้ เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริการโรงแรมแบบเครือข่าย ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของ บุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย ทั้งนี้เพราะระบบเครือข่ายมี บุคลากรที่มีความสามารถ การจัดวางระบบงานที่ดี มีข้อได้เปรียบด้านการตลาด และการส่งเสริมการ ขาย นอกจากนี้ในด้านการเสนอโครงการกู้ยืมเงินเพื่อสร้างโรงแรม หากการบริหารงานโดยผ่านระบบ เครือข่ายธนาคาร หรือองค์กรธุรกิจด้านการลงทุนก็อนุมัติโครงการได้ง่ายขึ้น เพราะมีความมั่นใจในการ บริหารงาน ดังนั้น การที่ผู้ลงทุนทางด้านการโรงแรม ต้องเสียผลประโยชน์จากรายได้ส่วนหนึ่งในกำไร ประกอบธุรกิจให้แก่ ผู้บริหารโรงแรมในระบบเครือข่าย ก็คุ้มค่าในการลงทุน และลดความเสี่ยงของธุรกิจ

๔.๒.๓ การบริหารงานแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) คำว่า แฟรนไชส์ หมายถึง สิทธิพิเศษที่บริษัทแม่มอบให้แก่ผู้ที่เข้าร่วมกิจการหรือเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ เจ้าของธุรกิจดังกล่าวแล้ว ไม่ใช่ผู้แทนจำหน่ายและไม่ใช่งาน แต่เป็นผู้บริหารงาน โดยใช้เครื่องหมายการค้า สินค้า หรือบริการ ระบบงานและข้อบังคับต่างๆ ของบริษัทแม่เจ้าของธุรกิจ หรือบริษัทในเครือ ต้องจ่ายค่าสมาชิก ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสัญญา และเงินทุนประกอบการตามข้อตกลง (ธานี ปิติสุข, ๒๕๓๕ : ๒๔ - ๒๕)

ในด้านการโรงแรม ระบบแฟรนไชส์จะวางระบบการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวาง แผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาดออกแบบในการตกแต่งโรงแรม การใช้วัสดุอุปกรณ์ และการวาง ระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์มีสิทธิ และอำนาจในการจัดการ แต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลงซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์ (จิตตินันท์ นันทไพบุลย์, ๒๕๕๕ หน้า ๓๒) โดย สรุบบระบบแฟรนไชส์จะให้บริการ ๓ ประการ คือ ประการที่หนึ่งวางระบบการบริหาร และพัฒนาบุคลากร ประการที่สอง จัดวางระบบการตกแต่งร้านให้ได้มาตรฐาน และประการที่สาม ช่วยเหลือด้านการตลาด

๒.๒ ระบบการบริหารโรงแรม

ระบบการบริหารโรงแรม มีวัตถุประสงค์ในการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การแจกแจง รายละเอียดของงานที่ต้องกระทำการประสานงาน การร่วมมือกันทำงานในแต่ละฝ่าย เพื่อให้งานบรรลุ ตามเป้าหมายที่วางไว้ งานโรงแรมอาจแบ่งพนักงานตามการปฏิบัติหน้าที่ออกได้ ๒ ประเภท คือ หน้าที่ ต้องติดต่อกับแขกโดยตรง (Line Functions) ได้แก่ พนักงานในแผนกต้อนรับ แผนกห้องพัก และฝ่าย บริการอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน (Staff Functions) หรือฝ่ายที่อยู่เบื้องหลังฉาก (Behind - the - Scenes) พนักงานเหล่านี้ไม่ได้สัมผัสกับแขกโดยตรง แต่มีส่วนจัดเตรียมงานเพื่อแขก โดยส่งผ่านพนักงานส่วนหน้า พนักงานช่วยสนับสนุน ได้แก่ พนักงาน แผนกช่าง แผนกปรุงอาหารแผนก ซักรีด แผนกทำความสะอาด เป็นต้น (Denney G. and Michael J., 2007 : 69 – 89)

แผนภูมิการแบ่งงานออกเป็นแผนกต่างๆ ของโรงแรม (นงคินุช ศรีรัตนอนันต์, ๒๕๔๘ หน้า ๖๒)

งานแผนกต่างๆ ของโรงแรม (Operating Departments)	
งานส่วนหน้าบ้าน (Fron -of-the House)	งานส่วนหลังบ้าน (Back - of- the House)
- งานบริการสัมภาระและการรับใช้ (Door, bell and valet attendants)	- งานบัญชี (Accounting)
- งานส่วนหน้า (Front desk)	- งานเตรียมอาหาร (Food preparation)
- งานแม่บ้าน (Housekeeping)	- งานเก็บของในคลังพัสดุ (Storage)
- งานจองห้องพัก (Reservation)	- งานล้างจาน (Dish washing)
- งานภัตตาคาร (Restaurants)	- งานรักษาความปลอดภัย (Security)
- งานบาร์ (Bars)	- งานช่าง/งานบำรุงรักษา Engineering/maintenance)
- งานจัดเลี้ยง (Banquet rooms)	- งานซักรีด (Laundry)
- งานประชุม (Meeting rooms)	- งานบุคคล (Personnel)
- งานอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ (Recreational facilities)	- งานฝึกอบรม (Training)

ภาระงานต่างๆ ดังกล่าวแล้ว สามารถอธิบายหน้าที่โดยแบ่งออกเป็นงานส่วนหน้าบ้านและงานส่วนหลังบ้าน ได้ดังนี้

๑. งานส่วนหน้าบ้าน งานส่วนหน้าบ้านเป็นงานซึ่งพนักงานต้องสัมผัสกับแขก หรือลูกค้า โดยตรง ณ จุดรับบริการ (Service Interface Station) และจุดนี้เองพนักงานต้องส่งมอบบริการ (Service Delivery) ให้แก่แขกเพื่อให้เกิดความประทับใจให้มากที่สุด (วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, ๒๕๔๓ : ๖๒) งานส่วนหน้าบ้านประกอบด้วยงานต่อไปนี้

๑.๑ งานบริการสัมภาระ และการรับใช้ เริ่มต้นตั้งแต่บริการรับและส่งแขกจากสถานีขนส่ง เช่น สนามบิน สถานีรถไฟมายังโรงแรม แล้วบริการขนสัมภาระ เปิดประตู เพื่อนำแขกมาลงทะเบียนเข้าพัก ต่อจากนั้นก็ช่วยนำสัมภาระแขกจัดส่งเข้าห้องพักหรือช่วยขนสัมภาระเมื่อแขกออกจากโรงแรม นอกจากนี้ บางโรงแรมยังจัดให้มีพนักงานรับใช้ส่วนตัวแขกอีกด้วย

๑.๒ งานส่วนหน้า มีหน้าที่ลงทะเบียนให้แขกผู้เข้าพักให้ข้อมูลข่าวสารแก่แขก ดูแลรักษากุญแจห้องพักแขก เป็นจุดที่แขกสามารถติดต่อสอบถาม หรือขอความช่วยเหลือต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นหน่วยประสานงานกับแผนกต่างๆ ของโรงแรมด้วย

๑.๓ งานแม่บ้าน มีหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาด ทั้งบริเวณห้องพัก และพื้นที่สาธารณะในโรงแรม (Public Area) ซึ่งแขกใช้ร่วมกัน เช่น ห้องโถง (Lobby) สระน้ำ ห้องน้ำ การดูแลผ้าทุกชนิดในโรงแรม การจัดดอกไม้ในห้องพัก ห้องรับแขก และงานเลี้ยง

๑.๔ งานจองห้องพัก มีหน้าที่รับจองห้องพักในโรงแรม หรือจองห้องพักล่วงหน้า

๑.๕ งานภัตตาคาร บริการอาหารสำหรับแขกของโรงแรม และแขกในท้องถิ่น
งานบริการอาหารของบริกรในภัตตาคาร

๑.๖ งานบาร์ ชายเครื่องดื่มทุกชนิดแก่แขกทั้งแขกภายในโรงแรม และแขกในท้องถิ่น
พนักงานทั้งฝ่ายผสมเครื่องดื่ม (Bartender) และฝ่ายบริการเป็นพนักงานส่วนหน้า

๑.๗ งานจัดเลี้ยง ต้อนรับแขกในด้านอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งงานเลี้ยงฉลอง เช่น วันเกิด การแต่งงาน งานธุรกิจ งานประชุมสัมมนา ฯลฯ

๑.๘ งานการประชุม เพื่อตอบสนองความต้องการของแขกในการประชุมระดับต่างๆ เช่นระดับชาติหรือนานาชาติ ต้องใช้ห้องประชุมขนาดใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุมสัมมนา

๑.๙ งานอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ เช่นสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า หรือบริการอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่แขกในการพักผ่อนและออกกำลังกาย

งานทั้งหมดเป็นงานส่วนหน้าบ้าน เพราะเป็นลักษณะของงานบริการที่พนักงานติดต่อกับแขกที่เข้าพักโดยตรง ส่วนงานหลังบ้านซึ่งเป็นงานสนับสนุน ทำหน้าที่ในการจัดเตรียมบริการต่างๆ ให้แก่แขก ประกอบด้วยงานต่อไปนี้

๒.๑ งานบัญชี งานบัญชี มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับกิจการด้านการเงิน การบัญชีต่างๆ ประเภทของโรงแรมการควบคุมต้นทุน (Cost Control) การตั้งราคาสินค้า การวางระบบบัญชีในการเบิกจ่ายวัสดุต่างๆ การควบคุมดูแลเกี่ยวกับรายรับรายจ่ายของโรงแรม

๒.๒ งานเตรียมอาหาร คือการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์อาหาร และการปรุงอาหารซึ่งเป็นหน้าที่ของพ่อครัว (Cook) หรือหัวหน้าพ่อครัว (Chef) อาหารเมื่อจัดปรุงเรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งมอบไปยังบริการ เพื่อบริการให้แก่แขก

๒.๓ งานเก็บของในคลังพัสดุ เก็บรักษา ดูแล ตรวจสอบสินค้าในคลังพัสดุ และเบิกจ่ายมาใช้ในแต่ละวันตามความจำเป็น

๒.๔ งานล้างจาน ทำหน้าที่ล้างภาชนะต่างๆ ในการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่แขก เช่น จาน ถ้วย แก้ว ช้อน ฯลฯ

