



บทความวิจัย

ร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อีซากายะ

โดย

นางสาวอภิรดี เรืองพดล

รหัสนักศึกษา 05600740

เสนอ

อาจารย์ ดร.ยงยุทธ วิถีไตรรงค์

โครงร่างวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 111 ระเบียบวิธีวิจัยเอเชียศึกษา

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของอักษรศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อวิจัย ร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อีซากายะ

ชื่อผู้วิจัย นางสาวอภิรุจี เรืองนพดล รหัสนักศึกษา 05600740

อาจารย์ที่ปรึกษาหัวข้อ อาจารย์ ดร.ยงยุทธ วิถีไตรรงค์

ปีการศึกษา 2563

คำสำคัญ อีซากายะ ร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่น

บทคัดย่อ

ร้านอีซากายะหรือร้านเหล้าแบบญี่ปุ่น ที่มีทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และอาหารที่เข้ากันกับเครื่องดื่มไวคอยบริการ เป็นสถานที่กินดื่มสังสรรค์รวมกลุ่มของเพื่อนฝูง คนวัยทำงาน มนุษย์เงินเดือนหรือในภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า “ซาลารีแมน (Salary Man)” ที่ทุกคนสามารถสนุกสนานและอโรยไปกับอาหารและเครื่องดื่มในราคาย่อมเยา บางร้านมีการจัด “飲放題” อ่านว่า Nomihodai แปลว่าดื่มได้อย่างไม่อั้นหรือบุฟเฟ้อเป็นหนึ่งในไฮไลท์ของร้านอีซากายะที่ญี่ปุ่นเลยก็ว่าได้ โดยส่วนมากร้านอีซากายะจะรวมตัวกันอยู่บริเวณสถานีใหญ่ อย่างย่านชินจูกุ ย่านชิบูย่า หรือย่านอิเคะบุคุโระ เป็นต้น ซึ่งร้าน อีซากายะได้รับความนิยมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ด้วยบรรยากาศที่เข้าถึงง่าย ไม่เพียงแต่ในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้นที่พบอีซากายะได้แทบทุกเมือง แต่ยังสร้างความนิยมในต่างแดนอีกด้วย แค่เฉพาะกรุงเทพมหานครของเราก็ยังมีร้านแนวนี้ให้เห็นคั่นตากันทุกย่านแล้ว (วิญญู อินทรกำแหง, 2563)

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อีซากายะ เป็นส่วนหนึ่ง ของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study) สารนิพนธ์ชิ้นนี้ สามารถสำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากการกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.ยงยุทธ วิถีไตรรงค์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจสำคัญในการศึกษามาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ ตลอดจนกำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้

อภิรุจี เรืองพดล

สารบัญ

บทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

สารบัญ

สารบัญรูปภาพ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.6 นิยามคำศัพท์

บทที่ 2 ทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับวิจัย

2.1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของร้านอิชากายะ

2.2 ความเชื่อเกี่ยวกับการตี๋มของชาวญี่ปุ่น

2.3 วัฒนธรรมการตี๋มของชาวญี่ปุ่น

2.4 ประเภทเครื่องตี๋มในร้านอิชากายะ

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา

3.5 แหล่งที่มาของข้อมูล

สารบัญ (ต่อ)

3.6 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.7 การจัดทำแบบสอบถามวิจัย

3.7.1 รูปแบบของแบบสอบถาม

3.7.2 ตัวอย่างของแบบสอบถาม

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ประวัติความเป็นมาของร้านอิซากายะ

4.2 ที่มาของคำว่า “อิซากายะ”

4.3 ประเภทของเครื่องดื่มภายในร้านอิซากายะ

4.3.1 เหล้าสาเกหรือเหล้าญี่ปุ่น

4.3.2 โชจู

4.3.3 วิสกี้

4.3.4 เปียร์

4.3.5 ชูไฮ

4.3.6 เหล้าบ๊วย

4.3.7 ซาว่า

4.3.8 ไวน์

4.3.9 ฮอปปี

4.4 วัฒนธรรมการกินดื่มของประเทศญี่ปุ่น

4.4.1 วัฒนธรรมการดื่มในประเทศญี่ปุ่น

4.4.2 การจัดงานสังสรรค์ของคนญี่ปุ่น

4.4.3 การจัดการและลำดับที่นั่ง

สารบัญ (ต่อ)

4.4.4 การเริ่มต้นการดื่ม

4.4.5 การกล่าวคำว่า “คัมไป” ก่อนการดื่ม

4.4.6 วิธีการรินเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบญี่ปุ่น

4.4.7 วัฒนธรรมการชนแก้ว

4.4.8 เมนูแบบ Nomihoudai หรือ All you can drink

4.4.9 การเสิร์ฟโอโตชิหรืออาหารเรียกน้ำย่อย

4.4.10 วัฒนธรรมการให้ผ้าโอชิโบริ

4.4.11 การกินอาหารปิดท้ายเพื่อจบค่ำคืน

4.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ

4.6 ความประทับใจที่ได้รับการร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะหลังได้รับบริการ

4.7 ความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะครั้งนี้

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

สารบัญรูปภาพ

- ภาพที่ 1 ภาพบรรยากาศภายในร้านอิซากา
- ภาพที่ 2 ภาพการจัดที่นั่งรับรองผู้มารับบริการร้านอิซากายะ
- ภาพที่ 3 ภาพเครื่องดื่มประเภทเหล้าสาเกหรือนิงชู
- ภาพที่ 4 ภาพเครื่องดื่มประเภทโซจูหรืออะวาโมริ
- ภาพที่ 5 ภาพเครื่องดื่มประเภทวิสกี
- ภาพที่ 6 ภาพเครื่องดื่มประเภทเบียร์ (Asahi)
- ภาพที่ 7 ภาพเครื่องดื่มประเภทชูไฮ
- ภาพที่ 8 ภาพเครื่องดื่มประเภทเหล้าบ๊วย
- ภาพที่ 9 ภาพเครื่องดื่มประเภทชาว่า
- ภาพที่ 10 ภาพเครื่องดื่มประเภทไวน์
- ภาพที่ 11 ภาพเครื่องดื่มประเภทฮ็อปปี้
- ภาพที่ 12 การจัดลำดับการนั่งแบบโตะะกลม
- ภาพที่ 13 การจัดลำดับการนั่งแบบโตะะเหลี่ยม
- ภาพที่ 14 ภาพการรินเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ภาพที่ 15 ภาพโอโตชิหรืออาหารเรียกน้ำย่อย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของวิจัย

เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 400 ปี นับตั้งแต่สมัยเอโดะซึ่งเป็นสมัยที่วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ มีความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งยังคงหลงเหลือและสืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน เช่น ละครโน พิธีการชงชา วัฒนธรรมการดื่มชา การจัดดอกไม้แบบญี่ปุ่น(คาโด) รวมไปถึงวัฒนธรรมการกินดื่มของคนญี่ปุ่น (LIVE JAPAN PERFECT GUIDE, 2560)

วัฒนธรรมการกินดื่มของคนญี่ปุ่นเป็นการดื่มสังสรรค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคล ตั้งแต่กลุ่มเพื่อน กลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้อง เพื่อนร่วมงาน เจ้านายลูกน้องหรือแม้แต่ผู้ร่วมธุรกิจก็มีการจัดการสังสรรค์บนโต๊ะอาหารพร้อมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่เสมอเป็นเรื่องธรรมดา และชาวญี่ปุ่นเองก็มีกฎระเบียบทางสังคมและวัฒนธรรมในการจัดการดื่มสังสรรค์ที่น่าสนใจและแตกต่างไปจากประเทศอื่นๆ (OhHotrip, 2563)

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เปิดกว้างในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสามารถดื่มได้อย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ (City Cost, 2560) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเบียร์ที่บริโภคในประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเบียร์ที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 98.6 ของปริมาณการจำหน่ายเบียร์ในประเทศ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563) รวมถึงมีการจัดตั้งตู้จำหน่ายสินค้าจำพวกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ยิบในบางที่ เช่น เขต Yurakucho จังหวัดโตเกียว เว้นแต่ในบางสถานที่ที่มีกฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบที่ชัดเจนเคร่งครัดของสถานที่นั้น (City Cost, 2560)

แต่ในขณะเดียวกันประเทศญี่ปุ่นก็มีการกำหนดกฎหมายอย่างเคร่งครัดเพื่อความเป็นระเบียบในสังคม ซึ่งมีการกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจน ทั้งบทลงโทษสำหรับการขับชี่ภายใต้อิทธิพลของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บทลงโทษสำหรับผู้ให้รถแก่คนขับที่ดื่มแอลกอฮอล์ หรือบทลงโทษสำหรับผู้ให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นกำลังใจในการขับชี่ยานพาหนะ โดยหากมีปริมาณแอลกอฮอล์ในอากาศแตกต่างกันเพียง 0.1 บทลงโทษก็แตกต่างกันออกไปตามปริมาณแอลกอฮอล์ (City Cost, 2560)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงอยากศึกษาในประเด็นของร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ ทั้งความเป็นมาและความสำคัญของร้านอิซากายะ ลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอิซากายะ ความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของร้านอิซากายะ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาประเภทเครื่องดื่มในร้านอิซากายะ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอิซากายะ
- 1.2.4 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น
- 1.2.5 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

- 1.3.1 ทราบถึงประวัติความเป็นมาและความสำคัญของร้านอิซากายะ
- 1.3.2 ทราบถึงประเภทเครื่องดื่มในร้านอิซากายะ
- 1.3.3 ทราบถึงลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอิซากายะ
- 1.3.3 ทราบถึงความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น
- 1.3.4 ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ
- 1.3.5 เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าของผู้ต้องการทำความเข้าใจประวัติความเป็นมา วัฒนธรรมการดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ ความแตกต่างในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นในกรณีศึกษาร้านอิซากายะ

1.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา : อิซากายะ มีขอบเขตดังนี้

- 1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ทำแบบสอบถามเป็นชาวไทยจำนวน 75 คน

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้ เนื้อหาที่กำหนดในการศึกษา ผู้ศึกษาจะเลือกที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะและความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ซึ่งขอบเขตในการศึกษานั้นจะมุ่งเน้นจากแบบสอบถาม

1.5 นิยามศัพท์

ร้านอิซากายะ หมายถึง ร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น ด้านหน้ามักมีการประดับด้วยคอมซีแดง และมีอาหารญี่ปุ่น เครื่องดื่มให้เลือกสรร

บทที่ 2

บททวนแนวความคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องการวิจัย

เอกสารที่ใช้เป็นกรอบความคิดที่วิจัย ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวกับลักษณะวัฒนธรรม ความเชื่อเกี่ยวกับการตี๋มของชาวญี่ปุ่น เอกสารที่เกี่ยวกับประเภทอาหารและเครื่องตี๋มในร้านอิซากายะ เอกสารเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของร้านอิซากายะ และเอกสารที่เกี่ยวกับการพัฒนาและการกระจายตัวของร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

2.1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของร้านอิซากายะ

ประวัติความเป็นมาของร้านอิซากายะเริ่มต้นในสมัยเอโดะ (ค.ศ.1603-1868) ในสมัยดังกล่าวมีการให้บริการเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์หรือสาเกมุมเล็กๆในร้านค้า ต่อมาไม่นานร้านค้าเหล่านี้ตัดสินใจให้บริการอาหารท้องถิ่นเป็นของว่าง และด้วยนิสัยของผู้ชาย หลังเลิกงานมักมีการหาสถานที่นั่งกินตี๋ม พบปะพูดคุยกันระหว่างเพื่อนร่วมงานไปจนถึงหัวหน้าเพื่อกระชับความสัมพันธ์ ประมาณปี ค.ศ.1970 ร้านอิซากายะเน้นให้บริการพนักงานหรือมนุษย์เงินเดือน และต่อมาในช่วง ค.ศ.1980 ร้านอิซากายะได้พัฒนารูปแบบจากที่เป็นร้านค้าขนาดเล็ก เป็นร้านขนาดใหญ่ที่มีโต๊ะรับรองทั้งลูกค้าแบบกลุ่มใหญ่ หรือเคาเตอร์รับรองสำหรับลูกค้า 1-3 คน เริ่มมีเมนูอาหารเพิ่มมากขึ้น และมีราคาที่ย่อมเยา จนทำให้ปัจจุบันอิซากายะเป็นที่นิยมของทุกคน ตั้งแต่ นักศึกษาไปจนถึงมนุษย์เงินเดือน ทั้งชายและหญิง สำหรับตี๋มหลังเหนื่อล้าจากงานเรียนและการทำงาน (J.L.for Japan Experience, 2017)

ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ไปอิซากายะเพื่อตี๋มเป็นหลักก็จริง แต่การที่ตี๋มแอลกอฮอล์โดยที่ไม่มีอาหารรองท้องก่อน จะทำให้เมาได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นสาเหตุให้อิซากายะมีอาหารจานเล็กๆให้ทานขณะตี๋ม และร้านอิซากายะนอกเหนือจากการเป็นสถานที่ตี๋มแล้วยังเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการลิ้มลองความอร่อยของอาหารญี่ปุ่นที่หลากหลาย ไม่ว่าจะป็นซาซิมิ ของทอด หรือผักตามฤดูกาล (David Watts Barton, 2017)