๒.๕ งานรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่ดูแลรักษาชีวิต ทรัพย์สินของแขก ให้ได้รับความปลอดภัยให้มากที่สุดในการพักในโรงแรม ดูแลเกี่ยวกับการจรรยาบรรณของใจผู้ร้าย การขโมยทรัพย์สิน การป้องกันอัคคีภัย ฯลฯ

๒.๖ งานช่างและการบำรุงรักษา ในโรงแรมมีงานช่างหลายประเภท เช่น ช่างไฟฟ้า ช่างไม้ ช่างประปา ช่างเครื่องปรับอากาศ ช่างสี ฯลฯ

๒.๗ งานซักกรีด การซักกรีดเสื้อผ้าและผ้าอื่นๆ ต้องบริการทั้งแขกและส่วนงานอื่นๆ

ในโรงแรม เช่น ซักกรีดเกี่ยวกับเครื่องแบบของพนักงาน ผ้าทุกประเภทที่ใช้ในโรงแรม

๒.๘ งานบุคคล งานบริหารบุคคลทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับสมัครพนักงาน สวัสดิการของพนักงาน การขาดการลาของพนักงาน การดูแลเกี่ยวกับเรื่องระเบียบวินัย การจัดพนักงานบรรจุในแผนกต่างๆ การโยกย้ายพนักงาน และการพิจารณาความดีความชอบร่วมกับผู้บริหารของแผนกอื่นๆ

๒.๙ งานฝึกอบรม จัดการฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักหน้าที่ ความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกของการเป็นนักบริการที่ดี การสร้างมาตรฐานของงานบริการ ให้เกิดความสม่ำเสมอ (Consistency) การเตรียมพร้อมในงานบริการทุกๆ ด้าน ทั้งในส่วนของบุคลิกภาพ เจตนาที่ดีต่องานหลักการบริการ

จากข้อมูลทั้งหมดที่แสดงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานส่วนต่างๆ ในโรงแรม จะเห็นได้ว่าหน้าที่ความรับผิดชอบต่างๆ มีมาก เพราะต้องเผชิญกับคนหลากหลายอายุ เพศ เชื้อชาติและความต้องการ ซึ่งมีหลายระดับ บุคลากรในโรงแรมจึงต้องมีการเตรียมการรับมือสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นได้เฉพาะหน้า เช่นการร้องขอของลูกค้า ความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ฯลฯ ดังนั้น บุคลากรจึงต้องมีปฏิภาณและไหวพริบ รวมทั้งทักษะความรู้ความสามารถที่เพียงพอ

๓. แนวคิดเรื่องการศึกษาความต้องการและพฤติกรรม

การศึกษาความต้องการของมนุษย์ เป็นการศึกษาพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ แนวคิดเชิงพฤติกรรมเน้นความสำคัญของการเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์และการมุ่งใจเพื่อความสำเร็จ ตามหลักเกณฑ์ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการทางสังคม ต้องการแสวงหาสัมพันธภาพจากคนรอบข้าง และต้องการความสำเร็จตามความพึงพอใจของตน

แต่เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้มีได้มุ่งเน้นที่การศึกษาพฤติกรรมของผู้คน แต่เป็นการสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส ซึ่งเกิดจากความต้องการเพื่อนำไปใช้ในหน้าที่การงาน มิใช่การนำไปปรับปรุงตนเอง จึงไม่มีทฤษฎีความต้องการใดใดที่สามารถนำมาใช้ได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงแนวคิดหรือทฤษฎีความต้องการในเชิงจิตวิทยาและจิตวิทยาองค์กรนั้น สามารถทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

๑. แนวคิดของเอลตัน เมโย (Elton Mayo)

เอลตัน เมโย ตั้งคำถามในเบื้องต้นว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ ถ้าหากว่าพนักงานได้รับการดูแลเป็นพิเศษแล้ว ประสิทธิภาพการทำงานก็จะเพิ่มขึ้น เมโยร่วมกับเพื่อน Electric's Hawthorne Plant ได้ทำการศึกษาที่เรียกว่า Hawthorne Studies ซึ่งต่อมากล่าวศึกษานี้เป็นที่รู้จักในชื่อของ Hawthorne Effect โดยเริ่มจากการพิสูจน์ว่า ระดับความสว่างมีผลต่อการทำงานหรือไม่ จากนั้นก็นำตัวแปรอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องในการศึกษาด้วย เช่น ระดับค่าตอบแทน เวลาพักหรือเวลาในการทำงาน เป็นต้น ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานที่มีระดับเพิ่มขึ้นและลดลงหลายระดับ แต่แนวโน้มโดยรวมกลับเพิ่มขึ้น เมโยจึงตั้งสมมติฐานว่า พนักงานจะทำงานหนักมากขึ้น ถ้าได้รับการดูแลเรื่องค่าตอบแทนและมีหัวหน้างานคอยดูแล

การศึกษาแบบ Hawthorne มีการออกแบบที่ไม่สมบูรณ์ และมีข้อมูลไม่เพียงพอที่จะนำมาสรุปผล แต่ก็ยังประสบความสำเร็จในการริเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการอยู่ร่วมกัน และวิธีการที่ผู้จัดการใช้ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในการพัฒนาผลงานของพนักงาน

เอลตัน เมโย ได้ศึกษาเรื่องต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ศึกษาสภาพห้องทำงาน (ใช้ระยะเวลา ๒๖ เดือน)

ขั้นตอนแรก เลือกประเภทงานที่เป็นผลผลิตของคนมากกว่าเครื่องจักร

ขั้นตอนที่สอง แบ่งขั้นตอนการทดลองออกเป็น ๑๓ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ ๑ นำคนงานหญิง ๖ คนมาประกอบชิ้นส่วนในห้องทดลอง โดยได้บันทึกผลการทำงานก่อนหน้าไว้แล้ว

ขั้นที่ ๒ ปล่อยให้ทำงานนาน ๕ อาทิตย์

ขั้นที่ ๓ จัดระบบให้ค่าจ้างใหม่สำหรับคนงานหญิงทั้ง ๖ คนนี้

ขั้นที่ ๔ - ๖ ให้หญิงทั้ง ๖ มีเวลาในการพักผ่อน

ขั้นที่ ๗ เลี้ยงน้ำชาในระหว่างพักเข้า / บ่าย

ขั้นที่ ๘ - ๙ ลดระยะเวลาการทำงานต่อวันลง

ขั้นที่ ๑๐ ย้อนกลับไปขั้น ๗ ใหม่

ขั้นที่ ๑๑ ให้หยุดงานวันเสาร์

ขั้นที่ ๑๒ ย้อนกลับไปขั้น ๑ - ๓ ใหม่

ขั้นที่ ๑๓ ย้อนกลับไปขั้น ๗ - ๑๐ ใหม่

๒. การสัมภาษณ์ (Interview Studies)

ศึกษาจากคนงานจำนวน ๒๑,๐๐๐ คน ของโรงงาน Western Electric Company โดยเทคนิคการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่าโครงสร้างองค์การแบบไม่เป็นทางการ มีบทบาทและทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคม ต่อการเรียนรู้และการทำงานของคนงาน รวมถึงมีบทบาทเป็นตัวกำหนดคุณภาพของผลงานของคนงานด้วย

การสัมภาษณ์ครั้งนี้ สามารถประมวลปัญหาในการปฏิบัติงาน และนำไปสู่การจัดให้มีโครงการให้คำแนะนำปรึกษาแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในโรงงานอีกหลายแห่ง

๓. การสังเกต (Observation Studies)

การสังเกตการปฏิบัติงานของกลุ่มคนงานพันซ์ดลวดโทรศัพท์ โดยใช้ระบบการตอบแทนตามหลักวิทยาศาสตร์การจัดการ คือทำงานได้มากได้ค่าตอบแทนมาก ผลที่ได้ก็คือ ไม่ได้เป็นไปตามหลัก

วิทยาศาสตร์การจัดการตามที่ทฤษฎีดั้งเดิมกล่าวอ้าง การศึกษาโดยการสังเกตครั้งนี้ ช่วยให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมาก

สรุปผลการศึกษา Hawthorne สรุปได้ว่า

๑. ปัจจัยด้านปทัสถานทางสังคม เป็นตัวกำหนดปริมาณผลผลิต ไม่ใช่ปัจจัยด้านกายภาพ
๒. ความคิดที่ว่าคนเห็นแก่ตัว ต้องการเงินค่าตอบแทนมากเป็นการมองแคบ
๓. พฤติกรรมของคนงานถูกกำหนดโดยความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม
๔. สนับสนุนให้มีการทำวิจัยด้านผู้นำต่างๆ ผู้นำต้องเปิดโอกาสให้คนในองค์การเข้ามามีส่วน

ร่วมในการตัดสินใจ

จากแนวคิดของเมโยนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดเดิมมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ว่า หากบุคลากรในโรงแรมได้รับการสนับสนุนทั้งทางกายและใจ จะเป็นแรงกระตุ้นให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้หากต้องการพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้ภาษาต่างประเทศอาจเสนอได้ว่าควรจัดกิจกรรมอันจะนำไปสู่บรรยากาศของการเรียนรู้ภายในโรงแรม และแสดงให้เห็นความจำเป็นในการพัฒนาหรือเสริมทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศส ผู้ประกอบการในโรงแรมอาจมีรางวัลหรือเงินเพิ่มเติมเป็นค่าประสบการณ์ภาษาให้กับบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศ หรือรับรองแขกที่พักรวมต่างชาติได้

๒. แนวคิดของฮูโก้ มันสเตอร์เบิร์ก (Hugo Munsterberg)

มันสเตอร์เบิร์ก เป็นนักจิตวิทยาของสถาบันฝึกอบรมวิลเลียม เจมส์ (William James) มันสเตอร์เบิร์กให้ความสนใจกับการประยุกต์จิตวิทยามาใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงาน ในหนังสือ *Psychology and Industrial Efficiency* (1913) มันสเตอร์เบิร์กแบ่งการแก้ปัญหาในการทำงานเป็น ๓ ส่วน คือ การคัดเลือกคนงาน การออกแบบตำแหน่งงาน และการใช้จิตวิทยาในการขาย สิ่งหนึ่งของมันสเตอร์เบิร์กที่นำมาใช้ทุกวันนี้มีการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจทำให้คนขับรถบรรทุกมีความ