2.2 วัฒนธรรมและความเชื่อเกี่ยวกับการตี๋มของชาวญี่ปุ่น

ในสมัยก่อนประเทศญี่ปุ่นมีธรรมเนียมที่เรียกว่า “เซตไต” เป็นธรรมเนียมเพื่อสร้างโอกาสการเจรจาธุรกิจให้เป็นไปอย่างราบรื่น คนญี่ปุ่นเชื่อว่าแม้จะเป็นคนที่ไม่คุ้นเคยกันนัก แต่เมื่อมีโอกาสตี๋มกิน เล่นกีฬา หรือเล่นเกมด้วยกันจะเกิดความสนิทสนมขึ้นเองโดยธรรมชาติ โดยเฉพาะเวลาต้อนรับลูกค้า ฝ่ายต้อนรับคงมีความคิดเหมือนกันทั่วโลกว่า การพยายามทำให้ลูกค้าพึงพอใจว่าได้ใช้เวลาอย่างคุ้มค่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด คำว่า “เซตไต” ในภาษาญี่ปุ่นจึงหมายถึง การดูแลต้อนรับลูกค้าอย่างดีที่สุด ที่ประเทศญี่ปุ่นธรรมเนียมการดูแลต้อนรับฝั่งรากลึกมานานจน เมื่อไม่นานมานี้เริ่มมีการเก็บภาษีค่าใช้จ่ายในการดูแลต้อนรับและค่าสังสรรค์ของบริษัทอย่างเข้มงวด รวมทั้งมีการออกกฎหมายที่มีบทลงโทษอย่างรุนแรง เนื่องจากคล้ายกับการรับสินบท แต่

ถ้าจะกล่าวว่าธรรมเนียมการดูแลต้อนรับหมตจากสังคมญี่ปุ่นไม่อย่างสิ้นเชิงแล้วก็คงไม่ใช่ เพียงแต่กลายเป็นรูปแบบที่มองเห็นยากขึ้นเท่านั้นใน (ฮารุโตะ ทสึชิยะ, 2557:106-107)

ปัจจุบันยังคงมีวัฒนธรรมการดื่ม หรือ โนมิโก (飲み会) เป็นชื่อเรียกวัฒนธรรมการดื่มที่เกิดขึ้นตามร้านอาหารและผับแบบบาร์นั่งเสิร์ฟ (Isakaya – อิชากายะ) โดยคำนี้มาจากมาจากคำว่า โนมิ (飲み) ที่แปลว่าดื่ม และ ไก (会) ที่แปลว่า งานรวม งานประชุม แปลรวมๆ แล้ว โนมิโก (飲み会) จึงแปลว่า งานสังสรรค์ที่เน้นการดื่มมากกว่าการกิน และเป็นการสังสรรค์กันหลังเลิกงานนั่นเอง ที่มาของ 飲み会 เกิดมาจากสภาพสังคมของญี่ปุ่น โดยเฉพาะสังคมการทำงานที่ตึงหนักรัดกุม บางครั้งเหล่านักวิชาชีพเงินเดือนทั้งหลายก็อาจจะมีปัญหาอดอันตันใจ พูดกับใครก็ไม่ได้ จะบอกหัวหน้าก็กลัวจะเกิดปัญหา เพราะญี่ปุ่นยึดถือลำดับชั้นและความอาวุโส ดังนั้น การมีชั่วโมงโนมิโกที่ทำให้เจ้านายไปเลี้ยงเหล้าลูกน้อง จึงถือเป็นการพักผ่อนและละลายพฤติกรรมในคราวเดียวกัน นอกจากนี้ ชั่วโมงโนมิโก ยังทำให้เกิดคำใหม่ขึ้นมาคือคำว่า Nomination เกิดจากการรวมคำว่า ดื่ม (飲み nomi) และ communication (การสื่อสาร) เข้าไว้ด้วยกันหลายๆ คนจึงเลือกที่จะใช้ชั่วโมงโนมิโก เป็นชั่วโมงแห่งการปลดปล่อย พูดคุยสิ่งที่อัดอันอยู่ในเวลาทำงาน หรือจะเรียกว่า 飲み会 คือชั่วโมงแห่งความสุขก็ว่าได้

คนญี่ปุ่นถือว่าการดื่มเป็นมารยาททางสังคมอย่างหนึ่ง พบว่าทสึชิยะเปอร์เซ็นต์ของผู้ดื่มเป็นพนักงานบริษัทที่นิยมดื่มเพื่อเลี้ยงลูกค้าหรือดื่มเพื่อนร่วมงาน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของงานและเป็นการแสดงความภักดีต่อบริษัท ดังนั้นการปฏิเสธการดื่มกับหัวหน้าอาจมีผลเสียในเรื่องงาน จะมีเพื่อนร่วมงานคอยรินเหล้าให้คุณอยู่เสมอและคุณก็ต้องดื่มสักเล็กน้อยเพื่อให้คนรินให้อีก (เพื่อไม่ให้คนรินเสียหน้า) คล้ายๆ เป็นการกดดันทางสังคมอย่างหนึ่ง นอกจากนี้มีคนกล่าวว่าความเมตตากรุณาและการแข่งค้ด้วยกันในตอนเช้าสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทีม (Alcohol Rhythm, 2020)

2.3 วัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่น

2.3.1 การกล่าวคำว่า “คัมไป (kanpai)” ก่อนเริ่มต้นดื่ม การกล่าวคำว่า “คัมไป” ถือเป็นการเริ่มต้นความสนุกและเพิ่มพลังงานบนโต๊ะอาหารในมือนั้น หากคุณดื่มเครื่องดื่มก่อนพูดคำว่า “คัมไป” ซึ่งแปลว่า “ชนแก้ว” เป็นการแสดงว่าทุกคนพร้อมที่จะดื่มแล้ว และอาจได้ยินคำว่า “โอสึกาเรซามะเดส” ซึ่งเป็นการกล่าวคำขอบคุณระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นการขอบคุณสำหรับการทำงานอย่างหนักและเหน็ดเหนื่อย (All About Japan, 2016)

2.3.2 เริ่มต้นคำคินควรเริ่มจากเบาๆ นั่นคือ “เปียร์” ก่อน ถ้าหากเพื่อนๆ ไปดื่มเหล้ากับเจ้านายชาวญี่ปุ่นหรือกินเหล้าที่ญี่ปุ่นเป็นกลุ่มใหญ่ สิ่งแรกที่ควรสั่งมาก็คือ “(nama biru)” หรือ draft beer ถือเป็นการเริ่มต้น

การเที่ยวกลางคืนแบบเบาๆ ถ้าหากเพื่อนๆ ยังไม่yantimbeer ก็ไม่จำเป็นต้องสั่งตอนนี้ก็ได้ครับ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วเขาก็มักจะเริ่มดื่มเบียร์กันก่อน ส่วนพวกสาเกหรือไวน์ค้อยดื่มทีหลัง (IKIDANENIPPON, 2020)

2.3.3 วิธีรินเครื่องดื่มแบบญี่ปุ่น คือให้ถือขวดด้วยสองมือ และรอเจ้าของแก้วถือแก้วขึ้นมาก่อน หรือถ้าหากเขาไม่ถือ (บางทีอาจจะไม่ทันสังเกต) สามารถรินให้เลยได้ ที่ญี่ปุ่นไม่จำเป็นต้องรินตามลำดับอายุหรืออายุงาน แต่คนที่อายุน้อยที่สุดหรือเป็นเด็กใหม่ต้องเป็นคนริน โดยให้รินตามเส้นทางที่สะดวกได้เลย (Haruuka Kobayashi, 2014)

2.3.4 ถ้าเหลือน้อยก็รินเพิ่มเข้าไปเลย มารยาทอย่างหนึ่งในการดื่มเหล้าที่ญี่ปุ่นคือต้องไม่ปล่อยให้แก้วของอีกฝ่ายว่างครับ ในกรณีที่ดื่มโดยการรินจากขวด ควรรินให้แก้วของอีกฝ่ายเต็มอยู่เสมอ อย่าปล่อยให้เหลือน้อย ตอนที่รินให้หันด้านฉลากขึ้นและการรินจากขวดที่มีเหลืออยู่เยอะที่สุดก็เป็นมารยาทเช่นกันครับ ในกรณีที่ดื่มไม่เหมือนกัน ก็ให้ถามว่า"จะดื่มอะไรไหมครับ" (Haruuka Kobayashi, 2014)

2.3.5 เวลามีคนรินเครื่องดื่มให้ เราจะต้องประคองแก้วให้เอียงในองศาที่รินง่าย ด้วยสองมือ เหมือนเป็นการเกรงใจนิดๆ นอกจากนี้ ปกติแล้วจะต้องรินกลับให้ด้วย ฉะนั้นเวลาอยากจะทำเครื่องดื่มของตัวเอง ให้เติมให้คนอื่นก่อน แล้วคนนั้นจะเติมกลับให้เราเป็นมารยาท (All About Japan, 2016)

2.3.6 โอโตชิ (Otooshi お通し) ในภูมิภาคคันไซจะถูกเรียกว่า สึคิดาชิ (Tsukidashi 突き出) ซึ่งมีความหมายว่า การผ่าน ในวัฒนธรรมร้านอาหารของญี่ปุ่นหมายถึงอาหารเรียกน้ำย่อยไว้ อย่างที่ทราบกันดีว่าประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีวัฒนธรรมการให้ทิป แต่ร้านอาหารนั้นมีวิธีการเก็บทิปของเขาอยู่แล้วโดยไม่ต้องรับทิปจากลูกค้า นั่นก็คือการเรียกเก็บจาก "โอโตชิ" นั่นเอง เพื่อเป็นการเก็บค่าบริการ โดยส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ที่ประมาณ 500 เยน ถึง 1000 เยน ทานเล่นระหว่างรออาหารที่สั่ง โดยทั่วไปสามารถพบเห็นได้ตามร้านอิซากายะ โอโตชิจะถูกนำมาเสิร์ฟแม้ว่าลูกค้าจะยินยอมหรือไม่ก็ตาม เรียกได้ว่าเป็นการเรียกเก็บทิปแบบบังคับ (IKIDANENIPPON, 2019)

2.3.7 ระมัดระวังตอนชนแก้ว ระหว่างที่ชนแก้วนั้น ตำแหน่งของแก้วก็ถือว่าสำคัญ ต้องแน่ใจว่าแก้วของตนเอง อยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่าเรา เช่นเจ้านายญี่ปุ่น ถือว่าเป็นการแสดงความนอบน้อมไม่หยิ่งยโสออกมานั่นเองครับ (Guest Author, 2018)

2.3.8 Nomihoudai หรือโปรโมชันดื่มไม่อั้นในเวลาจำกัด โดยมักพบร้านสไตล์ "izakaya" ไม่ว่าจะอยู่ในเมืองไทยหรือตอนเที่ยวญี่ปุ่น ร้านเหล่านี้มักจะมีโปรโมชันพิเศษ จะจำกัดเวลาอยู่ที่ 90 – 180 นาที (Ai Yoneda, 2016)

2.3.9 คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มักปิดท้ายด้วยราเมน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะทำอย่างนี้กันทุกคน ร้านราเมนโดยเฉพาะใจกลางเมืองใหญ่ก็จะเปิดให้บริการจนถึงรถไฟหมดเที่ยวสุดท้าย คนญี่ปุ่นเชื่อว่าเมื่อร่างกายเมื่อมีการดูดซึมแอลกอฮอล์เข้าไปแล้ว แอลกอฮอล์บางส่วนจะถูกทำลายโดยตับ ซึ่งในการทำเช่นนั้นจำเป็นต้องมีน้ำตาลในเลือด หากดื่มแอลกอฮอล์มากน้ำตาลในเลือดก็จะลดต่ำตามลงไปด้วย ซึ่งขณะเดียวกันปริมาณโพแทสเซียม โซเดียมก็ต่ำลงด้วยเช่นกัน ร่างกายจึงต้องการน้ำตาล อะลานีน ออร์นิทีนมากขึ้น เพราะฉะนั้นราเมนอาหารที่มีส่วนประกอบที่ร่างกายต้องการไม่ว่าจะเป็นน้ำซุปรกระดูกหมูหรือน้ำซุปรคอมบุ และเมื่อดื่มแอลกอฮอล์มากร่างกายก็ต้องการน้ำ ราเมนจึงเป็นอาหารที่เหมาะสมมากหลังดื่มหนัก (FUN JAPAN Team, 2019)

2.4 ประเภทของเครื่องดื่มในร้านอิซากายะ

2.4.1 เบียร์ (ビール) คนญี่ปุ่นออกเสียงคำว่าเบียร์ว่า “ปี-รุ” เบียร์ของคนญี่ปุ่นนั้นมีหลายยี่ห้อด้วยกัน เช่น Asahi, Kirin, Ebisu เป็นต้น และนอกจากนี้เบียร์ยังแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ เบียร์สด(นามะปีรุ) และ เบียร์ขวด(บิง ปีรุ) (IKIDANENIPPON, 2020)