ปลอดภัย เขาศึกษาอย่างเป็นระบบในลักษณะทั้งหมดของการทำงาน การพัฒนา ห้องปฏิบัติการที่
ประดิษฐ์รถบรรทุก และรวมทั้งผู้ปฏิบัติการที่ดีสามารถเข้าใจพร้อมกันทั้งหมดเกี่ยวกับความก้าวหน้า
ของรถยนต์

มันสเตอร์เบิร์ก ได้รับการยกย่องเป็นบิดาแห่งจิตวิทยาอุตสาหกรรม ซึ่งใช้หลักจิตวิทยามา
ประยุกต์ใช้ ดังนี้

๑. การศึกษาลักษณะของงานและมอบหมายหน้าที่ตรงลักษณะของแต่ละบุคคล
๒. การกำหนดสภาวะจิตใจที่เหมาะสมกับพนักงานเพื่อให้สามารถทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ
๓. การแนะนำกลยุทธ์ที่จะทำให้พนักงานปฏิบัติตาม

แนวคิดของมันสเตอร์เบิร์ก อาจนำมาปรับใช้กับการสำรวจความต้องการในการใช้
ภาษาต่างประเทศในธุรกิจการโรงแรมได้ว่าผู้บริหารต้องรู้จักเลือกบุคลากรให้ตรงกับงานที่มอบหมาย
และต้องเห็นศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรในโรงแรมนั้นเพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้มีโอกาส
ได้ใช้ทักษะทางภาษาได้อย่างเต็มที่

๓. แนวคิดของอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow)

มาสโลว์ เป็นนักจิตวิทยาที่ศึกษาด้านความต้องการของมนุษย์ที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด
เพราะทฤษฎีมาสโลว์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมของมนุษย์ในการแสวงหาความ
ต้องการหรือให้ได้มาซึ่งความต้องการ มาสโลว์เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถ
อธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความ
ปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของ
ทฤษฎีบุคลิกภาพของมาสโลว์ โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการ (wanting animal) และ
เป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ

มาสโลว์ เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่นๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ มาสโลว์กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (The Need-Hierarchy Conception of Human Motivation) มาสโลว์ เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับ ดังนี้ (ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow, ๒๕๕๐)

๑. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
๒. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
๓. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)
๔. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)
๕. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

แนวคิดของมาสโลว์เป็นแนวคิดเชิงจิตวิทยาในการพัฒนาองค์กรโดยการสร้างความมั่นคงทางชีวิตและจิตใจให้กับบุคลากร ในแง่ของธุรกิจการโรงแรม ผู้บริหารองค์กรควรเสริมสร้างสภาวะแวดล้อมที่นำทำงาน มีระบบการบริการที่ดี อาจมีการฝึกปฏิบัติ ให้กำลังใจ ให้รางวัลหรือเงินเป็นของตอบแทน หรือประกาศเกียรติคุณผู้ทำความดีให้ผู้อื่นทราบ และเมื่อบุคลากรของโรงแรมได้รับความสุขแล้วก็จะทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ

๔. แนวคิดของดิวกลาส แมคเกรเกอร์ (Douglas McGregor)

แมคเกรเกอร์ มีแนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของคนอยู่ ๒ แบบ เรียกว่า ทฤษฎี X และทฤษฎี Y กล่าวคือทฤษฎี X เป็นด้านลบของคนที่ว่าคนทั่วไปเกียจคร้าน ไม่ชอบทำงาน หลีกเลียงความรับผิดชอบ

ถ้าอยากจะให้งานเสร็จต้องใช้การบังคับ ชมเชย ส่วนทฤษฎี Y เป็นด้านบวกที่คนไม่เกียจคร้าน รับผิดชอบ และพึงพอใจในการทำงาน ถ้าจะให้งานเสร็จก็เพียงจูงใจให้ทำงานเท่านั้น แมคเกรเกอร์เชื่อว่า ทฤษฎี Y สามารถนำธรรมชาติที่เป็นจริงของคนงานมาใช้งานได้ แมคเกรเกอร์เชื่อว่าแรงจูงใจนี้มาจากความต้องการ ๕ อย่างของมาสโลว์ ทฤษฎี X ตอบสนองต่อความต้องการระดับล่าง แต่ทฤษฎี Y สามารถตอบสนองต่อความต้องการระดับที่เหนือกว่าได้ ดังนั้น เขาจึงจูงใจคนงานให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ให้มีความรับผิดชอบ และเสนองานที่ท้าทายสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกลุ่ม เพื่อให้งานนั้นบรรลุผล

ทฤษฎี X และทฤษฎี Y ของแมคเกรเกอร์ เป็นฐานคติ (Assumption) เกี่ยวกับมนุษย์ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในทางตรงกันข้ามระหว่างแบบทฤษฎี X และแบบทฤษฎี Y

ฐานคติของทฤษฎี X คือพนักงานต้องการทำงานให้น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารต้องควบคุม สั่งการ จูงใจ ให้รางวัล หรือลงโทษเพื่อให้บุคคลทำงานเพื่อบรรลุจุดหมายขององค์การ พนักงานมีความทะเยอทะยานน้อยและไม่ชอบความรับผิดชอบ และโดยทั่วไปพนักงานจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

ส่วนฐานคติของทฤษฎี Y คือ โดยธรรมชาติพนักงานชอบทำงาน มีความคิดริเริ่มในการแก้ปัญหาและบรรลุจุดหมายขององค์การ เต็มใจที่จะค้นหาและยอมรับความรับผิดชอบ ยอมรับจุดหมายขององค์การ เพื่อสามารถใช้ความพยายามและบรรลุจุดหมายส่วนตัว มีศักยภาพในการพัฒนาตัวเองซึ่งโดยทั่วไปยังไม่ได้ประโยชน์เต็มที่ในองค์การส่วนใหญ่

โดยที่ทฤษฎีของแมคเกรเกอร์ พยายามชี้ให้เห็นข้อดีและข้อด้อยของบุคลากรว่ามีความชอบอะไรและไม่ชอบอะไร ดังนั้นเพื่อพัฒนาศักยภาพขององค์การ ผู้บริหารควรทำความเข้าใจและสำรวจความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร เพื่อจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพได้อย่างตรงจุดหมาย ในบางธุรกิจ การโรงแรม บุคลากรบางคนมีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศมาก แต่ไม่ได้รับการใช้งานหรือจัดให้อยู่ในตำแหน่งที่ไม่ได้ใช้ภาษาเพื่อรับรองแขกที่เข้าพัก จึงทำให้ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

๔. การวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส

จากการศึกษาสำรวจงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงพบว่า มีงานวิจัยเพียง ๑ เรื่องคือเรื่อง ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในวงธุรกิจไทย โดยสุปาณี เคาภายน และคณะ (สุปาณี เคาภายน, ๒๕๒๔) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เสนอต่อสถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๔ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสำรวจปริมาณความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส โดยเปรียบเทียบกับ ภาษาต่างประเทศอื่นๆ ในประเทศไทย และศึกษาสภาพปัญหา ตลอดจนความเป็นไปได้ของธุรกิจไทยที่ ต้องการใช้ภาษาฝรั่งเศส ทั้งนี้เนื่องจากคณะวิจัยเป็นบุคลากรด้านการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จึงมี แผนพัฒนาหลักสูตรภาษาฝรั่งเศสในระดับอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดด้วย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนำมาจากแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสำรวจจากผู้รับผิดชอบหน่วยงาน ต่างๆ และพนักงานในธุรกิจต่างๆ รวมทั้งใช้การสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในวงการการใช้ภาษาฝรั่งเศส และ จากประกาศรับสมัครงานในหนังสือพิมพ์ ผลการวิจัยพบว่าภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาที่มีการใช้มากเป็น ลำดับที่ ๒ รองจากภาษาอังกฤษ และโอกาสที่จะใช้ภาษาฝรั่งเศสมากที่สุดคือการรับรองชาว ต่างประเทศ ซึ่งจะเน้นทักษะการฟังและพูดพื้นฐานที่สามารถสื่อสารเข้าใจได้ในระดับหนึ่ง

ผลการวิจัยพบด้วยว่าในความต้องการของตลาดแรงงาน มีความต้องการใช้ภาษาฝรั่งเศสเป็น ประจำในภาคการพาณิชย์ และภาคการโรงแรม-ท่องเที่ยว แต่ยังมีปริมาณความต้องการน้อยเมื่อเทียบกับ ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลกว่า อย่างไรก็ตามก็มีความจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรภาษาฝรั่งเศส เฉพาะด้านเพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองปริมาณความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

งานวิจัยเล่มนี้เป็นการศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในวงการธุรกิจของไทย โดยไม่ได้ มุ่งเน้นที่ธุรกิจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือการนำข้อมูลที่นำมาพัฒนาหลักสูตร การสอนภาษาฝรั่งเศสในระดับอุดมศึกษาเพื่อที่จะได้ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของ ตลาดแรงงานในขณะนั้น ในกรณีนี้ทำให้ข้อมูลเรื่องธุรกิจการโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเท่านั้น

เพราะผลสรุปการวิจัยในส่วนของภาคการโรงแรมและการท่องเที่ยวพบว่า ธุรกิจประเภทนี้มีความจำเป็นในการใช้ภาษาต่างประเทศมาก แต่ภาษาฝรั่งเศสก็ยังเป็นรองการใช้ภาษาอังกฤษ

อย่างไรก็ดี หลังจากนั้นในปี พ.ศ. ๒๕๓๐ สมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย ร่วมกับคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้จัดสัมมนาทางวิชาการเรื่องภาษาฝรั่งเศสกับการท่องเที่ยวไทย (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๓๐) โดยผลการสัมมนาแสดงว่าภาษาฝรั่งเศสมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสได้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก สิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวคือมัคคุเทศก์ที่พูดและสื่อสารภาษาฝรั่งเศสได้ และพนักงานในโรงแรมที่มีทักษะการสื่อสารเบื้องต้นภาษาฝรั่งเศส

นอกจากนี้พบว่ามีงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ว่าด้วยคุณสมบัติของบัณฑิตที่บริษัทฝรั่งเศสในประเทศไทยต้องการ (บุญส่ง บุญมาก, ๒๕๔๔) และงานวิจัยของสิริจิตต์ เดชอมรชัย และชนยา ด้านสวัสดิ์ เกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการบัณฑิต สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศสและคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหน่วยงานที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสในประเทศไทย (สิริจิตต์ เดชอมรชัย และชนยา ด้านสวัสดิ์, ๒๕๕๓) แต่ก็ไม่ใช่เป็นการสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม หรืองานวิจัยของปิยจิตร สังขพานิช (ปิยจิตร สังขพานิช, ๒๕๕๗) เรื่องการออกแบบการจัดการเรียนรู้แบบย้อนกลับอิงกรอบมาตรฐานคุณวุฒิรายวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่ออุตสาหกรรมบริการโรงแรมสำหรับระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ก็เน้นที่การออกแบบการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาการโรงแรม ไม่ใช่การศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศส

เมื่อทบทวนวรรณกรรมที่ผู้วิจัยได้แสดงมาแล้วจะเห็นได้ว่าการศึกษาวิจัยที่ผ่านมายังไม่มีการบูรณาการเรื่องภาษาฝรั่งเศสกับการศึกษาความต้องการด้านการโรงแรมแต่อย่างใด แม้ว่างานวิจัยของสุภาณี และคณะจะเป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาความต้องการภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ก็ยังไม่ได้เน้นที่การโรงแรม และยังไม่ได้ใช้พื้นที่เมืองพัทยาเป็นแหล่งเก็บข้อมูล ผู้วิจัย

เห็นว่าพัทยามีโรงแรมจำนวนมาก และมีนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเป็นจำนวนมากด้วย ทั้งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยบูรพา จึงเห็นความสำคัญของการทำวิจัยเรื่องดังกล่าว โดยสำรวจจากโรงแรมที่มีการใช้ภาษาฝรั่งเศสในบริเวณพัทยา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลต่อไป

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยกำหนดวิธีการและดำเนินการวิจัย ตามลำดับดังนี้

๑. การกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย
๒. การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล
๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

๑. กลุ่มประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ศึกษาเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม ได้แก่ผู้บริหารโรงแรมหรือหัวหน้าหน่วยงานชาวไทยในโรงแรมจำนวนทั้งสิ้น ๕๐ แห่ง โดยแจกแบบสอบถามระหว่างเดือน พฤศจิกายน – ธันวาคม ๒๕๕๗ เป็นระยะเวลา ๘ สัปดาห์ ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ๒๕ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๕๐

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทำการศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา ประกอบด้วย แบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับหน่วยงาน จำนวน ๑ ชุด เป็นภาษาไทย สำหรับผู้บริหารโรงแรมหรือหัวหน้าหน่วยงานชาวไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว มีรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ที่อยู่ ปัจจุบัน
ตำแหน่งหน้าที่ในหน่วยงาน

ตอนที่ ๒ ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

๑. ศึกษาเอกสาร กรอบทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจความต้องการของธุรกิจ
การโรงแรม และคุณลักษณะของความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมเพื่อเป็นแนวทาง
ในการสร้างเครื่องมือวิจัย

๒. หลังจากได้ศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามภาษาไทยสำหรับ
ผู้บริหารโรงแรมหรือหัวหน้าหน่วยงานชาวไทย จำนวน ๑ ชุด

๓. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความชัดเจนของภาษาที่ใช้ ตลอดจนรูปแบบข้อคำถามและ
การเรียงลำดับข้อคำถามต่างๆ โดยผู้เชี่ยวชาญการทำวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

๔. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป (ภาคผนวก ก)

๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:
กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา ดำเนินตามขั้นตอนดังนี้

๑. ผู้วิจัยเตรียมการจัดส่งแบบสอบถามไปยังประชากรกลุ่มเป้าหมาย

๒. ตรวจสอบรายชื่อโรงแรมในเขตเมืองพัทยาจากเว็บไซต์เมืองพัทยา

๓. จัดทำหนังสือขอความร่วมมือ พร้อมแนบแบบสอบถามส่งไปยังโรงแรมที่เป็นประชากร

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา

๔. รวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

๑. ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการจัดหมวดหมู่เนื้อหาและการแจกแจงความถี่

๒. วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดหมวดหมู่เนื้อหาในเชิงพรรณนา

บทที่ ๔

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม: กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรมในเขตพัทยา ประชากรที่เข้าถึงในการศึกษานี้จากการตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยสามารถนำเสนอได้ ๒ ส่วน คือ

๔.๑ ผลสำรวจความต้องการความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยาจากแบบสอบถาม

๔.๒ ผลการสังเคราะห์ข้อมูล

๔.๑ ผลสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาจากแบบสอบถาม

ผลสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยาจากแบบสอบถามความคิดเห็นที่ได้รับตอบกลับคืนมาจำนวน ๒๕ ฉบับ สามารถสรุปผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
เพศ	ชาย	๒๐
	หญิง	๕
อายุ	๒๕ - ๓๐	๑

	๓๑ - ๓๕	๔
	๓๖ - ๔๐	๓
	๔๑ - ๔๕	๑๕
	๔๖ - ๕๐	๒
	มากกว่า ๕๐	-
	ไม่ระบุ	-
ตำแหน่งของผู้ตอบ	ผู้บริหาร/ผู้อำนวยการ	๑๒
	หัวหน้าฝ่ายประสานงานบุคคล/	๑๓
จำนวนบุคลากรภายในโรงแรม	๑ - ๑๐๐ คน	-
	๑๐๑ - ๒๐๐	๑
	๒๐๑ - ๓๐๐	๑๔
	๓๐๑ - ๔๐๐	๗
	๔๐๑ - ๕๐๐	๓
	มากกว่า ๕๐๐	-

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชายจำนวน ๒๐ คน มีอายุระหว่าง ๔๑ - ๔๕ ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง ๓๑ - ๓๕ ปี จำนวน ๔ คน เป็นตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายประสานงานหรือหัวหน้างานบุคคล ๑๓ คน ส่วนใหญ่แล้วจำนวนบุคลากรในโรงแรมมีระหว่าง ๒๐๑ - ๓๐๐ คน ซึ่งเป็นโรงแรมที่ไม่ใหญ่จนเกินไปนัก เฉพาะบริเวณพื้นที่พัทยามีโรงแรมหลายขนาด ตั้งแต่เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนท์ รีสอร์ท โมเต็ล โฮเต็ล เป็นต้น

ตารางที่ ๒ ความต้องการบุคลากรที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสของหน่วยงาน

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
ความต้องการ	ต้องการบุคลากรที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสในการสื่อสาร ในหน่วยงาน	๑๗
ไม่ต้องการ	ไม่มีความต้องการบุคลากรเพราะสามารถใช้ ภาษาอังกฤษทดแทนภาษาฝรั่งเศสได้	๘

จากตารางจะเห็นได้ชัดเจนว่าโรงแรมมีความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสถึง ๑๗ แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ ๖๘ ส่วนธุรกิจการโรงแรมที่เห็นว่าสามารถใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลในการติดต่อหรือให้บริการนักท่องเที่ยวนั้นมีเพียง ๘ แห่ง หรือร้อยละ ๓๒

ตารางที่ ๓ ความจำเป็น/ไม่จำเป็นในการใช้ภาษาฝรั่งเศส

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
ความจำเป็น	ภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาท่องเที่ยว	๑๒
	เพื่อสื่อสารกับโรงแรมในเครือ	๒
	ภาษาฝรั่งเศสมีความไพเราะ มีสำเนียงเพราะ	-
ไม่จำเป็น	จำนวนนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสน้อย	๒
	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก	๔
	เจ้าของโรงแรมสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ	๒
	ภาษาฝรั่งเศสเรียนรู้ยาก	๓

ตารางที่ ๓ แสดงให้เห็นว่าหากเปรียบเทียบความจำเป็นของการใช้ภาษาฝรั่งเศสหรือการมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาฝรั่งเศสได้นั้น มีถึง ๑๔ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๕๖ ส่วนโรงแรมที่เห็นว่าไม่มีความจำเป็นที่ต้องรู้ภาษาฝรั่งเศสมีรวม ๑๑ แห่ง เท่ากับร้อยละ ๔๔ ทั้งนี้ในส่วนของความจำเป็นนั้น ๑๒ แห่งเห็นว่าภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาของการท่องเที่ยว และมี ๒ แห่งใช้สำหรับการติดต่อประสานงานกับโรงแรมในเครือหรือโรงแรมบริษัทแม่

สำหรับกลุ่มโรงแรมที่เห็นว่าไม่มีความจำเป็น จำนวน ๔ แห่งเห็นว่าเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักอยู่แล้ว และอีก ๓ แห่งเห็นว่าเรียนภาษาใหม่ยาก จำนวน ๒ แห่งเห็นว่านักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรมเป็นนักท่องเที่ยวชาติอื่น และอีก ๒ แห่งเห็นว่าเจ้าของโรงแรมสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ

ตารางที่ ๔ จุดประสงค์ในการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
จุดประสงค์การใช้ภาษาฝรั่งเศส	เจรจาธุรกิจในประเทศ	๑
	เจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ	๒
	ติดต่อกับโรงแรมในเครือ	๔
	เขียนติดต่อในประเทศ	-
	ดูงาน/ สัมมนา	-
	ต้อนรับชาวต่างประเทศ	๑๗
	จัดงานเลี้ยงรับรอง	-
	งานเอกสารต่างๆ	๑

การใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรมนั้น จากแบบสอบถามแสดงว่าโรงแรมถึง ๑๗ แห่งหรือร้อยละ ๖๘ ใช้ภาษาฝรั่งเศสเพื่อการต้อนรับชาวต่างชาติ โดยเฉพาะสำหรับพนักงานต้อนรับและฝ่ายส่วนหน้า (Front) นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาฝรั่งเศสในการประสานงานกับบริษัทในเครือเดียวกันที่บริษัทแม่เป็น กลุ่มกิจการโรงแรมของฝรั่งเศสเช่นกลุ่มโรงแรม Accord เป็นต้น และใช้ภาษาฝรั่งเศสเพื่อติดต่อธุรกิจ ภายในและระหว่างประเทศ รวมทั้งเอกสารต่างๆ บ้าง แต่ไม่มากนัก มีโรงแรม ๔ แห่ง หรือร้อยละ ๑๖ ใช้ภาษาฝรั่งเศสในการติดต่อกับโรงแรมในเครือ และโรงแรม ๒ แห่ง หรือร้อยละ ๘ ใช้เพื่อการติดต่อ ระหว่างประเทศ