2.4.2 สาเก, เหล้าญี่ปุ่น (日本酒) ในภาษาญี่ปุ่น สาเกแปลว่า “เหล้า” ส่วนเหล้าสาเกญี่ปุ่นจริงๆ นั้นเรียกว่า “นิฮงชู” ในเมนูเครื่องดื่มหมวดนิฮงชูจะมีชื่อชนิดต่างๆ ให้เลือกมากมาย รสชาติของแต่ละที่จะแตกต่างกันออกไป และหากต้องการดื่มสาเกอุ่นจะเรียกว่า “อะซึกัง(熱燗)” (IKIDANENIPPON, 2020)

2.4.3 เหล้าบ๊วย (อุเมะฉู/梅酒) เหล้าบ๊วยหวานๆ สามารถเลือกซื้อของยี่ห้อที่ชอบ และเลือกวิธีการดื่มได้ตั้งนี้มีซูวาริ (水割り) ผสมน้ำโซดาวาริ (ソーダ割) ผสมโซดา และแบบสุดท้ายร็อกกุ (ロック) แบบไม่ผสม (IKIDANENIPPON, 2020)

2.4.4 ไวน์ (ไวอิน, ワイン) ไวน์เองก็มีไวน์ขาวไวน์แดง คนญี่ปุ่นออกเสียงดังนี้ ไวน์แดงคือ อากะไวอิน(赤ワイン) และไวน์ขาว คือ ชิโระไวอิน(白ワイン) (IKIDANENIPPON, 2020)

2.4.5 ไฮบอล (Highball, ハイボール) เป็นเมนูเครื่องดื่มผสมวิสกี้ Highball(ไฮโบรุ) คือ วิสกี้ผสมโซดา Cola Highball(โคล่า ไฮโบรุ) คือ วิสกี้ผสมโค้ก Ginger Highball(จินจ่า ไฮโบรุ) คือ วิสกี้ผสมจินเจอร์

2.4.6 จูไฮ(酎ハイ/チュウハイ) เป็นเครื่องดื่มที่ทำจากโซจูญี่ปุ่นผสมกับโซดา (IKIDANENIPPON, 2020)

2.4.7 ซาว่า(サワー) ซาว่ามาจากคำว่า sour ที่แปลว่าเปรี้ยวในภาษาอังกฤษ เป็นการนำโชดา และ น้ำผลไม้รสเปรี้ยวมาผสมกับโชจู เช่น เลมอนซาว่า = โชจูผสมเลมอน (IKIDANENIPPON, 2020)

2.4.8 โชจู(焼酎) อวาระโมริ(泡盛) จัดอยู่ในเครื่องดื่มประเภทกลั่นเหมือนกัน แตกต่างกันตรง วัตถุประสงค์ โชจูกลั่นด้วยข้าวญี่ปุ่น ส่วนอวาระโมริกลั่นมาจากข้าวไทย จึงให้สัมผัสที่แตกต่างกัน (IKIDANENIPPON, 2020)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลทุติยภูมิใช้ข้อมูลจากหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการกินดื่มแบบญี่ปุ่น เช่น ลักษณะวัฒนธรรมการกินดื่มแบบญี่ปุ่น ประวัติความเป็นมาของร้านอิซากายะ วัฒนธรรมร้านอิซากายะที่แตกต่างกันในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ประเภทอาหารและเครื่องดื่มในร้านอิซากายะ ไปจนถึงเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น เช่น รีวิวประสบการณ์การท่องเที่ยวร้านอิซากายะที่มีชื่อเสียงในประเทศญี่ปุ่น รวมถึงแบบสอบถามที่ผู้จัดทำวิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การเข้ารับบริการร้านอิซากายะในประเทศไทยหรือประเทศญี่ปุ่นอย่างน้อยหนึ่งประเทศ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาเกี่ยวกับร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากรายงานวิจัย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น และจัดทำแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อวิเคราะห์และสรุปผล

3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ดังนี้

- 3.3.1 ศึกษาความเป็นมาและความสำคัญของร้านอิซากายะ
- 3.3.2 ศึกษาลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอิซากายะ
- 3.3.3 ศึกษาความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น
- 3.3.4 จัดทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์โดยตรงของผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ

โดยพิจารณาข้อมูลจากหนังสือและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับข้อมูลร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ และนำเสนอข้อมูล รูปภาพ และกราฟวงกลมในรูปแบบการเขียนเชิงบรรยาย

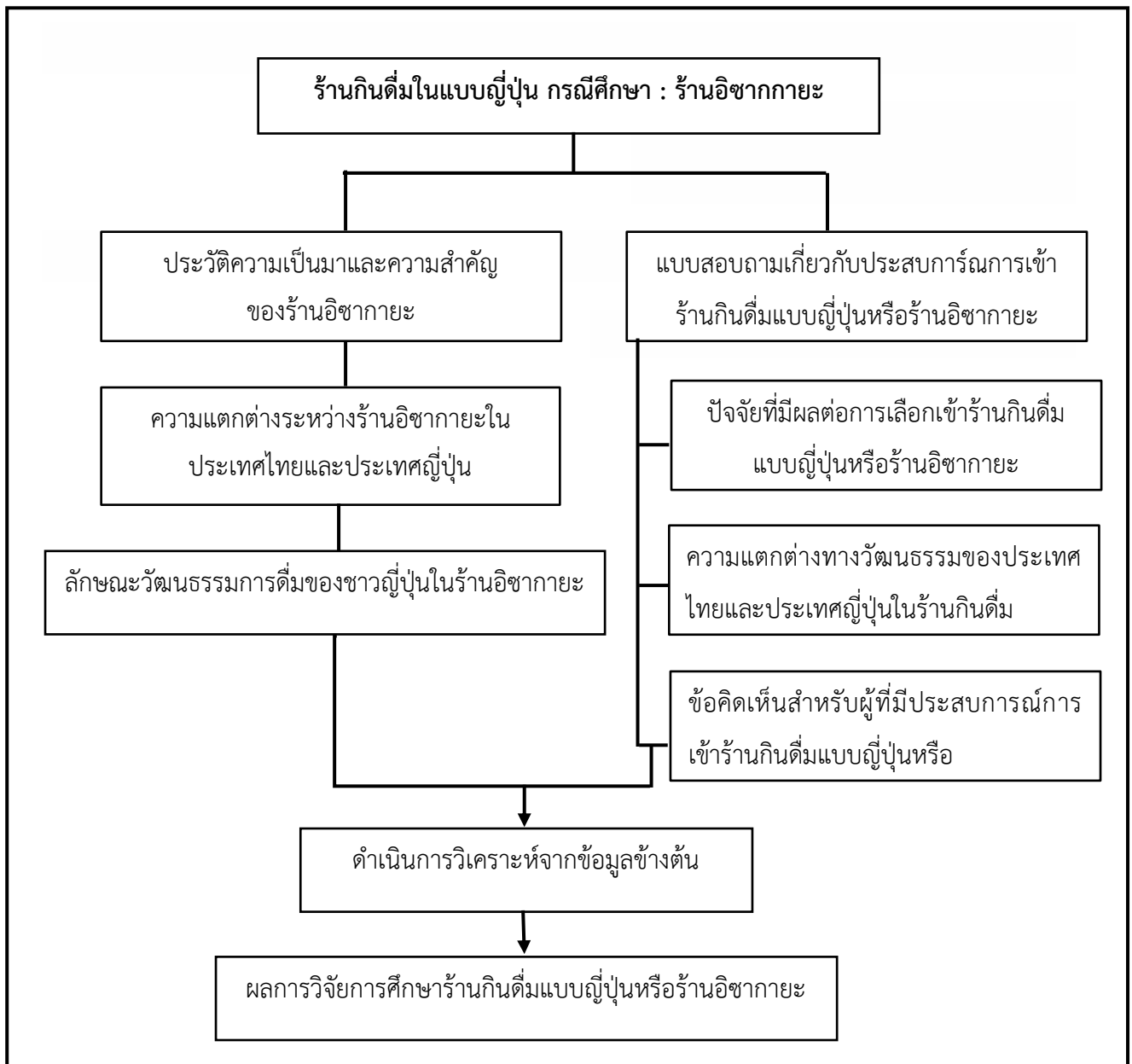
3.4 เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา

- 3.4.1 เครื่องคอมพิวเตอร์
- 3.4.2 โปรแกรม Microsoft Word 2013
- 3.4.3 Browser Google Chrome
- 3.4.4 Google Form

3.5 แหล่งที่มาของข้อมูล

- 3.5.1 หอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
- 3.5.2 หอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 3.5.3 บทความวิจัย
- 3.5.4 สื่อออนไลน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง
- 3.5.5 การทำแบบสอบถามสำหรับผู้เคยเข้ารับบริการร้านอิชากายะ

3.6 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์



กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย (2564)

3.7 การจัดทำแบบสอบถามวิจัย

การจัดทำวิจัยหัวข้อร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อีซากายะ โดยใช้รูปแบบการประเมิน ซึ่งการจัดทำแบบสอบถามจะจัดทำตามวัตถุประสงค์ของวิจัย คือ เพื่อศึกษาลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอีซากายะและความแตกต่างระหว่างร้านอีซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น โดยกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ที่มีประสบการณ์เข้าร้านอีซากายะไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือประเทศญี่ปุ่น อายุ 20 ปีขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ วุฒิการศึกษา อาชีพ และเงินเดือน เป็นจำนวน 50-100 ตัวอย่าง

3.7.1 รูปแบบของแบบสอบถาม

1. วัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม
 - 1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ
 - 1.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นในร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ
 - 1.3 เพื่อสอบถามข้อคิดเห็นสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์การเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ
2. หมวดหมู่หรือประเด็นของเนื้อหา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
 - 2.1 ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม
 - 2.2 ส่วนที่ 2 : ประสบการณ์ในการเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ
 - 2.3 ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นของผู้ทำแบบสอบถามที่มีต่อร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ
3. ประเภทของคำถาม แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้
 - 3.1 คำถามถามความคิดเห็น ทศนคติ
 - 3.2 คำถามถามพฤติกรรม
4. รูปแบบของคำถาม

มีแบบเลือกตอบในส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐาน โดยหากผู้ทำสอบถามไม่ต้องการระบุจะมีข้อให้เลือกว่าไม่ต้องการระบุ และมีแบบให้ตอบคำถามสั้นๆแบบปลายเปิดในส่วนที่ 2 และ 3 : เกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นของผู้ทำแบบสอบถามที่มีต่อร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ

3.7.2 ตัวอย่างของแบบสอบถาม

คำถามในแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ โดยหากผู้ทำสอบถามไม่ต้องการระบุจะมีข้อให้เลือกว่าไม่ต้องการระบุ และมีแบบให้ตอบคำถามสั้นๆแบบปลายเปิดเกี่ยวกับประสบการณ์และความคิดเห็นของผู้ทำแบบสอบถามที่มีต่อร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ เป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 เพศ

- เพศชาย
- เพศหญิง
- LGBTQ+
- ไม่ต้องการระบุเพศ

1.2 อายุ

- อายุ 20-25 ปี
- อายุ 26-29 ปี
- อายุ 30-35 ปี
- อายุ 35 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก
- อื่นๆ

1.4 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ข้าราชการรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานเอกชน
- เจ้าของธุรกิจ/ประกอบกิจการส่วนตัว
- พ่อบ้าน/แม่บ้าน
- อื่นๆ

1.5 รายได้ (บาท)

- ต่ำกว่า 15,000

- 15,001-20,000
- 20,001-25,000
- 25,000 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ประสบการณ์ในการเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ (ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น)

2.1 ท่านเคยมีประสบการณ์การเข้าร้านอิซากายะที่ประเทศใดบ้าง

- ประเทศไทย
- ประเทศญี่ปุ่น
- ทั้ง 2 ประเทศ

2.2 ท่านเคยเข้าร้านอิซากายะกี่ครั้ง

- 1-5 ครั้ง
- 5-10 ครั้ง
- 10 ครั้งขึ้นไป

2.3 ความถี่ในการเข้าร้านอิซากายะของท่าน

- 1-2 ครั้ง/สัปดาห์
- 1-2 ครั้ง/เดือน
- 1-2 ครั้ง/ปี
- นานๆครั้ง
- อื่นๆ

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นที่มีต่อร้านอิซากายะ

3.1 สาเหตุที่ท่านเลือกเข้ากินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ

3.2 คิดว่าร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นเหมือนหรือต่างกันอย่างไรในมุมมองของท่าน (กรณีผู้ที่เคยเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะทั้งในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น)

3.3 ท่านคิดว่าร้านอิซากายะมีอะไรที่น่าประทับใจหรือน่าประหลาดใจกว่าร้านกินดื่มทั่วไป

3.4 ท่านอยากไปร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะอีกหรือไม่

- อยากไป
- ไม่อยากไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษเกี่ยวกับร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ ในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการการเลือกเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ วัฒนธรรมการกินดื่มของประเทศญี่ปุ่น รวมถึงความแตกต่างกันระหว่างร้านอิซากายะในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย

4.1 ประวัติความเป็นมาของร้านอิซากายะ

飯野亮一 (2561) ร้านอิซากายะมีประวัติศาสตร์ยาวนาน ในอดีตมีหนังสือ “ โคจิกิ (古事記 : こじき) ” ซึ่งเป็นหนังสือประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศญี่ปุ่นมีการบันทึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มแอลกอฮอล์ที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในคนธรรมดาทั่วไป เป็นเพียงที่รู้จักแคในคนระดับสูงเท่านั้น ร้านอิซากายะเริ่มเป็นที่รู้จักในสมัยเอโดะ (ราวปี ค.ศ.1603-0868) และได้รับความนิยมนะลอกแรกในช่วงการปฏิวัติเมจิหรือที่เรียกกันว่า การฟื้นฟูเมจิ และอีกร้อยปีถัดมาร้านอิซากายะก็ได้ทวีความนิยมขึ้นมาจนการเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย และกลายเป็นที่นิยมขึ้นเรื่อยๆจนถึงปัจจุบัน

วรัญญ อินทรกำแหง (2563) ร้านอิซากายะเริ่มมาตั้งแต่สมัยเอโดะ (ราว ค.ศ. 1603-1868) เมื่อมีร้านเหล้าร้านหนึ่งที่เดิมอนุญาตให้ลูกค้ายืนดื่มภายในร้าน ต่อมาก็เพิ่มการให้บริการด้วยการเสิร์ฟกับแกล้มให้กินเคียงด้วย เมื่อได้รับความนิยมมากขึ้นจึงตัดสินใจขายอาหารร่วมด้วย จนร้านอื่นๆ ทำตามและแพร่หลาย อิซากายะเริ่มได้รับความนิยมนะลอกแรกในยุคฟื้นฟูเมจิ เป็นช่วงที่ญี่ปุ่นกำลัง Modernize ประเทศ อีกนัยร้อยปีถัดมา ที่อิซากายะทวีความนิยมขึ้นมาก จนกลายเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย นานวันเข้าผู้คนก็นิยมพากันมาสังสรรค์กันที่อิซากายะ โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานบริษัท มนุษย์เงินเดือน ที่มักจะมาสังสรรค์กินดื่มกันหลังเลิกงาน เพื่อคลายความเครียดและเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างกัน



ภาพที่ 4.1 ภาพบรรยากาศภายในร้านอิซากายะ

ที่มา : tokyocheapo (2019)

วรรณัญ อินทรกำแหง (2563) จิตวิญญานของร้านกินดื่มแนวอิซากายะคือ บรรยากาศเป็นกันเอง สบายๆ ไม่เป็นทางการ ซึ่งจะตรงข้ามกับร้านอาหารโคเชกิ ซึ่งมีธรรมเนียมที่เป็นทางการกว่า ในช่วงปี ค.ศ. 1970 สถานที่ในลักษณะนี้มักจะสงวนไว้สำหรับชาวพนักงานออฟฟิศมนุษย์เงินเดือน จนกระทั่ง 10 ปีต่อมา ธุรกิจร้านอิซากายะในลักษณะเช่นนี้ได้รับการพัฒนาขึ้น โมเดลนี้รวมถึงห้องขนาดใหญ่สำหรับรองรับแขกที่มา กันเป็นหมู่คณะ รวมถึงห้องส่วนตัวสำหรับจัดเลี้ยงขนาดย่อม ทั้งยังให้ความสำคัญกับการตกแต่งร้านมากขึ้น ด้วย



ภาพที่ 4.2 ภาพการจัดที่นั่งรับรองผู้มารับบริการร้านอิซากายะ
ที่มา : amonblog (2021)

4.2 ที่มาของคำว่า “อิซากายะ”

วรรณัญ อินทรกำแหง (2563) ก่อนยุคเมจิ ประมาณ ค.ศ.1868-1912 ร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ซากายะ) ในประเทศญี่ปุ่นยังไม่มีที่นั่งให้คนนั่งดื่มในร้านได้ ส่วนมากจะเป็นการให้บริการในลักษณะยืนดื่ม ต่อมาภายหลังมีร้านที่สามารถนั่งดื่มได้ภายในร้าน เริ่มแรกใช้ถังสาเกแทนเก้าอี้ในการนั่งดื่มแบบเรียบง่าย ตัว I หรือเสียง อ ในคำว่า อิซากายะ(Izakaya) จึงมีที่มาจากคำว่า Igokochi ซึ่งแปลว่า สถานที่ที่สบายใจ จึงเรียก ร้านนั่งดื่มว่า “อิซากายะ” ซึ่งนิยมตกแต่งร้านด้วยการแขวนโคมแดงเป็นสัญลักษณ์ไว้หน้าร้านจนกลายเป็น ธรรมเนียมที่ยังคงพบเห็นได้ทั่วไปตามร้านอิซากายะในปัจจุบัน

4.3 ประเภทของเครื่องดื่มภายในร้านอิซากายะ

4.3.1 เหล้าสาเกหรือ 日本酒 (แปลว่าเหล้าญี่ปุ่น) ระดับแอลกอฮอล์ : 10-20%

Allaboutjapan (2018) เหล้าสาเก หรือ ไวน์ข้าว เป็นเหล้าที่หมักโดยใช้ ข้าว น้ำ และหัวเชื้อโคจิ (หรือข้าวมอลต์) เป็นส่วนผสมหลัก ที่จะนำมาหมักเพื่อให้เปลี่ยนสภาพเป็นน้ำตาล จากนั้นนำไปหมักกับยีสต์

จนได้รสชาติเฉพาะตัวซึ่งความเปรี้ยว ความกลมกล่อม นั้นก็จะขึ้นกับปริมาณสัดส่วนของวัตถุดิบที่กล่าวไปข้างต้น

ซึ่งการหมักนึ่งซูนี้ถือเป็นศิลปะเฉพาะตัวอย่างหนึ่งของแต่ละชุมชน จนกลายเป็นอีกหนึ่งสินค้า OTOP ประจำท้องถิ่นที่เรียกว่า Jisake (สาเกท้องถิ่น) ที่ใครไปเมืองไหนก็ต้องหานึ่งซูของเมืองนั้นมาลิ้มลอง โดยปกติคนญี่ปุ่นมักจะเรียกหานึ่งซูแต่คนต่างชาติจะเรียกว่าสาเก ส่วนวิธีการดื่มก็จะดื่มได้ทั้งแบบร้อน แบบเย็น หรือแบบอุณหภูมิปกติ แล้วมักจะดื่มเพียวๆโดยไม่ผสมอย่างอื่น



ภาพที่ 4.3 ภาพเครื่องดื่มประเภทเหล้าสาเกหรือนึ่งซู

ที่มา : Allaboutjapan (2018)

4.3.2 โขจู (烧酎) หรืออะวาโมริ (泡盛) ระดับแอลกอฮอล์ : 25-40%

Allaboutjapan (2018) โขจูคือเหล้าอีกชนิดหนึ่งที่คนญี่ปุ่นดื่มกันมาตั้งแต่อดีตตรงจากสาเก แต่มีระดับแอลกอฮอล์สูงกว่าสาเกญี่ปุ่นเป็นเท่าตัว โขจูเป็นเหล้ากลั่นที่ทำมาจาก ข้าว มันเทศ ข้าวสาลี และน้ำตาลอ้อย โดยปกติมักเสิร์ฟแบบใส่น้ำแข็ง โดยผสมกับน้ำ, น้ำผลไม้, น้ำอัดลม

ส่วนอะวาโมริเป็นโขจูของ Okinawa ที่จะมีความแตกต่างจากโขจูปกติก็ตรงที่จะใช้เมล็ดข้าวที่เล็กกว่าแบบไทยแทนข้าวเม็ดสั้นแบบญี่ปุ่น และใช้หัวเชื้อโคจิโมลต์ดำพื้นเมืองแบบ Okinawa และมักจะเสิร์ฟมาในรูปแบบแบน



ภาพที่ 4.4 ภาพเครื่องดื่มประเภทโขจูหรืออะวาโมริ

ที่มา : Niponfourseasons (2017)

4.3.3 วิสกี้ ระดับแอลกอฮอล์ : 40-43%

Allaboutjapan (2018) แม้จะเป็นเครื่องดื่มที่มีกลิ่นอายของตะวันตกแต่ วิสกี้เครื่องดื่มสีอำพันก็ได้รับความนิยมมากในญี่ปุ่น ด้วยความพิถีพิถันในการนำธัญพืชเช่นข้าวบาร์เลย์, ข้าวไรย์, ข้าวโพด และอื่นๆ มาหมัก แล้วใช้เอนไซม์จากมอลต์มาเปลี่ยนให้เป็นน้ำตาล ก่อนจะนำมากลั่นออกมาด้วยอุณหภูมิสูง จนได้ออกมาเป็นวิสกี้ที่มีระดับแอลกอฮอล์สูงนำหน้าแอลกอฮอล์ทุกชนิด แต่ก็มีค่านาหลงไหล นำไปเจือจางกับอะไรก็อร่อย ส่วนวิธีการดื่มวิสกี้ของคนญี่ปุ่นมีทั้งดื่มแบบไม่ใส่น้ำแข็ง (straight) วิสกี้ใส่น้ำแข็ง (on the rock) วิสกี้ผสมน้ำและใส่น้ำแข็ง (Mizuwari) วิสกี้ผสมจินและวอดก้า วิสกี้ผสมโซดาและใส่น้ำแข็ง (Highball) โดยแบบหลังเป็นที่นิยมดื่มกันมาก



ภาพที่ 4.5 ภาพเครื่องดื่มประเภทวิสกี้
ที่มา : mushroomtravel (2021)

4.3.4 เบียร์ (ビール) ระดับแอลกอฮอล์ : 4-5.5%

Allaboutjapan (2018) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยอดนิยมในประเทศญี่ปุ่นและทั่วโลก เพราะดื่มง่ายไม่ต้องมีพิธีรีตรองอะไรมาก หากจะเริ่มต้นชนแก้วในวง คนญี่ปุ่นจะเริ่มชนด้วยเบียร์หรือเบียร์สดเสมอๆ เบียร์ของที่ญี่ปุ่นจะมีส่วนผสมหลักคือข้าวบาร์เลย์ที่ถูกนำไปหมักจนได้เป็นมอลต์ จากนั้นจึงผสมยีสต์เพื่อเปลี่ยนน้ำตาลในมอลต์เป็นแอลกอฮอล์จึงได้เป็น ‘เบียร์’ ซึ่งเบียร์เท่านั้นต้องมีมอลต์ในปริมาณที่กำหนด (มีมากกว่า 2 ใน 3 ของวัตถุดิบหลัก) แต่ด้วยภาษีที่ผู้ผลิตต้องเสียแพง ทำให้เบียร์มีราคาสูงตามไปด้วย สำหรับเบียร์ยี่ห้อดังและนิยมดื่มกันบ่อยๆ ก็จะมี Asahi, Santory, Kirin หรือ Sapporo เป็นต้น



ภาพที่ 4.6 ภาพเครื่องดื่มประเภทเบียร์ (Asahi)
ที่มา : foodrink news

4.3.5 ชูไฮ (酎ハイ/チュウハイ) ระดับแอลกอฮอล์ : ขึ้นอยู่กับการผสม

Allaboutjapan (2018) ชูไฮ ย่อมาจาก "โซจูไฮบอล" เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่ำที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์กลั่นผสมด้วยรสผลไม้หรือน้ำอัดลม นิยมดื่มกันทั่วไปตามร้านเหล้าญี่ปุ่น ดื่มง่ายเหมือนดื่มเบียร์ หรือเหล้าโซจูทั่วไป แต่มีความ รสอร่อย หวาน และทานง่ายกว่า ชูไฮส่วนใหญ่มักจะมาพร้อมรสผลไม้ ที่นิยม ดื่มส่วนใหญ่ จะเป็นรสเลมอน, รสบ๊วย, รสพีช, รสเกรปฟรุต, รสมะนาวเป็นต้น นอกจากนี้ ที่ญี่ปุ่นก็มักมีการ ออกรสชาติตามฤดูกาลหรือตามเทศกาลที่มีขายเฉพาะช่วงนั้นเท่านั้น อย่างในฤดูหนาว ก็จะออกชูไฮ รสสตอ เบอรี่, ฤดูร้อนก็จะออกขายชูไฮรสสับปะรดเป็นต้น

นอกจากนี้ยังนิยมเอาชามาผสมด้วยก็มี อย่างเช่น ชาอุหลง ก็จะถูกเรียกว่า อุหลงไฮ (Ulong-Hai) หรือ เอาชาเขียวมาผสม ก็จะเรียก เรียวกุชาไฮ (Ryokuchahai) ซึ่งรสชาติของชูไฮแม้จะมีแอลกอฮอล์ แต่ก็ดื่มง่าย สดชื่น กำลังพอดี จึงเป็นที่นิยมกันมาก จะเห็นได้จากจำนวนชั้นวางตามร้านสะดวกซื้อในญี่ปุ่น ในส่วนของ ราคา จะขึ้นอยู่กับปริมาณของผลไม้ที่ผสมอยู่ในชูไฮ



ภาพที่ 4.7 ภาพเครื่องดื่มประเภทชูไฮ

ที่มา : sake comi (2020)