ตารางที่ ๕ ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
จำนวนบุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศส	บุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศสบ้างแต่ไม่มากนัก	๑๗
	ไม่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศส	๘
ส่วนงานที่มีพนักงานที่รู้ภาษาฝรั่งเศส	ฝ่ายอำนวยการ	-
	หัวหน้าฝ่าย	-
	หัวหน้าแผนก/หัวหน้าส่วน	๑
	พนักงานประจำแผนก	๑
	เลขานุการ	๓
	พนักงานต้อนรับ	๑๐
	พนักงานประจำชั้น	๑
พนักงานประจำห้องอาหาร	๑	

ความพอใจในทักษะการสื่อสารภาษา
ฝรั่งเศส เป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง

เป็นที่พอใจ	๑
พอใช้ได้	๒
ยังไม่เป็นที่พอใจ	๑๘
ยังไม่เป็นที่พอใจเลย	๔

จากตารางข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรมพบว่าโดยรวมจาก ๒๕ แห่งนั้นมี ๑๗ แห่งที่สามารถใช้ภาษาฝรั่งเศสได้ในระดับการสื่อสารเบื้องต้น คิดเป็นร้อยละ ๖๘ ส่วนที่ไม่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสจำนวน ๘ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๓๒ กลุ่มบุคลากรที่มีทักษะในภาษามากที่สุดคือพนักงานต้อนรับ จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐ รองลงมาคือตำแหน่งเลขานุการ ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒ พนักงานประจำชั้น ๑ คน เท่ากับร้อยละ ๔ พนักงานประจำแผนก ๑ คน เท่ากับร้อยละ ๔ หัวหน้าแผนกห้องอาหาร ๑ คน หรือร้อยละ ๔ ส่วนฝ่ายอำนวยการและหัวหน้าฝ่ายไม่มีผู้ใดรู้ภาษาฝรั่งเศส

ในการตอบแบบสอบถาม ผู้ประกอบการโรงแรมเห็นว่าทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรมนั้นยังไม่เป็นที่พอใจ ๑๘ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๗๒ ยังไม่พอใจเลยจำนวน ๔ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๑๖ พอใช้ได้ ๒ แห่ง และเป็นที่พอใจเพียง ๑ แห่งเท่านั้น แสดงว่ายังต้องมีการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศสเพิ่มมากขึ้นอีก

ตารางที่ ๖ การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศสภายในโรงแรม

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
นโยบายส่งเสริมความรู้ภาษาฝรั่งเศส	มีนโยบาย	๑๕

	ไม่มีนโยบาย	๑๐
การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศส	สอนภาษาฝรั่งเศสเพิ่มเติม	๑๖
	จัดกิจกรรมสันทนาการภาษาฝรั่งเศส	๔
	ส่งเสริมการเดินทางไปศึกษาดูงานที่ ประเทศฝรั่งเศส	๑
	กิจกรรม workshop, แรลลี่ภาษาฝรั่งเศส หรือกิจกรรมชายหาด	๔

ตารางที่ ๖ แสดงให้เห็นว่าโรงแรมมีความเห็นว่าจำเป็นต้องมีนโยบายส่งเสริมความรู้ภาษาฝรั่งเศสถึง ๑๕ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๖๐ และมีอีก ๑๐ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐ เห็นว่าไม่จำเป็นต้อง

ส่วนการพัฒนาทักษะความรู้ภาษาฝรั่งเศสนั้น เพื่อเสริมประสิทธิภาพความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม โรงแรมจำนวน ๑๖ แห่ง หรือร้อยละ ๖๔ เห็นว่าควรจัดสอนภาษาฝรั่งเศสเพิ่มเติม อีก ๔ แห่ง หรือร้อยละ ๑๖ ให้จัดกิจกรรมสันทนาการเช่นดูภาพยนตร์ ฟังเพลง และอีก ๔ แห่ง หรือร้อยละ ๑๖ เช่นกัน เห็นว่าควรจัดกิจกรรมปฏิบัติการ (workshop) เช่นภาษาฝรั่งเศสอย่างง่ายใน ๑ วัน หรือวัฒนธรรมฝรั่งเศสที่ควรรู้ หรือการจัดแรลลี่ กิจกรรมชายหาด มีโรงแรมเพียง ๑ แห่ง หรือร้อยละ ๔ เห็นว่าควรเดินทางไปดูงานที่ประเทศฝรั่งเศสเพื่อที่จะได้ใช้ภาษาอย่างจริงจังในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ ๗ การเลือกบุคลากรที่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสเข้าทำงานในโรงแรม

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
วิธีการรับสมัครงาน	ลงประกาศแจ้งความในหนังสือพิมพ์	๑๐
	ประกาศรับสมัครผ่านทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์	๒

	ประกาศผ่านอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์สมัคร งานต่างๆ	๑๑
	ประกาศผ่านสถานศึกษา	๑
	เดินทางไปรับสมัครตามสถานที่ต่างๆ	๑
การระบุเงื่อนไขความรู้ภาษา ฝรั่งเศส	ระบุ	๕
	ไม่ระบุ	๒๐

สำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกบุคลากรที่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสเข้าทำงานในโรงแรม
นั้น ใช้วิธีการประกาศผ่านอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์สมัครงานต่างๆ ๑๑ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔๔ การลง
ประกาศแจ้งความในหนังสือพิมพ์ ๑๐ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐ การประกาศผ่านวิทยุโทรทัศน์ ๒ แห่ง คิด
เป็นร้อยละ ๘ ประกาศผ่านสถานศึกษาและเดินทางไปรับสมัครเองอย่างละ ๑ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔

ในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในโรงแรมนั้น โรงแรม ๒๐ แห่งหรือร้อยละ ๘๐ ไม่ได้ระบุ
คุณลักษณะหรือทักษะภาษาฝรั่งเศส มีเพียง ๕ แห่งหรือร้อยละ ๒๐ ที่ระบุเงื่อนไขอื่น แต่ไม่ได้ระบุ
ระดับของภาษาฝรั่งเศสว่าต้องการในระดับใด

ตารางที่ ๘ ความคาดหวังในการพัฒนาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม

ประเภท	ประเภทข้อมูล	จำนวน
จำนวนพนักงานที่รู้ภาษาฝรั่งเศสเพิ่มเติมขึ้น	๑ - ๑๐ %	๑๒
	๑๑ - ๒๐ %	๘
	๒๑ - ๓๐ %	๕

ปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่ต้องการ ภาษาฝรั่งเศส	การเมืองระดับชาติ	๒
	การเมืองระดับท้องถิ่น	๘
	ระบบเศรษฐกิจโดยรวม	๖
	การท่องเที่ยว	๙

ตารางที่ ๘ แสดงแนวโน้มและความคาดหวังในการพัฒนาความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม โดยโรงแรมเห็นว่าควรมีพนักงานที่รู้ภาษาฝรั่งเศสเพิ่มขึ้นในระยะเวลา ๑ ปี จำนวน ๑ - ๑๐% จำนวน ๑๒ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๔๘ เพิ่มขึ้น ๑๑ - ๒๐ % จำนวน ๘ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๓๒ และเพิ่มขึ้น ๒๑ - ๓๐ % จำนวน ๕ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๒๐ ทั้งนี้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่ต้องการภาษาฝรั่งเศส คือการท่องเที่ยว จำนวน ๙ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๓๖ การเมืองระดับท้องถิ่น จำนวน ๘ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๓๒ ระบบเศรษฐกิจโดยรวม ๖ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๒๔ และการเมืองระดับชาติ ๒ แห่ง คิดเป็นร้อยละ ๘ แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

๒. ผลการสังเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ถูกวิจัยได้แจกแบบสอบถามงานวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม: กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา สามารถสังเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

๑) ผลการสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมของหน่วยงานจากแบบสอบถามจำนวน ๒๕ แห่งในเขตเมืองพัทยา พบว่าในกลุ่มของโรงแรมระดับกลางที่มีบุคลากรตั้งแต่ ๒๐๑ - ๓๐๐ คน เห็นความจำเป็นในการใช้ภาษาฝรั่งเศสเพื่อธุรกิจการโรงแรม เพราะว่ามีนักท่องเที่ยว

ส่วนหนึ่งที่ได้เดินทางมายังพืทยานั้นเป็นนักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศสหรือนักท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมผู้พูดภาษาฝรั่งเศส (Francophone) ทำให้ไม่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร นอกจากนี้โรงแรมบางแห่งยังเป็นโรงแรมในเครือของบริษัทแม่ที่เป็นโรงแรมฝรั่งเศสเช่นเครือ Accord ทำให้ยังคงต้องใช้ภาษาฝรั่งเศสในการติดต่อสื่อสารกับโรงแรมในเครืออื่นบ้าง

เป็นที่น่าสังเกตว่ามีโรงแรมบางแห่งเห็นว่ายังไม่มีความจำเป็นหรือไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาฝรั่งเศสเพราะสามารถใช้ภาษาอังกฤษแทนได้นั้น มีจำนวน ๘ แห่งคิดเป็นร้อยละ ๓๒ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าโรงแรมกลุ่มนี้มีขนาดเล็ก เช่นมีบุคลากรประมาณ ๒๐๐ กว่าคนหรือน้อยกว่า ในบางครั้งเช่นในช่วงธรรมดาที่มีใช้เทศกาล และส่วนใหญ่รับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย ทำให้ใช้ภาษาอังกฤษมากกว่าภาษาอื่น และมี ๓ แห่งที่เห็นว่าภาษาฝรั่งเศสเรียนยาก จึงไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ กรณีนี้มักเกิดกับโรงแรมที่มีเจ้าของเป็นชาวเอเชีย