4.3.6 เหล้าบ๊วย (梅酒) ระดับแอลกอฮอล์ : 8-15 %

Allaboutjapan (2018) เหล้าบ๊วยและเหล้าผลไม้ของญี่ปุ่นนั้นเป็นเครื่องดื่มที่นำผลไม้มาดองกับ น้ำตาลและโซจูหรือนิงชู เป็นเวลาประมาณครึ่งปีขึ้นไปจนได้รสชาติที่หอมหวานจากผลไม้และมีกลิ่นฉุนของ แอลกอฮอล์เล็กน้อย ซึ่งเหล้าประเภทนี้ที่นิยมกันมากและมีชื่อเสียงที่สุดก็คือ เหล้าที่ทำจากลูกพลัมญี่ปุ่นหรือ บ๊วย ที่ในภาษาญี่ปุ่นบ๊วยจะเรียกว่า อุเมะ จึงกลายเป็นที่มาของคำว่า อุเมะชู หรือเหล้าบ๊วย นอกจากนี้ก็ยังมี เหล้าส้มยูสุ, เหล้าแอฟริคอต, และเหล้าส้มอื่นๆหลากชนิด เวลาดื่มก็มักจะเสิร์ฟแบบใส่น้ำแข็งผสมกับโซดา หรือผสมน้ำเปล่า แต่สำหรับสาว ๆ หนุ่ม ๆ ญี่ปุ่นบางคน ก็ดื่มแบบ on the rock ก็มี



ภาพที่ 4.8 ภาพเครื่องดื่มประเภทเหล้าบ๊วย

ที่มา : favjip (2018)

4.3.7 ซาว่า(サワー) ระดับแอลกอฮอล์ : ขึ้นอยู่กับการผสม

Allaboutjapan (2018) ซะวะวะเป็นเครื่องดื่มประเภทค็อกเทลชนิดหนึ่ง มาจากภาษาอังกฤษคำว่า sour ที่แปลว่าเปรี้ยว เป็นการเอาเหล้ากลั่นดีกรีสูงอย่างจิน ว็อดก้า หรือโซจูมาผสมกับโซดาแล้วใส่น้ำผลไม้ หรือน้ำหวานลงไป ทำให้ลดความเข้มข้นและดื่มง่ายขึ้น เวลาเรียกชื่อก็จะเรียกตามผลไม้ที่ใส่ เช่นถ้าเป็น มะนาว ก็จะเรียกเลมอนซะวะวะ, ถ้าเป็นเกรปฟรุ้ตก็จะเป็น เกรปฟรุ้ตซะวะวะ หรือถ้าเป็นองุ่น ก็จะเป็น บูโตะซะวะวะ เป็นต้น บางร้านจะมีเป็นผลไม้สดมาให้เราคั้นเองกับมือ ก่อนที่จะเทน้ำผลไม้ที่ลงบนเหล้าที่เสิร์ฟมาพร้อม น้ำแข็ง



ภาพที่ 4.9 ภาพเครื่องดื่มประเภทซาว่า

ที่มา : Syokuraku (2020)

4.3.8 ไวน์(ワイン) ระดับแอลกอฮอล์ : 8-14%

Allaboutjapan (2018) เครื่องดื่มชนิดนี้ อาจจะดูไม่แปลกตาเพราะคนไทยก็รู้จักมานาน แม้ภาพลักษณ์ของไวน์สำหรับคนไทยจะเป็นเครื่องดื่มไฮโซ แต่ที่ญี่ปุ่นนั้นดื่มกันทั่วไปโดยเฉพาะในหมู่สาว ๆ ไวน์ที่ญี่ปุ่นนอกจากไวน์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นฝรั่งเศส อิตาลี สหรัฐอเมริกา ทั้งไวน์แดง ไวน์ขาว และสปาร์คลิงไวน์ ก็ยังมีไวน์ท้องถิ่นอยู่มากเช่นกัน แต่ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมมาก ก็คือไวน์ที่มาจาก จังหวัดYamanashi เนื่องจากที่นี่เป็นแหล่งผลิตองุ่นที่อร่อยและมีชื่อเสียง ในปัจจุบันคนญี่ปุ่นเริ่มนิยมหันมา

ดื่มไวน์กันเยอะมากขึ้น เห็นได้จากมีโรงงานหมักไวน์ตั้งอยู่ทั่วประเทศ ไวน์ญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์อยู่ที่รสชาตินุ่มละเอียดย่อยและเข้ากันได้ดีกับอาหารญี่ปุ่น



ภาพที่ 4.10 ภาพเครื่องดื่มประเภทไวน์
ที่มา : Allaboutjapan (2018)

4.3.9 ฮอปปี (ホッピ) ระดับแอลกอฮอล์ : น้อยกว่า 1 %

Allaboutjapan (2018) ฮอปปีคือยี่ห้อของเครื่องดื่มรสชาติคล้ายเบียร์ชนิดหนึ่ง แทบไม่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ มีคาร์โบไฮเดรตและแคลอรีต่ำกว่าเบียร์ แต่มีคาร์บอนเนตผสมอยู่เหมือนน้ำอัดลม เพราะฮอปปีถูกผลิตขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่เหมือนมิกเซอร์ที่จะใช้ผสมกับเหล้าอื่น โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะผสมกับเหล้าโชจู ด้วยความที่ว่าเมื่อก่อนสำหรับคนที่ไม่มีเงินซื้อเบียร์ ก็จะดื่มฮอปปีที่มีราคาถูกกว่าเบียร์ หรือเอาฮอปปีไปผสมกับเครื่องดื่มอื่นก็จะรู้สึกเหมือนว่าดื่มเบียร์บางๆได้เช่นกัน จึงเป็นที่ชื่นชอบกันมากโดยเฉพาะบรรดาคณलगหรือคณปี๋สมัยก่อน แต่ด้วยความที่รสชาติของฮอปปีบางกว่าเบียร์และมีแคลอรีต่ำกว่า ในสมัยนี้ก็เลยมาเป็นที่ยอดนิยมสำหรับคนรักสุขภาพแต่รักความสนุกของวงเหล้าได้อีกครั้ง ทั้งนี้เจ้าฮอปปีจะไม่ได้หาซื้อได้ตามร้านอาหารหรือร้านสะดวกซื้อทั่วไป ส่วนใหญ่จะเจอได้ที่ร้านเหล้าแนว Izakaya เท่านั้น โดยเฉพาะในโตเกียว จนคนญี่ปุ่นถือว่าเป็นเหมือนสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของโตเกียว



ภาพที่ 4.11 ภาพเครื่องดื่มประเภทฮอปปี
ที่มา : Allaboutjapan (2018)

4.4 วัฒนธรรมการกินดื่มของประเทศญี่ปุ่น

4.4.1 วัฒนธรรมการดื่มในประเทศญี่ปุ่น

พิชชาว์รัมย์ (2015) คนญี่ปุ่นถือว่าการดื่มเป็นมารยาททางสังคมอย่างหนึ่ง พบว่าร้อยละ 60 ของผู้ดื่มเป็นพนักงานบริษัทที่นิยมดื่มเพื่อเลี้ยงลูกค้าหรือดื่มเพื่อนร่วมงาน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของงานและเป็นการแสดงความภักดีต่อบริษัท ดังนั้นการปฏิเสธการดื่มกับหัวหน้าอาจมีผลเสียในเรื่องงาน จะมีเพื่อนร่วมงานคอยรินเหล้าให้คุณอยู่เสมอและคุณก็ต้องดื่มสักเล็กน้อยเพื่อให้คนรินให้อีก (เพื่อไม่ให้คนรินเสียหน้า) คล้ายๆ เป็นการกดดันทางสังคมอย่างหนึ่ง นอกจากนี้มีคนที่กล่าวว่าการเมาด้วยกันและการแข่งค้ด้วยกันในตอนเช้าสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทีม

มีการกล่าวว่า “การดื่มเหล้าด้วยกันเป็นโอกาสอันดีที่จะทำความรู้จักกัน” โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนญี่ปุ่นถูกสอนให้เก็บความรู้สึก และแสดงออกแบบตีๆ เช่น ต้องสุภาพ เรียบร้อย ใจเย็น เป็นมิตร ยิ้มแย้ม ต่างจากสิ่งที่คิดอยู่ในใจ การแสดงออกที่ขัดแย้งกับตัวตนสร้างความหงาเพราะไม่สามารถเปิดเผยความรู้สึกกับใครได้ง่ายๆ คนญี่ปุ่นยังมักวิตกกังวลว่าจะแสดงออกอะไรไม่ดี เมื่อแอลกอฮอล์เข้าปากแล้วก็จะทำให้มีความกล้ามากขึ้นและยอมพูดสิ่งที่คิดในใจ เพื่อนร่วมงานจึงนิยมไปด้วยกันเพราะสามารถพูดคุยสิ่งต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ถึงจะพูดอะไรไม่ดีก็ไม่มีใครถือสา

4.4.2 การจัดงานสังสรรค์ของคนญี่ปุ่น

Ammer (2020) ชาวญี่ปุ่นนิยมจัดงานสังสรรค์ที่ร้านอาหาร ต่างจากที่ประเทศไทยเวลาเราพูดถึงการดื่มสังสรรค์จะนึกถึงบาร์หรือผับกันเป็นส่วนใหญ่ ชาวญี่ปุ่นชอบที่จะรับประทานอาหารอร่อยพร้อมกับเครื่องดื่มและพูดคุยเจรจาสนทนากันให้สนุกที่ร้านอาหารมากกว่า ซึ่งหัวข้อเรื่องสนทนาก็จะเริ่มตันที่รสชาติของอาหารที่ทุกคนรับประทานร่วมกัน

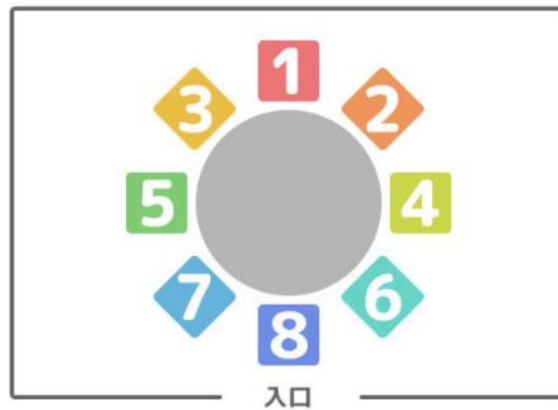
ถ้าเป็นการจัดงานสังสรรค์ระหว่างกลุ่มคนมากกว่า 5 คนขึ้นไปหรือเป็นกลุ่มใหญ่ คนญี่ปุ่นนิยมสั่งอาหารเป็นชุดและใช้เป็นระบบดื่มไม่อันหรือที่เรียกว่า “Nomi-houdai” ในภาษาญี่ปุ่น เพื่อให้สะดวกต่อการจัดการ ส่วนถ้าเป็นการรวมตัวระหว่างคนกลุ่มน้อย สามารถจองแค่สถานที่และเลือกเมนูตามที่ต้องการที่ร้านอาหารด้วยกันได้

4.4.3 การจองร้านอาหาร

Ammer (2020) สิ่งสำคัญคือ Host หรือผู้จัดงาน คนที่อายุน้อยที่สุดในกลุ่มจะเป็นคนรับผิดชอบในการหาร้านอาหารที่ถูกต้องใจสำหรับทุกคน รวมถึงการจัดสถานที่ให้เหมาะสมกับจำนวนคนและการจองร้านอาหารล่วงหน้า เปรียบเสมือนเป็นการฝึกให้ผู้ใหญ่มือใหม่ได้มีความรับผิดชอบและรู้จักการจัดการอยากเป็นระบบ เมื่อทำการจองร้านอาหารแล้วก็ต้องติดต่อสื่อสารกับทุกคนในกลุ่มและแจ้งให้ทุกคนทราบถึงเวลา สถานที่ รวมถึงลักษณะอาหารว่าเป็นบุฟเฟ่ต์หรืออาหารจานเดียว

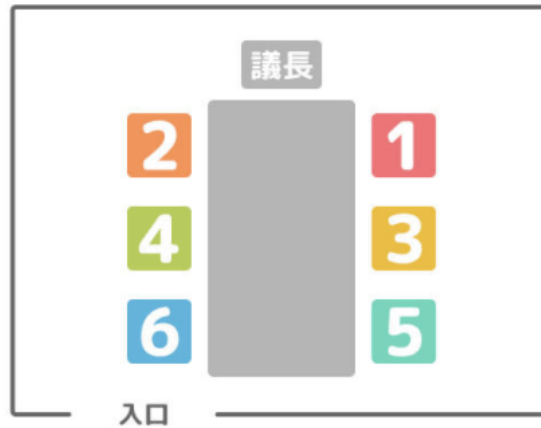
4.4.4 การจัดการและลำดับที่นั่ง

Ammer (2020) เวลาที่มีสิ่งสรรค์กับรุ่นพี่ เจ้านายหรือลูกค้า คนญี่ปุ่นมีระบบการจัดที่นั่งทางสังคมอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการเคารพและให้เกียรติต่อแขกหรือผู้อาวุโสกว่า ฉะนั้น เราควรจะเข้าใจในระบบการจัดที่นั่งนี้และที่สำคัญต้องรู้ว่าใครอาวุโสกว่าและใครมีตำแหน่งสูงกว่าในกลุ่มนั้นๆ ระบบนี้ไม่เพียงแต่ใช้ในการจัดที่นั่งในการสังสรรค์เท่านั้น แต่รวมถึงการจัดที่ประชุมทั้งในและนอกบริษัท แม้แต่การจัดที่นั่งบนรถแท็กซี่ก็มีกฎระเบียบบตำแหน่งที่ชัดเจน ฟังแล้วดูเคร่งครัดยิ่งกว่าวัฒนธรรมไทย แต่นี่คือวิธีการเคารพผู้อาวุโสและการให้เกียรติแขกของเขา