๒) ลักษณะการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรม พบว่าการใช้ภาษาฝรั่งเศสส่วนใหญ่คือหน้าที่ของพนักงานต้อนรับที่ต้องพบกับลูกค้าตั้งแต่แรกเดินทางมาถึง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากบุคลากรในส่วนนี้ มีทักษะด้านการสื่อสารภาษาเพิ่มมากขึ้น ก็จะก่อให้เกิดความประทับใจในการบริการด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับชาวฝรั่งเศสที่จะประทับใจเพิ่มมากขึ้นหากมีผู้พูดภาษาฝรั่งเศสกับตนได้อันเป็นวัฒนธรรมฝรั่งเศสที่เด่นชัดอีกประการหนึ่ง นอกจากนี้พบว่าภาษาฝรั่งเศสในเชิงเลขานุการเพื่อเจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ และในประเทศที่ต้องใช้ภาษาฝรั่งเศสก็มีความจำเป็นด้วย แต่เน้นที่ทักษะด้านการเขียน

จากข้อมูลในตารางที่ ๕ สรุปได้ว่าในบริเวณพื้นที่เมืองพืทยานั้น บุคลากรในโรงแรมมีจำนวนน้อยที่สามารถสื่อสารภาษาฝรั่งเศสได้คือเพียง ๓๒ % เท่านั้น และส่วนงานหลักก็คือแผนกต้อนรับ ๑๐ คนหรือ ร้อยละ ๔๐ แผนกเลขานุการ ๓ คนหรือร้อยละ ๑๒ และแผนกห้องอาหาร ๑ คนหรือร้อยละ ๔ แสดงว่าความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสนั้นมุ่งไปที่ส่วนต้อนรับมากกว่า และบางครั้งเป็นเพียงการสื่อสารในระดับต้นเท่านั้น เพราะนักท่องเที่ยวก็จะพอสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษในการกรอก

เอกสารเข้าพักได้อยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาฝรั่งเศสทั้งหมดตลอดเวลา ส่วนแผนกเสนาธิการนั้นมีความจำเป็นที่ต้องใช้บุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศสเพื่อประสานงานกับโรงแรมอื่น สำหรับแผนกห้องอาหารนั้นเนื่องจากในบางครั้งนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเข้ามาพักจะได้รับคำสั่งและรายการอาหารที่ถูกต้อง

แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบุคลากรในโรงแรมจะสามารถใช้ภาษาฝรั่งเศสได้ในระดับหนึ่งก็ตาม ผู้ประกอบการโรงแรมเห็นว่ายังไม่เป็นที่น่าพอใจ อาจเป็นเพราะยังเป็นเพียงการสื่อสารในระดับต้นเช่น คำทักทาย คำกล่าวลา หรือคำแนะนำเส้นทางเท่านั้น ไม่สามารถสื่อสารในระดับที่สูงขึ้นไปได้

๓) การพัฒนาประสิทธิภาพบุคลากรในการใช้ภาษาฝรั่งเศสนั้น อาจสังเกตได้จากตารางว่า ผู้ประกอบการโรงแรมมีความเห็นไปในทางเดียวกันถึงความจำเป็นที่จะต้องมีนโยบายในการพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศสสามารถใช้ภาษาได้มากขึ้น หรือกระตุ้นให้เกิดการใช้ภาษาฝรั่งเศสมากขึ้นกว่าเดิม แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำนวน ๑๐ แห่งหรือร้อยละ ๔๐ เห็นว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ของโรงแรมในการพัฒนาบุคลากร

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรมเห็นว่าความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในเขตเมืองพัทยานั้นอยู่ในระดับสำคัญ และควรจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางภาษา คือ โรงแรม ๑๖ แห่งเห็นว่าควรจัดสอนภาษาฝรั่งเศสให้กับบุคลากร เช่น การสนทนาเบื้องต้น การแนะนำเส้นทาง การแนะนำเมนูอาหาร การแจ้งราคาห้อง การอธิบายสิ่งอำนวยความสะดวก การกล่าวลา เป็นต้น นอกจากนี้ยังเห็นสมควรให้จัดกิจกรรมสันทนาการเช่นดูภาพยนตร์ ฟังเพลง คาราโอเกะภาษาฝรั่งเศส การจัดแรลลี่ฝึกปฏิบัติงานในโรงแรม การจัดโต๊ะอาหาร และยังมีข้อเสนอให้เดินทางไปทัศนศึกษาที่ประเทศฝรั่งเศสด้วย เพราะต้องการให้ได้ประสบการณ์ทางภาษาจริง ซึ่งการจัดกิจกรรมต่างๆ นั้นอาจสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมัสโลว์ด้วย กล่าวคือผู้ประกอบการควรศึกษาลักษณะของงานและมอบหมายหน้าที่ตรงลักษณะของแต่ละบุคคล จากนั้นควรกำหนดการกำหนดสภาวะจิตใจที่เหมาะสม

กับพนักงานเพื่อให้สามารถทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ มีการแนะนำกลยุทธ์ที่จะทำให้พนักงานปฏิบัติตาม

และหากพิจารณาทฤษฎีของมาสโลว์ จะพบว่า การให้สิ่งของเพื่อจูงใจเช่นการเพิ่มเงินพิเศษของรางวัล เป็นบางโอกาสก็จะสามารถทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้นได้ เพราะพนักงานก็มีความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem Needs) เช่นกัน

๔) ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในอนาคตในกลุ่มธุรกิจการโรงแรมนั้น มี ๒ ประเด็นสำคัญคือการหาบุคลากรที่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสในระดับอุดมศึกษา แต่ปริมาณนักเรียนที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในประเทศที่เรียนภาษาฝรั่งเศสและการโรงแรมควบคู่กันนั้นมีน้อย เพราะวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการโรงแรมมักเป็นวิชาเลือกและอาจเปิดสอนหรือไม่ก็ได้ ส่วนนักเรียนที่เรียนวิชาการโรงแรมนั้นก็ไม่ได้เรียนภาษาฝรั่งเศสไปพร้อมกัน จึงเป็นเหตุให้ทางโรงแรมไม่ได้รับนักเรียนฝรั่งเศสที่เรียนการโรงแรมโดยตรง

นอกจากนี้เวลาเปิดรับสมัครพนักงานเข้าทำงานยังไม่สามารถระบุเงื่อนไขว่าเรียนภาษาฝรั่งเศสมาด้วย เพราะหากระบุเงื่อนไขแล้วอาจทำให้ไม่ได้รับบุคลากรที่มีประสิทธิภาพด้านอื่น อย่างไรก็ตาม หากโรงแรมพิจารณาเห็นศักยภาพด้านภาษาแล้ว อาจเพิ่มเงินเดือนในรูปแบบของเงินพิเศษให้ก็เป็นได้

โดยสรุปแล้ว จากการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมพืทยานั้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มโรงแรมมีความต้องการใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในภาษาฝรั่งเศส เพราะปริมาณนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสและประเทศที่พูดภาษาฝรั่งเศสมีมากพอสมควร โรงแรมต่างๆ มีบุคลากรที่พูดภาษาอังกฤษได้เป็นพื้นฐานแล้วก็อาจไม่เพียงพอ เพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่นิยมพูดภาษาอื่นนอกจากภาษาแม่ของตน แต่การเสริมสร้างความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสนี้จะสัมพันธ์กับบุคลากรที่โรงแรมมีอยู่ คือบางโรงแรมไม่มีบุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศสเลย หรือถ้ามีก็เป็น

เพียงจำนวนน้อย จึงต้องมีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาบุคลากรให้ชัดเจน และจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มทักษะทางภาษาตลอดเวลา

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม: กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในเขตเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์ในการสำรวจสภาพของการใช้ภาษาฝรั่งเศสในโรงแรมในสถานการณ์ปัจจุบันว่ามีมากน้อยเพียงใด และกลุ่มโรงแรมมีความต้องการใช้ภาษาฝรั่งเศสหรือไม่ ในหน่วยงานใด ทั้งนี้เพื่อที่สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในภูมิภาคตะวันออกและเปิดสอนวิชาภาษาฝรั่งเศสในหลักสูตรภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร จะได้นำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรรายวิชาต่างๆ อันจะเอื้อประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของนิสิตที่จบการศึกษาและกระตุ้นเศรษฐกิจของเมืองพัทยาได้มากขึ้น

จากการศึกษา สามารถสรุปข้อมูลได้ ๓ ประเด็นสำคัญคือ

๑. ภาพรวมของการท่องเที่ยวในพัทยา

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันพบว่าพัทยายังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เพราะพัทยามีพัฒนาการมาอย่างยาวนานจากหมู่บ้านชาวประมง สู่การเป็นชุมชนอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว ประกอบกับพื้นที่ชายฝั่งทะเลของพัทยาไม่มีมรสุม มีชายหาดงดงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก จึงเกิดอุตสาหกรรมการโรงแรมขึ้น ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี ๒๕๕๓ และแนวโน้ม ๒๕๕๔ ที่ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประมาณกว่าร้อยละ ๘๕ กระจายอยู่ในพัทยา รองลงมาคือ ระยอง (ร้อยละ ๖) และเกาะช้าง (ร้อยละ ๕) ตามลำดับ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคตะวันออกของไทย มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในปี ๒๕๕๔ (แนวโน้มธุรกิจโรงแรมเอสเอ็มอีปี ๒๕๕๔, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, ๒๕๕๔) ทั้งนี้ มีปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุน สรุปได้ดังนี้

๑. การพัฒนาการให้บริการของสนามบินอุตะเภานในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับเที่ยวบินประจำของสายการบินปกติ นอกเหนือจากเครื่องบินเช่าเหมาลำที่มาใช้บริการจำนวนมากในช่วงฤดูท่องเที่ยว ซึ่งนำนักท่องเที่ยวจากยุโรปและรัสเซียเดินทางเข้ามาเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังสามารถรองรับแผนการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้นในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในอนาคต

๒. การกระจายการท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลัก คือ พัทยาไปยังเมืองท่องเที่ยวรองรอบๆ พัชยามากขึ้น ทั้งระยอง ตราด และจันทบุรี ต่างมีจุดขายที่โดดเด่น ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกาะแก่ง ชายหาด ป่า ภูเขา และน้ำตก รวมทั้งยังมีการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีจุดเด่น คือ กิจกรรมเที่ยวสวนผลไม้ในช่วงเทศกาลผลไม้ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ในปัจจุบัน

๓. การขยายเส้นทางบินเชื่อมระหว่างตราด สมุย และภูเก็ต ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส ช่วยเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภาคใต้กับภาคตะวันออกเข้าด้วยกัน โดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปสนามบินสุวรรณภูมิ

๔. การยกเลิกวีซ่าคนไทยและกัมพูชาในการเดินทางเข้าออกประเทศ โดยใช้เพียงพาสปอร์ต และสามารถพักได้นานถึง ๑๔ วัน ซึ่งเริ่มตั้งแต่วันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๕๓ เป็นต้นมาอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวจากกัมพูชาเดินทางมายังประเทศไทยผ่านจังหวัดตราดเพิ่มขึ้นจำนวนมาก (ผลการศึกษาสถานการณ์ธุรกิจการโรงแรมและที่พักในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี, ๒๕๕๕)

กล่าวโดยสรุปแล้วการท่องเที่ยวในพัทยายังเป็นปัจจัยหลักทางด้านเศรษฐกิจของประเทศและทำให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น เพื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ธุรกิจการโรงแรมในเมืองพัทยาทั้งขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ จึงต้องพัฒนาทั้งอาคารสถานที่ สิ่งสาธารณูปโภค และบุคลากรเพื่อรองรับความเจริญที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว แต่การพัฒนาต่างๆ นั้นควรเป็นไปในทิศทางเดียวกันและพร้อมกัน เพื่อมิให้ก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำหรือปัญหาสังคมที่จะตามมา

๒. ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม

จากการวิจัยพบว่าธุรกิจการโรงแรมในพืดยังคงมีความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสอยู่ เพราะมีนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเดินทางเข้ามาพักตลอดเวลา แต่ประสบปัญหาบ้างที่ไม่มีบุคลากรพูดภาษาฝรั่งเศสได้มากในโรงแรม จึงเลือกใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ดังนั้นโรงแรมบางแห่งจึงยังไม่เห็นความสำคัญของภาษาฝรั่งเศสอย่างเพียงพอ และในสถานการณ์ปัจจุบันที่ภาษาจีน ญี่ปุ่น เกาหลี มีบทบาทมากกว่า ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องการเพิ่มศักยภาพด้านภาษาฝรั่งเศสเท่าใดนัก

อย่างไรก็ดี ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสก็ยังคงมีบทบาทมากในบางส่วนงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแผนกต้อนรับ เพราะเป็นกลุ่มพนักงานที่ต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแรก ส่วนใหญ่แล้วเป็นการทักทายเบื้องต้นเช่น *Bonjour messieurs dames, bienvenue à l'Hôtel.....* เป็นต้น นอกจากนี้เป็นบุคลากรฝ่ายเลขานุการและห้องอาหาร ที่ต้องรับผิดชอบรับคำสั่งเป็นภาษาฝรั่งเศสหรือแนะนำอาหารให้นักท่องเที่ยวฝรั่งเศส

ในการเก็บข้อมูลทั้งหมดพบว่ามีบุคลากรจำนวนน้อยที่สามารถสื่อสารภาษาฝรั่งเศสได้ และการสื่อสารเองก็ยังไม่อยู่ในระดับที่เพียงพอ ทั้งนี้เกิดจากปัจจัยต่างๆ เช่น ไม่ได้ใช้ภาษาฝรั่งเศสทุกวัน หรือไม่ได้เรียนภาษาฝรั่งเศสมาโดยตรงแต่เรียนผ่านการท่องจำบทสนทนาทำให้ใช้ภาษาได้ไม่เต็มที่ และโรงแรมก็มีนโยบายในการเพิ่มศักยภาพด้านภาษาโดยการจัดสอนภาษาฝรั่งเศสเพิ่มเติม และจัดกิจกรรมอื่นๆ อีก ทั้งนี้โรงแรมบางแห่งระบุว่าขอให้ทางสาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาจัดครูอาจารย์มาดำเนินการอบรมภาษาฝรั่งเศสด้านการโรงแรมให้บุคลากร หรือจัดทำคู่มือภาษาฝรั่งเศสอย่างง่ายในชีวิตประจำวันให้บุคลากรได้ศึกษา

๓. การเพิ่มศักยภาพบุคลากรในการใช้ภาษาฝรั่งเศส

โรงแรมส่วนใหญ่มีความเห็นว่าภาษาฝรั่งเศสมีความสำคัญและหากมีความเป็นไปได้ บุคลากรที่ทางโรงแรมรับเข้ามาทำงานควรมีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศที่ ๒ เพิ่มขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม การประกาศรับสมัครงานที่โรงแรมปฏิบัตินั้นไม่ได้ระบุคุณสมบัติว่าต้องรู้ภาษาฝรั่งเศสไว้ เนื่องจากว่าจะปิดกั้นความสามารถในการบริการด้านอื่น แต่โรงแรมอาจมีเงินพิเศษเพิ่มสำหรับค่าวิชาชีพหรือให้ทำงานในตำแหน่งที่ต้องใช้ภาษาโดยตรงก็ได้

ในการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ด้านภาษาฝรั่งเศสนั้น กลุ่มธุรกิจการโรงแรมเห็นว่าอาจเพิ่มจำนวนรับได้ราว ๑ - ๑๐ % เท่านั้น กล่าวคือในบางแห่งอาจรับได้น้อย เนื่องจากเป็นปัญหาเรื่องเงินเดือนและภาระงาน อีกทั้งส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษในระดับดีอยู่แล้ว จึงเห็นว่าไม่มีความจำเป็นมากนัก

โดยสรุปแล้วงานวิจัยนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ๓ ประการคือสำรวจความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในเขตเมืองพัทยา และศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจทางโรงแรมในเขตเมืองพัทยาโดยการใช้ภาษาฝรั่งเศส ผลการศึกษาที่ได้นั้นแสดงว่าในกลุ่มโรงแรมเมืองพัทยามีความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสอยู่เพราะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักมาก แต่ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวลดบทบาทภาษาฝรั่งเศสลงคือภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากล เพราะเมื่อเห็นว่านักท่องเที่ยวสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษแล้วก็ไม่จำเป็นต้องใช้ภาษาอื่นต่อไป กรณีนี้จำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องปลูกฝังให้เห็นว่าบุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศสจะมีสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้น คือสามารถชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักได้ ส่วนแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการโรงแรมในเขตพัทยานั้นสามารถกระทำผ่านสมาคมผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา หรือเทศบาลเมืองพัทยาได้เพราะเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว อาจกำหนดจัดอบรมภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสาร หรือทำคู่มือภาษาฝรั่งเศส แจกบุคลากรโรงแรมต่างๆ

บรรณานุกรม

- Denney G. and Michael J. (2002). *Hotel Management and Operations*. John Wiley & Sons
 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (๒๕๕๓). ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย. วันที่ค้น
 ข้อมูล ๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๗, เข้าถึงได้จาก www.tat.or.th
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (๒๕๕๓). เครือข่ายโรงแรมขนาดใหญ่ของต่างชาติและผู้ประกอบการ
 โรงแรมท้องถิ่นในเขตเมืองพัทยา. วันที่ค้นข้อมูล ๓๑ ตุลาคม ๒๕๕๗, เข้าถึงได้จาก
www.tat.or.th
- จิตตินันท์ นันทิไพบุลย์. (๒๕๕๔). การโรงแรม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- ดุสิต ศิริวรรณ. (๒๕๒๐). พัทยา: สถานตากอากาศนานาชาติ. ตะวันออกปริทัศน์, ๑๑ (๑๐ มิถุนายน
 ๒๕๒๐), ๒๑ - ๓๖
- ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ของ Maslow. (๒๕๕๐). วันที่ค้นข้อมูล ๑๕ ตุลาคม ๒๕๕๗, เข้าถึงได้
 จาก <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=wbj&month=07-12-2007&group=29&gblog=3>.
- เทศบาลเมืองพัทยา. (๒๕๕๗). ประวัติและการพัฒนาเมืองพัทยา. วันที่ค้นข้อมูล ๑๐ ตุลาคม ๒๕๕๗,
 เข้าถึงได้จาก www.pattaya.go.th/city
- ธานี ปิติสุข. (๒๕๓๕). เส้นทางใหม่ของการทำธุรกิจแฟรนไชส์. กรุงเทพฯ: บิ๊กบุ๊ก
- ณรงค์สุข ศิริธนาอนันต์. (๒๕๔๘). การโรงแรมเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
 แนวโน้มธุรกิจโรงแรมเอสเอ็มอี ปี พ.ศ. ๒๕๕๔. (๒๕๕๔). ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- บุญส่ง บุญมาก. (๒๕๔๔). คุณสมบัติของบัณฑิตที่บริษัทฝรั่งเศสในประเทศไทยต้องการ. วารสาร
 สมาคมนักวิจัยทางสังคมศาสตร์. ๖, ๑, ๔๓ - ๖๑.
- ปริญญา ชวลิตดำรง. (๒๕๔๗). ตามรอยตำนานเมืองพัทยา. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
 จำกัด (มหาชน)
- ปิยจิตร สังข์พานิช. (๒๕๕๗). การออกแบบการจัดการเรียนรู้แบบย้อนกลับ อิงกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ
 รายวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่ออุตสาหกรรมการโรงแรมสำหรับระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย.
 วารสารสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย, ๑๒๘ (ก.ค.- ธ.ค. ๒๕๕๗), ๒๔ - ๔๐
- ผลการศึกษาศานาการณ์ธุรกิจการโรงแรมและที่พักในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี (เมือง
 พัทยา). (๒๕๕๕) กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง (๒๕๓๐). การสัมมนาทางวิชาการเรื่อง ภาษาฝรั่งเศสกับการท่องเที่ยวไทย.
 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รายชื่อโรงแรมในเขตเมืองพัทยา. (๒๕๕๗). วันที่ค้นข้อมูล. ๑๐ ตุลาคม ๒๕๕๗, เข้าถึงได้จาก

http://th.tripadvisor.com/SmartDeals-g๒๕๓๘๑๕-Pattaya_Chonburi_Province-Hotel-Deals.html

วิโรจน์ อาลี. (๒๕๕๖). เอกสารการสัมมนา “ฐานทัพอเมริกันในเอเชีย” วันศุกร์ที่ ๒๖ กันยายน ๒๕๕๖.