ภาพที่ 4.12 การจัดลำดับการนั่งแบบโต๊ะกลม
ที่มา : ohhotrip (2020)

Ammer (2020) ถ้าที่นั่งในร้านอาหารเป็นโต๊ะกลมให้สังเกตจากประตูทางเข้าที่ทุกคนต้องเดินเข้ามาที่โต๊ะว่าหันไปทางด้านไหน ด้านตรงข้ามไกลสุดจากประตูคือที่นั่งของแขกหรือผู้อาวุโสที่สุดหรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงที่สุด (1) ภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า “Kamiza” แปลว่าที่นั่งของพระเจ้า ส่วนด้านข้างของผู้อาวุโสคือผู้ที่มีตำแหน่งรองลงมาทั้งสองข้าง (2-3) ผู้ที่มีอายุน้อยที่สุด (8) จะนั่งที่หน้าประตู ภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า “Shimoza” เป็นตำแหน่งที่นั่งเพื่อให้สะดวกต่อการเดินติดต่อกับทางร้านอาหาร คอยแนะนำทางและต้อนรับผู้ที่มาสายและให้ความช่วยเหลืออื่นๆแก่ผู้อื่นในกลุ่มทุกคน



ภาพที่ 4.13 การจัดลำดับการนั่งแบบโต๊ะเหลี่ยม
ที่มา : ohhotrip (2020)

Ammer (2020) ถ้าโต๊ะที่นั่งทางร้านจัดเป็นโต๊ะสี่เหลี่ยมและให้ทุกคนนั่งรอบข้างจะจัดเป็นลักษณะตามรูปด้านบน ที่นั่งของผู้อาวุโสที่สุดหรือผู้มีตำแหน่งสูงสุดจะอยู่ตำแหน่งที่หัวโต๊ะ ด้านไกลสุดจากประตู โดยเรียงลำดับความอาวุโสและตำแหน่งมาเรื่อยๆ (1-5) จากด้านในสุดมาถึงด้านใกล้ประตูที่สุด (6) ซึ่งจะเป็นที่นั่งของผู้ที่อายุน้อยที่สุดตามลำดับ

4.4.5 การเริ่มต้นการดื่ม

Ammer (2020) ในกฎระเบียบมารยาทของการดื่มสังสรรค์กันเป็นกลุ่มของชาวญี่ปุ่น โดยพื้นฐานเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการเริ่มต้น ทุกคนจะดื่มเบียร์ชนิดเดียวกันก่อนเลย ไม่ว่าจะ เป็นเบียร์ขวดหรือเบียร์สด อะไรก็ได้ที่เสิร์ฟได้เร็วที่สุด ร้านอาหารก็จะมีการจัดเป็นแก้วเล็กๆ เพื่อเป็นพิธีในการเปิดการดื่มแก้วแรก และด้วยมารยาทที่ดีก็ควรจะดื่มแก้วนี้ให้หมดแก้วก่อน หลังจากนั้นเราถึงสามารถสั่งเครื่องดื่มชนิดอื่นได้ตามอัธยาศัย

ซึ่งก่อนที่จะเลือกที่จะเป็นเบียร์ชนิดไหน ผู้ที่อายุน้อยที่สุดต้องถามผู้ที่อาวุโสที่สุดในกลุ่มว่า อยากจะดื่มประเภทหรือแบรนด์ยี่ห้ออะไรในการดื่มแก้วแรก หลังจากนั้นก็ต้องรินให้ทุกคนในกลุ่ม เมื่อทุกคนได้รับเบียร์ครบแล้วจะให้ผู้ที่อาวุโสที่สุดกล่าวเปิดงานและชนแก้ว การชนแก้วในภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า “Kampai” และเมื่อได้ดื่มเบียร์แก้วแรกกันเรียบร้อยแล้ว ก็ให้เกียรติแก่ผู้อาวุโสที่สุดในการเลือกเครื่องดื่มต่อไปก่อนที่คนอื่นๆ จะเลือกเครื่องดื่มในลำดับถัดไป หลังจากนั้นก็จะสามารถเลือกเครื่องดื่มเพิ่มเติมได้ตามอัธยาศัย

4.4.6 การกล่าวคำว่า “คัมไป” ก่อนการดื่ม

All About Japan (2016) ก่อนเริ่มต้นดื่ม การกล่าวคำว่า “คัมไป” ถือเป็นการเริ่มต้นความสนุกและเพิ่มพลังงานบนโต๊ะอาหารในมือนั้น หากคุณดื่มเครื่องดื่มก่อนพูดคำว่า “คัมไป” ซึ่งแปลว่า “ชนแก้ว” เป็นการแสดงว่าทุกคนพร้อมที่จะดื่มแล้ว และอาจได้ยินคำว่า “โอทสึกาเรซามะเดส” ซึ่งเป็นการกล่าวคำขอบคุณระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นการขอบคุณสำหรับการทำงานอย่างหนักและเหน็ดเหนื่อย

4.4.7 วิธีรินเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบญี่ปุ่น

Haruuka Kobayashi (2014) วิธีรินเครื่องดื่มแบบญี่ปุ่น คือให้ถือขวดด้วยสองมือ และรอเจ้าของแก้วถือแก้วขึ้นมาก่อน หรือถ้าหากเขาไม่ถือ (บางที่อาจจะไม่ทันสังเกต) สามารถรินให้เลยได้ ที่ญี่ปุ่นไม่จำเป็นต้องรินตามลำดับอายุหรืออายุงาน แต่คนที่อายุน้อยที่สุดหรือเป็นเด็กใหม่ต้องเป็นคนริน โดยให้รินตามเส้นทางที่สะดวกได้เลย

ถ้าเหลือน้อยก็รินเพิ่มเข้าไปเลย มารยาทอย่างหนึ่งในการดื่มเหล้าที่ญี่ปุ่นคือต้องไม่ปล่อยให้แก้วของอีกฝ่ายว่างครับ ในกรณีที่ดื่มโดยการรินจากขวด ควรรินให้แก้วของอีกฝ่ายเต็มอยู่เสมอ อย่าปล่อยให้เหลือน้อย และตอนที่รินให้หันด้านฉลากขึ้นและการรินจากขวดที่มีเหลืออยู่เยอะที่สุดก็เป็นมารยาทเช่นกัน ในกรณีที่ดื่มไม่เหมือนกัน ก็ให้ถามว่าเจ้าของแก้วว่าอยากดื่มอะไรเป็นพิเศษหรือเปล่า



ภาพที่ 4.14 ภาพการรินเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ที่มา : Allaboutjapan (2018)

All About Japan (2016) เวลามีคนรินเครื่องดื่มให้ เราจะต้องประคองแก้วให้เอียงในองศาที่รินง่ายด้วยสองมือ เหมือนเป็นการเกรงใจนิดๆ นอกจากนี้ ปกติแล้วจะต้องรินกลับให้ด้วย ฉะนั้นเวลาอยากจะทำเครื่องดื่มของตัวเอง ให้เติมให้คนอื่นก่อน แล้วคนนั้นจะเติมกลับให้เราเป็นมารยาท

4.4.8 วัฒนธรรมการชนแก้ว

Guest Author (2018) ข้อควรระวังตอนชนแก้ว ระหว่างที่ชนแก้วนั้น ตำแหน่งของแก้วก็ถือว่าสำคัญ ต้องแน่ใจว่าแก้วของตนเอง อยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่าเรา เช่นเจ้านายญี่ปุ่น ถือว่าเป็นการแสดงความนอบน้อมและแสดงถึงความเคารพ

4.4.9 เมนูแบบ Nomihoudai หรือ All you can drink

Yoneda (2016) โนมิโฮไต คือ หนึ่งในบริการกินดื่มที่พบเห็นได้บ่อยในร้านอิซากายะของญี่ปุ่น โนมิโฮไตได้เป็นบริการสุดคุ้มที่จ่ายเงินในราคาเดียวแล้วจะสามารถดื่มเครื่องดื่มที่กำหนดไว้ได้ไม่อั้นภายในเวลาที่กำหนด เนื่องจากไม่ว่าดื่มกี่แก้วก็จ่ายในราคาเดียวทั้งหมด ที่ต่างประเทศก็น่าจะมีบริการ all you can drink เหมือนกัน แต่โนมิโฮไตในญี่ปุ่นนั้นมีกฎเกณฑ์และระบบเฉพาะของมันอยู่ โนมิโฮไตของอิซากายะในญี่ปุ่นส่วน

ใหญ่จะมีการกำหนดเวลาเอาไว้ เช่น 2 ชั่วโมง / ท่าน ราคา 1,000 เยน, 3 ชั่วโมง / 1,500 เยน โดยแต่ละร้าน ก็จะมีกำหนดเวลาและราคาแตกต่างกันไป

นอกจากนี้ ในกรณีที่มีการจัดเมนูเฉพาะที่แยกจากเมนูทั่วไปสำหรับคอร์สนอนมิโฮไต ร้านอิซากายะส่วนใหญ่ก็จะมีระบบให้สั่งจากเมนูเฉพาะเท่านั้น แต่ละร้านจะมีราคาและชนิดแอลกอฮอล์ที่สามารถดื่มได้แตกต่างกันและบางร้านก็มีคอร์สดื่มไม่อันหลายระดับให้เลือกกันด้วย เช่น คอร์สนอนมิโฮไต 1,900 เยนสำหรับเบียร์และค็อกเทลไม่อัน, คอร์สนอนมิโฮไต 2,900 เยนสำหรับเบียร์ ค็อกเทล และเหล้าญี่ปุ่น เป็นต้น ยิ่งราคาแพงมากขึ้นเท่าไรก็จะมีเหล้าหลากหลายชนิดมากขึ้น

เมนูนอนมิโฮไตส่วนใหญ่จะมีทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เบียร์ไม่มีแอลกอฮอล์ และค็อกเทลไม่มีแอลกอฮอล์ ดังนั้นนอนมิโฮไตจึงนับเป็นบริการที่สะดวกสำหรับใครที่ไม่ชอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วยนะและอิซากายะบางร้านก็จัดเมนู บุฟเฟต์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สำหรับคนที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะด้วย โดยจะจำกัดแค่เมนูเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เท่านั้นและจะมีราคาถูกกว่าคอร์สเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปกติ และบางร้านก็จะมีระบบ แลกแก้ว สำหรับบริการนอนมิโฮไตด้วย โดยเป็นระบบแลกแก้วเปล่าตอนที่สั่งเครื่องดื่มแก้วถัดไป กล่าวคือ “ดื่มเครื่องดื่มที่มีตอนนี้ให้หมดก่อนแล้วค่อยสั่งเครื่องดื่มแก้วถัดไป”

4.4.10 การเสิร์ฟโอโตชิหรืออาหารเรียกน้ำย่อย

IKIDANENIPPON (2019) โอโตชิ (Otoshi お通し) ในภูมิภาคคันไซจะถูกเรียกว่า สึคิดาชิ (Tsukidashi 突き出し) ซึ่งมีความหมายว่า การผ่าน ในวัฒนธรรมร้านอาหารของญี่ปุ่นหมายถึงอาหารเรียกน้ำย่อยไว้ อย่างที่ทราบกันดีว่าประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่มีวัฒนธรรมการให้ทิป แต่ร้านอาหารนั้นมีวิธีการเก็บทิปของเขาอยู่แล้วโดยไม่ต้องรับทิปจากลูกค้า นั่นก็คือการเรียกเก็บจาก “โอโตชิ” เพื่อเป็นการเก็บค่าบริการ โดยส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ที่ประมาณ 500 เยน ถึง 1000 เยน ทานเล่นระหว่างรออาหารที่สั่ง โดยทั่วไปสามารถพบเห็นได้ตามร้านอิซากายะ โอโตชิจะถูกนำมาเสิร์ฟแม้ว่าลูกค้าจะยินยอมหรือไม่ก็ตาม เรียกได้ว่าเป็นการเรียกเก็บทิปแบบบังคับ



ภาพที่ 4.15 ภาพโอโตชิหรืออาหารเรียกน้ำย่อย

ที่มา : IKIDANE NIPPON (2019)

4.4.11 วัฒนธรรมการให้ผ้าโอชิโบริ

วรัญญ อินทรกำแหง (2563) ที่ญี่ปุ่นเมื่อมานั่งในร้านอิซากายะ ลูกค้าจะได้รับผ้า โอชิโบริ (Oshibori) สำหรับเช็ดมือ ซึ่งจะเสิร์ฟมาแบบเย็นในฤดูร้อน และเสิร์ฟมาแบบร้อนในฤดูหนาว

4.4.12 การกินอาหารปิดท้ายเพื่อจบค่ำคืน

FUN JAPAN Team (2019) คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มักปิดท้ายด้วยราเมน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทำอย่างนี้กันทุกคน ร้านราเมนโดยเฉพาะใจกลางเมืองใหญ่ก็จะเปิดให้บริการจนถึงรถไฟหมดเที่ยวสุดท้าย คนญี่ปุ่นเชื่อว่าเมื่อร่างกายเมื่อมีการดูดซึมแอลกอฮอล์เข้าไปแล้ว แอลกอฮอล์บางส่วนจะถูกทำลายโดยตับ ซึ่งในการทำลายนั้นจำเป็นต้องมีน้ำตาลในเลือด หากดื่มแอลกอฮอล์มากน้ำตาลในเลือดก็จะลดต่ำตามลงไปด้วย ซึ่งขณะเดียวกันปริมาณโพแทสเซียม โซเดียมก็ต่ำลงด้วยเช่นกัน ร่างกายจึงต้องการน้ำตาล อะลานีน ออร์นิตินมากขึ้น เพราะฉะนั้นราเมนอาหารที่มีส่วนประกอบที่ร่างกายต้องการไม่ว่าจะเป็นน้ำซุประดุกหมูหรือน้ำซุปรอคอมบุ และเมื่อดื่มแอลกอฮอล์มากร่างกายก็ต้องการน้ำ ราเมนจึงเป็นอาหารที่เหมาะสมมากหลังดื่มหนัก

4.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ มีดังนี้

4.5.1 บรรยากาศภายในร้านอิซากายะ บรรยากาศดี รู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง เหมาะแก่การสังสรรค์

4.5.2 อาหารและเครื่องดื่มรสชาติดี สดใหม่ และมีความหลากหลายน่าลิ้มลอง

4.5.3 ราคาอ่อนโยน เหมาะสมกับคุณภาพ

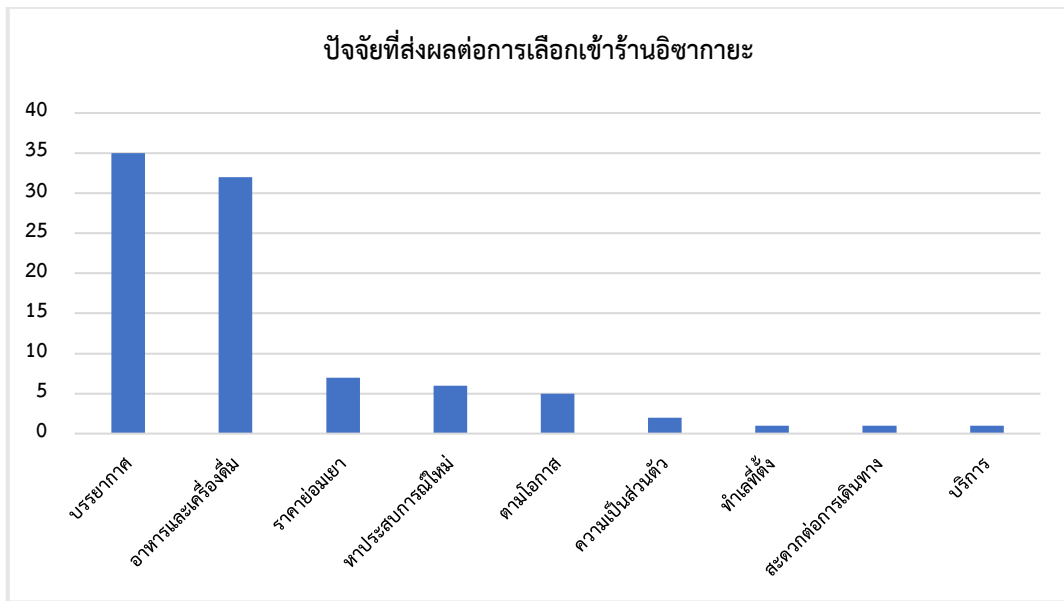
4.5.4 มองหาประสบการณ์ใหม่และเรียนรู้วัฒนธรรมญี่ปุ่น

4.5.5 ตามวาระโอกาสต่างๆ เช่น การสังสรรค์กับหัวหน้าและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

4.5.6 ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง

4.5.7 สะดวกต่อการเดินทาง เช่น ใกล้รถไฟฟ้า ตึกรถไฟฟ้า เป็นต้น

4.5.8 คาดว่าจะได้รับบริการที่ดี



แผนภูมิที่ 4.5.1 แผนภูมิแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าร้านอิซากายะ

ที่มา : แบบสอบถามโดยผู้วิจัย (2564)

ผลสรุปจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อิซากายะ ผู้ทำแบบสอบถามจำนวน 75 คนโดยไม่จำกัดการเลือกตอบ ได้ตามแผนภูมิข้างต้น

ลำดับที่ 1 บรรยากาศภายในร้านอิซากายะ มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 35 คน

ลำดับที่ 2 อาหารและเครื่องดื่ม มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 32 คน

ลำดับที่ 3 ราคาข้อมเยา เหมาะสมกับคุณภาพ มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 7 คน

ลำดับที่ 4 มองหาประสบการณ์ใหม่ มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 6 คน

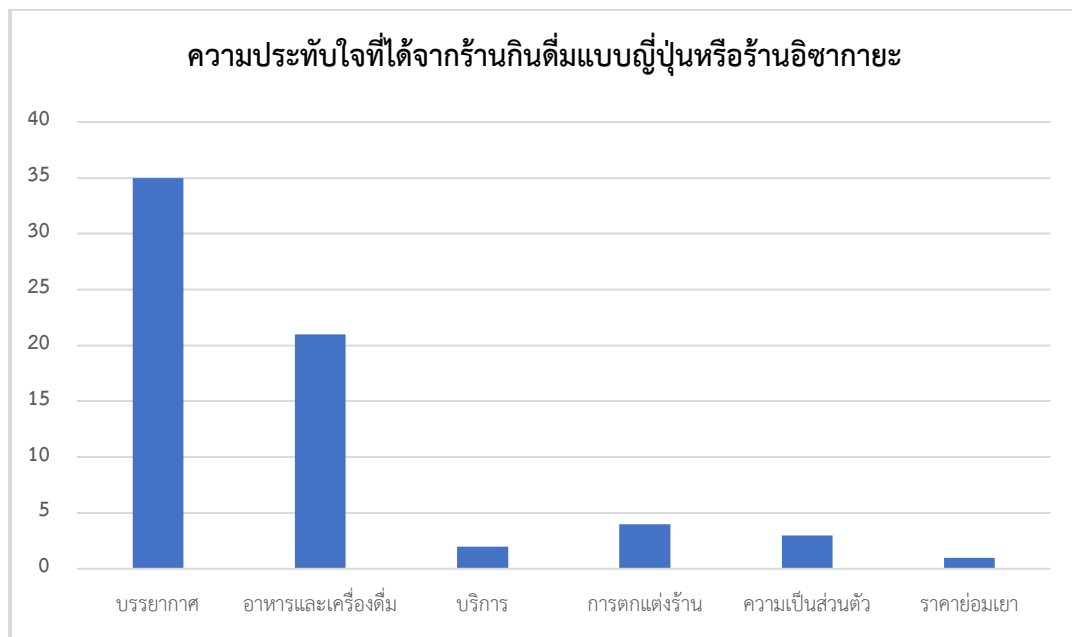
ลำดับที่ 5 ตามวาระโอกาสต่างๆ มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 5 คน

ลำดับที่ 6 ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 1 คน

ลำดับที่ 7 สะดวกต่อการเดินทาง มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 1 คน

ลำดับที่ 8 คาดว่าจะได้รับบริการที่ดี มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 1 คน

4.6 ความประทับใจที่ได้จากร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะหลังได้รับบริการ



แผนภูมิที่ 4.5.2 แผนภูมิแสดงความประทับใจที่ได้จากร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิซากายะ

ที่มา : แบบสอบถามโดยผู้วิจัย (2564)

ผลสรุปจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อิซากายะ ผู้ทำแบบสอบถามจำนวน 75 คนโดยไม่จำกัดการเลือกตอบ ได้ตามแผนภูมิข้างต้น

ลำดับที่ 1 บรรยากาศภายในร้านอิซากายะ มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 35 คน

ลำดับที่ 2 อาหารและเครื่องดื่ม มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 21 คน

ลำดับที่ 3 การตกแต่งภายในร้าน มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 4 คน

ลำดับที่ 4 ความเป็นส่วนตัว มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 3 คน

ลำดับที่ 5 ราคาคุ้มค่า เหมาะสมกับคุณภาพ มีผู้คิดเห็นตรงกันจำนวน 1 คน

4.7 ความแตกต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

จากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อิซากายะ ผู้ทำแบบสอบถามจำนวน 75 คนโดยไม่จำกัดคำตอบ เกี่ยวกับความต่างระหว่างร้านอิซากายะในประเทศไทยและร้านอิซากายะในประเทศญี่ปุ่น ได้ผลสรุปดังนี้

4.7.1 วัฒนธรรมบางอย่างแตกต่างกันทางการบริการ เช่น มีการเสิร์ฟโอโตชิหรืออาหารเรียกน้ำย่อยก่อนสั่งอาหาร มีการเสิร์ฟผ้าโอบิโบริ เป็นต้น

4.7.2 ร้านอิซากายะในประเทศญี่ปุ่นมีการกำหนดสไตล์ร้านชัดเจนกว่าร้านอิซากายะในประเทศไทย หากขายอาหารจำพวกบั้งย่างก็จะขายแค่อาหารบั้งย่าง

4.7.3 ร้านอิซากายะในประเทศไทยมีอาหารหลากหลายมากกว่าแต่ไม่มีสไตล์ร้านที่ชัดเจน

4.7.4 ร้านอิซากายะในประเทศญี่ปุ่นเข้าถึงง่ายกว่า เพราะมีบรรยากาศอบอุ่น แต่ร้านอิซากายะในประเทศไทยจะดูเข้าถึงยากเพราะมีการจัดร้านให้หรูหราเข้าถึงยาก

4.7.5 ร้านอิซากายะในประเทศญี่ปุ่นมีคุณภาพที่ดีกว่า

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อีซากายะ” เกี่ยวกับลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอีซากายะ ประสบการณ์ในการเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ และความแตกต่างระหว่างร้านอีซากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากเอกสาร เว็บไซต์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีประสบการณ์การเข้าร้านอีซากายะในประเทศไทยหรือประเทศญี่ปุ่นอย่างน้อยหนึ่งประเทศ จำนวน 75 คน เก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2563 - มีนาคม 2564 ใช้ google form เป็นเครื่องมือในการทำแบบประเมิน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 : ประสบการณ์ในการเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ และส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นของผู้ทำแบบสอบถามที่มีต่อร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอีซากายะ โดยผู้ประเมินทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทำให้ผู้วิจัยพบข้อสรุปผลการศึกษาและนำเสนอผลการอภิปราย

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

1.1 ศึกษาประวัติความเป็นมาของร้านอีซากายะ ผลการศึกษาพบว่า ร้านอีซากายะเริ่มมีมาตั้งแต่สมัยเอโดะ ราว ค.ศ. 1603 เป็นต้นมา โดยเริ่มจากการเป็นร้านเล็กๆในท้องถิ่นที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสาเก และอนุญาตให้ลูกค้ายืนดื่มได้แบบง่ายๆเป็นกันเอง ต่อมาเริ่มมีการเพิ่มเมนูอาหารท้องถิ่นเข้ามาเป็นอาหารจานเล็กสำหรับเรียกน้ำย่อยและเป็นกับแกล้ม ด้วยเหตุผลนี้จึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ต่อมาจึงตัดสินใจขายอาหารร่วมด้วย และกลายเป็นที่แพร่หลายให้หนุ่มผู้ชายคนทำงานในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากลักษณะนิสัยของผู้ชายญี่ปุ่นนั้นมักมีการหาร้านนั่งกินและดื่มหลังเลิกงาน เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับหัวหน้า รวมไปถึงเพื่อนร่วมงาน 飯野 亮一 (2561) ทำให้ร้านอีซากายะได้รับความนิยมอย่างล้นหลามในช่วงถัดมาในยุคฟื้นฟูเมจิ และอีก 100 ปีถัดมาได้ทวีความนิยมขึ้นเรื่อยๆจนถึงปัจจุบันจนกลายเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย ไม่ว่าจะ เป็นภายในประเทศญี่ปุ่นหรือประเทศอื่นๆก็ตาม วรรณฤ อินทรกำแหง (2563)

1.2 ศึกษาลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า คนญี่ปุ่นถือว่าการดื่มเป็นมารยาททางสังคมอย่างหนึ่ง พบว่าร้อยละ 60 ของผู้ดื่มเป็นพนักงานบริษัทที่นิยมดื่มเพื่อเลี้ยงลูกค้าหรือดื่มกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของงานและเป็นการแสดงความภักดีต่อบริษัท พิซซาร์ซี่ (2015) และมีวัฒนธรรมที่ฟังดูเคร่งครัดอย่างการจองร้านอาหาร การชนแก้ว การรินเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลำดับการนั่งไม่ว่าจะเป็นคนกลมหรือโต๊ะเหลี่ยมก็จะมีลำดับการนั่งที่แตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้เพื่อให้เกียรติและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อาวุโสกว่าตามลำดับ Ammer (2020) และยังมีวัฒนธรรมที่เฉพาะตัวสำหรับกินดื่มอย่างร้านอีซากายะที่จะมีการเสิร์ฟอาหารเรียกน้ำย่อยหรือโอโตชิเป็นเสมือนการเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มเติมอย่างทริบโดยการให้บริการเล็กๆน้อยๆ IKIDANENIPPON (2019) หรือการเสิร์ฟผ้าโอชิโบริเพื่อแสดงถึงการให้ความใส่ใจแก่

ลูกค้า หากเป็นฤดูร้อนทางร้านจะเสิร์ฟเป็นผ้าเย็น ส่วนในฤดูหนาวทางร้านจะเสิร์ฟเป็นผ้าอุ่น วรรณ วรรณ อินทรกำแหง (2563) เป็นต้น

1.3 ศึกษาความแตกต่างกันระหว่างร้านอิชากายะในประเทศไทยและร้านอิชากายะในประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ร้านอิชากายะในสองประเทศมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมเล็กน้อยแต่ไม่ได้แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ร้านอิชากายะในประเทศญี่ปุ่นมีความใส่ใจรายละเอียดตามวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นมากกว่า เช่น การเสิร์ฟโอโตชิ หรือการเสิร์ฟผ้าโอชิโบริ เป็นต้น อาจไม่พบในร้านอิชากายะในประเทศไทย อีกทั้งร้านอิชากายะในประเทศญี่ปุ่นมีการกำหนดสไตล์ร้านอย่างชัดเจนมักจะเลือกขายอาหารเพียงชนิดเดียว เพราะเหตุผลนี้ทำให้ร้านอิชากายะในประเทศไทยมีความหลากหลายกว่าในด้านอาหาร แต่ในทางกลับกันร้านอิชากายะในประเทศไทยมักจะตกแต่งร้านให้ดูเรียบหรู ทำให้อาหารมีราคาแพงและเข้าถึงยากกว่าร้านอิชากายะในประเทศญี่ปุ่น

1.4 ศึกษาปัจจัยที่เลือกเข้าร้านอิชากายะ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่คนเลือกเข้าร้านเกิดจากปัจจัยภายนอกอย่าง ภาพลักษณ์ของร้านอิชากายะ การตกแต่งร้านให้ความรู้สึกอบอุ่น มีความเป็นส่วนตัวอย่างฉากกันหรือมีห้องส่วนตัวสำหรับกลุ่มใหญ่ และด้วยการตกแต่งของร้านที่ดีส่งผลให้ผู้ที่ได้จะรับบริการรู้สึกว่าจะได้รับบริการที่ดีกว่าร้านขายแอลกอฮอล์ทั่วไป

1.5 ศึกษาความนิยมของร้านอิชากายะ ผลการศึกษาพบว่าอิชากายะมักมีเมนูให้บริการหลากหลาย ทั้งกินและดื่มในราคาที่เป็มิตร โดยส่วนมากมักจะเสิร์ฟมาในขนาดจานเล็ก ทำให้เลือกอร่อยกับอาหารได้อย่างหลากหลาย ซึ่งถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของการมาร้านในลักษณะนี้ อีกทั้งไม่ว่าแต่งตัวแบบไปไหนเข้าไปก็ไม่ผิด จึงเข้าถึงทุกคนได้ง่ายมาก จนทุกวันนี้เรียกได้ว่า อิชากายะได้รับความนิยมสำหรับทุกคน ไม่ว่าจะเป็ในหมู่นักศึกษา มนุษย์เงินเดือน หรือในหมู่เพื่อนฝูงทั้งชายและหญิง ฯลฯ จึงได้รับความนิยมจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ดังเช่นที่เราเห็นกันเคลื่อนเมืองทุกวันนี้ และไม่เพียงเฉพาะในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น ด้วยบรรยากาศที่เข้าถึงง่าย จึงไม่น่าแปลกใจที่อิชากายะยังข้ามน้ำข้ามทะเลไปสร้างความนิยมยังต่างแดนในหลายประเทศ แค่เฉพาะกรุงเทพฯ ของเราก็มีร้านแนวนี้อยู่แทบทุกย่านแล้ว

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อิชากายะเกี่ยวกับลักษณะวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นในร้านอิชากายะ ประสพการณ์ในการเข้าร้านกินดื่มแบบญี่ปุ่นหรือร้านอิชากายะ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าร้านอิชากายะ และความแตกต่างระหว่างร้านอิชากายะในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

5.2.1 ข้อเสนอแนะครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่อง “ร้านกินดื่มในแบบญี่ปุ่น กรณีศึกษา: อีซากายะ” ครั้งนี้ ข้อมูลทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมานั้นเป็นเพียงข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมทุกประเด็นของการศึกษา เนื่องจากอุปสรรคหลาย ๆ อย่าง เช่น อุปสรรคด้านการรวบรวมข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้ลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองจึงไม่สามารถเก็บข้อมูลปฐมภูมิได้ ซึ่งหากมีข้อมูลปฐมภูมิด้วย ผู้วิจัยเชื่อว่าจะทำให้เนื้อหาที่มีความชัดเจน ละเอียด และจะมีความน่าสนใจมากขึ้น และอุปสรรคในด้านภาษา เนื่องจากฐานผู้วิจัยต้องการศึกษาข้อมูลเชิงลึกที่มาจากคนญี่ปุ่นจริง ๆ ทำให้ต้องมีการถอดความเป็นภาษาไทย แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีข้อมูลไม่มากพอในการนำมาใช้

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรลงพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อสัมภาษณ์กับผู้ทำประกอบการร้านอีซากายะ หรือผู้เข้ารับบริการร้านอีซากายะ เพื่อให้ได้ข้อมูลมากพอและตรงตามที่ต้องการ เนื่องจากบางครั้งข้อมูลทุติยภูมินั้น อาจไม่เพียงพอต่อการนำมาใช้ตอบคำถามตามวัตถุประสงค์

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

- ฮารุโตะ ทสึชิยะ. (2557). **ส่องวิถีพิธีญี่ปุ่น**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
รศ. มณฑา พิมพ์ทอง. (2542). **ธรรมเนียมญี่ปุ่น**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
นาโอบุมิ อาเบะ. (2558). **เปิดประตูญี่ปุ่น**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
อรรถ บุนนาค. (2554). **ญี่ปุ่นได้อีก**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ข้อมูลจากเว็บไซต์

- วรัญญู อินทรกำแหง. (2563). **อิซากายะ101 : อดีตสู่ปัจจุบัน วัฒนธรรมการกินดื่มแห่งแดนอาทิตย์อุทัย**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://thestandard.co/izakaya-101/>
Thejapantimes. (2014). **Alcohol dependency in Japan**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2014/01/27/editorials/alcohol-dependency-in-japan/>
飯野 亮一. (2018). **居酒屋の誕生: 江戸の呑みだおれ文化**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://call-of-history.com/archives/13261>
バイト・アルバイトはモッピーバイト. **居酒屋の歴史や成り立ち**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://moppy-baito.com/knowledge/detail_14/
IKIDANENIPPON. (2020). **เรียนรู้วัฒนธรรมการดื่มอิซากายะของคนญี่ปุ่น**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://press.ikidane-nippon.com/th/a00101/>
IKIDANENIPPON. (2020). **อาหารที่ไม่ได้สั่งแต่มาเสิร์ฟ วัฒนธรรมร้านอาหารญี่ปุ่นโอโตชิคืออะไร**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://press.ikidane-nippon.com/th/a00535/>
FUN! JAPAN Team. (2019). **ทำไมคนญี่ปุ่นถึง...** เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.fun-japan.jp/th/articles/9931>

- Haruuka Kobayashi. (2014). มารยาทในการดื่มเหล้าและวิธีดื่มที่ญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://matcha-jp.com/th/126>
- Japanology. (2017) The Pub: A Closer Look At Japan's Izakaya Culture. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://japanology.org/2017/10/beyond-pub-closer-look-japans-izakaya-culture/>
- J.L.for Japan Experience. (2017). IZAKAYA 居酒屋. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.japan-experience.com/to-know/understanding-japan/izakaya>
- Andres Zuleta. Eating and Drinking at a Japanese Izakaya. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://boutiquejapan.com/izakayas-in-japan/>
- Anna. (2020). What is Izakaya. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://jw-webmagazine.com/what-is-izakaya/>
- GOTOKYU. (2020). Izakaya : Japan's unique take on the pub. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotokyo.org/en/story/guide/pub-grub-decoded-a-guide-to-japanese-izakaya/index.html>
- Guest Author. (2018). กฎ 7 ข้อต้องรู้เมื่อไปดื่มเหล้ากับคนญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2563. เข้าถึงได้จาก <https://travelblog.expedia.co.th/asia/180926/>
- All About Japan. (2016). 6 มารยาทน่ารู้ในการดื่มกับคนญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2563. เข้าถึงได้จาก <https://allabout-japan.com/th/article/1816/>
- All About Japan. (2018). คนญี่ปุ่นดื่มอะไรกัน. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2563. เข้าถึงได้จาก <https://allabout-japan.com/th/article/7365/2/>
- Alcohol Rhythm. (2020). ความเลวร้ายของวัฒนธรรมการดื่มของชาวญี่ปุ่นที่ทุกคนกำลังลืม. เข้าถึงเมื่อ วันที่ 10 กันยายน 2563. เข้าถึงได้จาก <https://alcoholrhythm.com/nomikai-japanese-drinking-culture>
- City-Cost. (2017). การดื่มในประเทศญี่ปุ่น วัฒนธรรม สถานที่ การปฏิบัติ และปัญหา. เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://www.city-cost.com/th/blogs/City-Cost/GIzDM-living_medical
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2563). ตลาดสินค้าเบียร์ในญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563. เข้าถึงได้จาก [file:///C:/Users/Acer/Downloads/659504%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/659504%20(1).pdf)
- องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). มารยาทในการกินและดื่ม. เข้าถึงเมื่อวันที่

25 ธันวาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.jnto.or.th/activities/japan-food/manner-eat-drink/>

OhHotrip. (2020). รู้จักวัฒนธรรมการดื่มของคนญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564. เข้าถึงได้จาก <https://ohhotrip.com/14120/>

GO TOKYO. (2020). คู่มือการท่องเที่ยวโตเกียวอย่างเป็นทางการ : กฎหมาย. เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotokyo.org/th/plan/local-laws/index.html>

LIVE JAPAN PERFECT GUIDE. (2017). วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี. เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564. เข้าถึงได้จาก <https://livejapan.com/th/article-a0000297/>

ข้อมูลรูปภาพ

ภาพที่ 4.1 ภาพบรรยากาศภายในร้านอิซากายะ. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://tokyocheapo.com/food-and-drink/tokyo-izakaya/>

ภาพที่ 4.2 ภาพการจัดที่นั่งรับรองผู้มารับบริการร้านอิซากายะ. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก

<https://amonblog.com/blog/post/64880332>

ภาพที่ 4.3 ภาพเครื่องดื่มประเภทเหล้าสาเกหรือนิฮงชู. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://allabout-japan.com/th/article/7365/>

ภาพที่ 4.4 ภาพเครื่องดื่มประเภทโซจูหรืออะวาโมริ. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://n-four-seasons.com>

ภาพที่ 4.5 ภาพเครื่องดื่มประเภทวิสกี. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://www.mushroomtravel.com/page/whisky-japan/>

ภาพที่ 4.6 ภาพเครื่องดื่มประเภทเบียร์ (Asahi). เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://www.foodrink.co.jp/news/2018/03/20134748.php>

ภาพที่ 4.7 ภาพเครื่องดื่มประเภทซูไฮ. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://sakecomi.com/40156>

ภาพที่ 4.8 ภาพเครื่องดื่มประเภทเหล้าบิว. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://zh-chs.favy-jp.com/topics/1725>

ภาพที่ 4.9 ภาพเครื่องดื่มประเภทชาว่า. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://www.syokuraku-web.com/news/47843/2/>

ภาพที่ 4.10 ภาพเครื่องดื่มประเภทไวน์. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก <https://allabout-japan.com/th/article/7365/>

ภาพที่ 4.11 ภาพเครื่องตีประเภทฮ้อปปี. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2564 เข้าถึงได้จาก

<https://allabout-japan.com/th/article/7365/>

ภาพที่ 4.12 การจัดลำดับการนั่งแบบโตะกลม. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2564 เข้าถึงได้จาก

<https://ohhotrip.com/14120/>

ภาพที่ 4.13 การจัดลำดับการนั่งแบบโตะเหลี่ยม. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2564 เข้าถึงได้จาก

<https://ohhotrip.com/14120/>

ภาพที่ 4.14 ภาพการรินเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2564 เข้าถึงได้จาก

<https://allabout->

[japan.com/th/article/1816/](https://allabout-japan.com/th/article/1816/)

ภาพที่ 4.15 ภาพโอโตชิหรืออาหารเรียกน้ำย่อย. เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2564 เข้าถึงได้จาก

<https://press.ikidane-nippon.com/th/a00535/>