กรุงเทพฯ: ศูนย์ข่าวสารสันติภาพธรรมศาสตร์

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (๒๕๕๓). คุณภาพในงานบริการ ๑. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (๒๕๕๔). เอกสารการสอนชุดวิชา 32337

การจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม. นนทบุรี: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (๒๕๕๔). บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและ

รีสอร์ทปี ๒๕๕๓. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาหน่วยบริการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริม

อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

สิริจิตต์ เดชอมรชัย และชนยา ด้านสวัสดิ์. (๒๕๕๓). รายงานผลการวิจัยเรื่องแนวโน้มความต้องการ

บัณฑิต สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศสและคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหน่วยงานที่ใช้ภาษา

ฝรั่งเศสในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุจิตรา กาลจักร. (๒๕๕๗). พัทยา: จากวิถีชีวิตชุมชนชาวประมงสู่เมืองท่องเที่ยวระดับโลก.

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๒ (๔๐), ๑๔๑-๑๔๓.

สุปาณี เศาภายน และคนอื่น (๒๕๒๔). ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในวงธุรกิจไทย. กรุงเทพฯ:

สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุพัตรา สร้อยเพชร. (๒๕๕๓). การจัดการการโรงแรม Hotel Management. ขอนแก่น:

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สุวิมล ว่องวานิช. (๒๕๔๘). การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

เอนก นาวิกมูล. (๒๕๕๔). สี่ซัง ความหลังครึ่งรัชกาลที่ ๕. กรุงเทพฯ: แสงดาว

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการโรงแรม
เรื่อง "ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม"

*** **

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการวิจัยเรื่องความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรม:
กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมเมืองพัทยา ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ผู้วิจัยถือเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่ได้
ทั้งสิ้น

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหรือเติมข้อความที่เป็นคำตอบลงในช่องว่าง

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ-สกุล.....

เพศ

ระดับการศึกษา ประกาศนียบัตร

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

ตำแหน่งการทำงาน ผู้บริหาร/ ผู้อำนวยการ

หัวหน้าฝ่ายประสานงานบุคคล

ส่วนที่ ๒ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม

๑. ชื่อโรงแรม.....

เป็นโรงแรมในเครือของ.....

ที่ตั้ง เลขที่..... ถนน.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ.....

จังหวัด.....

เว็บไซต์ติดต่อ.....

๒. จำนวนห้องพัก.....ห้อง แบ่งเป็นระดับต่างๆ ดังนี้

๑.จำนวน.....ห้อง

๒.จำนวน.....ห้อง

๓.จำนวน.....ห้อง

๓. จำนวนบุคลากรภายในโรงแรม.....คน

๔. ในโรงแรมของท่านแบ่งการบริหารงานออกเป็น.....แผนก คือ (โปรดระบุ)

๑.....

๒.....

๓.....

๔.....

๑.....

๕.....

๖.....

๗.....

๘.....

๙.....

๑๐.....

๕. จำนวนแขกเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....คน

จำนวนแขกชาวฝรั่งเศสเข้าพักเฉลี่ยต่อเดือน.....คน

ส่วนที่ ๓ การใช้ภาษาฝรั่งเศสในหน่วยงาน

๑. ปัจจุบันในโรงแรมของท่านมีการใช้ภาษาฝรั่งเศส หรือไม่

ไม่ใช่

ใช่

๒. เหตุใดท่านจึงไม่ใช้ภาษาฝรั่งเศส หรือคิดว่าภาษาฝรั่งเศสไม่จำเป็นต่อธุรกิจการโรงแรม

จำนวนนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสน้อย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก

เจ้าของโรงแรมสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ

ภาษาฝรั่งเศสเรียนรู้อยาก

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๓. ถ้าท่านจำเป็นต้องใช้ภาษาฝรั่งเศสในการติดต่อสื่อสารเป็นครั้งคราว ท่านจะดำเนินการอย่างไร

ใช้ภาษาอื่น (โปรดระบุภาษา)

ใช้ล่ามหรือพนักงานที่พอรู้ภาษาฝรั่งเศส

จ้างแปลเอกสาร

ใช้คนรู้จักภายนอกโรงแรม

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๔. ท่านคิดว่าภาษาฝรั่งเศสมีความจำเป็นในธุรกิจการโรงแรมหรือไม่

- จำเป็น
- ไม่จำเป็น

๕. หากภาษาฝรั่งเศสมีความจำเป็น ท่านคิดว่าเป็นเพราะเหตุผลใด

- ภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาการท่องเที่ยว
- เพราะเจ้านายเป็นชาวฝรั่งเศส
- เพื่อใช้สื่อสารกับบริษัทในเครือ
- ภาษาฝรั่งเศสมีความไพเราะ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๖. หากภาษาฝรั่งเศสไม่มีความจำเป็น ท่านคิดว่าเป็นเพราะเหตุผลใด

- จำนวนนักท่องเที่ยวน้อย
- นักท่องเที่ยวพูดภาษาอังกฤษในการสื่อสาร
- เจ้าของโรงแรมเป็นคนอังกฤษหรือสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ
- ภาษาฝรั่งเศสเรียนยากและไม่ได้เรียนมาตั้งแต่ต้น
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๗. โรงแรมของท่านใช้ภาษาฝรั่งเศสในด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เจรจาทูริซึมในประเทศ | <input type="checkbox"/> เจรจาทูริซึมระหว่างประเทศ |
| <input type="checkbox"/> ติดต่อกับโรงแรมในเครือ | <input type="checkbox"/> ดูนาน/ สัมมนา |
| <input type="checkbox"/> เขียนติดต่อในประเทศ | <input type="checkbox"/> ต้อนรับชาวต่างประเทศ |
| <input type="checkbox"/> จัดงานเลี้ยงรับรอง | <input type="checkbox"/> งานเอกสารต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

๘. ท่านคิดว่าบุคลากรในโรงแรมของท่านรู้ภาษาฝรั่งเศสและสามารถใช้สื่อสารได้ในระดับใด

- มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสระดับดีมาก
- มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสระดับดี
- มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสบ้างแต่ไม่มากนัก
- มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสระดับน้อย
- ไม่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสเลย

๙. ส่วนงานที่มีพนักงานที่รู้ภาษาฝรั่งเศส

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้อำนวยการ | <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่าย |
| <input type="checkbox"/> หัวหน้าแผนก/ หัวหน้าส่วน | <input type="checkbox"/> พนักงานประจำแผนก |
| <input type="checkbox"/> เลขานุการ | <input type="checkbox"/> พนักงานต้อนรับ |

- พนักงานประจำชั้น พนักงานประจำห้องอาหาร
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๑๐. ท่านมีความพอใจในทักษะการสื่อสารภาษาฝรั่งเศสในระดับใด

- เป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง
 เป็นที่พอใจ
 พอใช้ได้
 ยังไม่เป็นที่พอใจ
 ยังไม่เป็นที่พอใจเลย

๑๑. โรงแรมของท่านมีนโยบายส่งเสริมความรู้ภาษาฝรั่งเศสแก่พนักงานหรือไม่

- มี
 ไม่มี

๑๒. หากโรงแรมของท่านมีกิจกรรมพัฒนาทักษะการใช้ภาษาฝรั่งเศสหรือคาดว่าจะจัดกิจกรรมส่งเสริมภาษาฝรั่งเศสให้กับพนักงาน ท่านคิดว่าควรจัดกิจกรรมใด

- ให้ชาวฝรั่งเศสมาสอนภาษาเพิ่มเติม
 จัดกิจกรรมสนทนาภาษาฝรั่งเศสเช่น ดูภาพยนตร์
 ส่งเสริมการเดินทางไปศึกษาดูงานที่ประเทศฝรั่งเศส
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๑๓. ปัจจุบันนี้ โรงแรมของท่านสามารถหาพนักงานที่มีความรู้ในการสื่อสารภาษาฝรั่งเศสได้

- ง่าย
 ยาก
 หาไม่ได้เลย

๑๔. โรงแรมของท่านมีวิธีแจ้งความประสงค์ในการรับสมัครพนักงานอย่างไร

- ลงประกาศแจ้งความในหนังสือพิมพ์
 ประกาศรับสมัครผ่านทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์
 ประกาศผ่านอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์สมัครงานต่างๆ
 ประกาศผ่านสถานศึกษา
 เดินทางไปรับสมัครตามสถานที่ต่างๆ

๑๕. ในการแจ้งรับสมัครงาน โรงแรมของท่านได้ระบุคุณสมบัติความรู้ภาษาฝรั่งเศสหรือไม่

- ระบุ
 ไม่ระบุ

๑๖. ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านควรมีพนักงานที่รู้ภาษาฝรั่งเศส เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมหรือไม่

ควรเพิ่มเติม

ควรลดลง (เพราะเหตุใด).....

ไม่ควรเปลี่ยนแปลงจำนวน

๑๗. ความต้องการพนักงานที่รู้ภาษาฝรั่งเศสที่ท่านคิดว่าต้องการเพิ่มขึ้นในระยะ ๑ - ๕ ปี ข้างหน้า

๑ - ๑๐ %

๑๑ - ๒๐ %

๒๑ - ๓๐ %

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๑๘. ท่านเห็นว่าธุรกิจการโรงแรมในพื้นที่ที่มีความต้องการใช้ภาษาฝรั่งเศสเพิ่มมากขึ้นหรือไม่

เพิ่มมากขึ้น

คงที่

ลดลงจากในระยะ ๑ - ๕ ปี ก่อน

๑๙. ท่านคิดว่าปัจจัยใดเป็นเหตุให้ความต้องการการใช้ภาษาฝรั่งเศสในธุรกิจการโรงแรมในพื้นที่ที่มีความเปลี่ยนแปลง/คงที่ (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

การเมืองระดับชาติ

การเมืองระดับท้องถิ่น

ระบบเศรษฐกิจโดยรวม

การท่องเที่ยว

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

๒๐. หากท่านคิดว่าภาษาฝรั่งเศสมีความจำเป็นในธุรกิจการโรงแรม ท่านคิดว่าสถาบันการศึกษาที่รับผิดชอบผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ภาษาฝรั่งเศสมีส่วนช่วยเหลือท่านได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม