

บทปริทัศน์หนังสือ (BOOK REVIEW)



โอโมเตนาชิ Omotenashi
จิตวิญญาณการบริการแบบญี่ปุ่น
เขียนโดย ดร.กฤตินี พงษ์ธนเลิศ

บทวิจารณ์โดย

สมชาย ยิ่งยัย¹

ในทุกธุรกิจหลักไม่พ้นเรื่องการให้บริการไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ โรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร ร้านตัดผม แม้กระทั่งร้านสะดวกซื้อ คำถามคือ การให้บริการ หรือ Service เพียงพอหรือไม่ ที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก หรือเป็นกระบอกเสียงที่มีส่วนแนะนำให้ญาติหรือให้เพื่อนมาใช้บริการ หนังสือเล่มนี้เรียบเรียงเข้าใจง่าย เป็นการเล่าเรื่องให้ชวนติดตาม โดยเริ่มจากที่มาของแนวคิดตามความเชื่อของคนญี่ปุ่นว่าทำไมการบริการของคนญี่ปุ่นจึงเป็นที่ประทับใจ มีการยกตัวอย่างประกอบทำให้ผู้อ่านได้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในบางมุมที่เราคาดไม่ถึง และยังเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่อยู่ในสายงานบริการสามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรได้จริง สำหรับการทำ “โอโมเตนาชิ” นั้น กล่าวได้ว่าไม่ได้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นแต่อย่างใดเลย หากเราได้ศึกษาทำความเข้าใจ และเริ่มต้นลงมือทำอย่างจริงจังก็จะเห็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ เพราะนอกจากจะทำให้ลูกค้าประทับใจแล้ว ตัวพนักงานผู้ปฏิบัติเองก็จะเห็นคุณค่าในงานที่ตนเองทำ

¹ วิทยากรอิสระ และอาจารย์พิเศษ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Email: Somchai14497@gmail.com

ซึ่งในแต่ละบทของหนังสือจะมีสรุปตอนท้ายเล่มให้ด้วย เช่น “โอโมเตนาชิ” แปลเป็นภาษาไทย คือ “การใส่ใจ” แม้กระทั่งในจุดเล็ก ๆ น้อย ๆ และคิดเพื่อลูกค้าในทุกจุดสัมผัสบริการ และที่สำคัญที่สุด คือ การไม่คาดหวังในสิ่งตอบแทน เป็นหนังสือที่ผมแนะนำให้ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ และในทฤษฎีธุรกิจควรค่าแก่การอ่าน แล้วจะทำให้ค้นพบได้พบคำตอบและทางรอดของธุรกิจในยุค Next Normal

องค์ประกอบของโอโมเตนาชิ

1. การทำโดยไม่คาดหวังสิ่งตอบแทน สิ่งที่ทำให้เราเป็นทุกข์ คือ ความคาดหวัง เช่น ถ้าเราบริการลูกค้าดี ลูกค้าจะให้ทิปเราหรือไม่ ถ้าไม่ได้ก็จะรู้สึกว่าจะทำไปทำไม ทำดีแล้วไม่เห็นไม่ได้อะไรเลยเหนื่อยเปล่า แต่คนที่มีโอโมเตนาชิ เขาจะทำให้คนที่อยู่ตรงหน้ามีความสุข มีรอยยิ้ม ตัวเขาเองก็มีความสุขไปด้วย หัวใจหลักของการดูแลแบบโอโมเตนาชิ คือ ถึงแม้ว่าตัวไม่อยู่ แต่ให้รู้ที่เรา ‘ใส่ใจ’ คิดเพื่อความต้องการของลูกค้า นี่คือการละเมียดละไมในจิตวิญญาณการบริการแบบญี่ปุ่น

2. การตระหนักว่าตัวเองเท่าเทียมกับลูกค้า ถ้าเราคิดว่าลูกค้าคือพระเจ้า เราจะไม่กล้าแนะนำสิ่งที่เหมาะสม เราจะทำตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งบางครั้งอาจจะไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับเขา แต่ถ้าเราคิดว่าลูกค้าคือ เพื่อน เราจะไม่แนะนำ กล้าที่จะให้ข้อมูล เสนอความเห็น เพื่อให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีที่สุดและเป็นประโยชน์ที่สุด

3. การดูแลแตกต่างไปตามลูกค้าแต่ละคน หมั่นสังเกตสีหน้า อาการ ความต้องการและปรับการดูแลของเราไปตามลูกค้าแต่ละคน สิ่งที่สำคัญคือ การจดจำความชอบของลูกค้าแต่ละคน เช่น เครื่องดื่มที่ชอบ ถ้ามาใช้บริการแล้วเราเตรียมไว้รอ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ ในยุคนี้การทำธุรกิจบริการแค่รู้จักไม่พอ ต้องรู้จัก และใส่ใจลูกค้าด้วย จะทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นคนพิเศษ

4. การเห็นคุณค่าในงานของตัวเอง เริ่มจากทัศนคติที่ดีในการทำงาน คิดเสมอว่างานที่เราทำอยู่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นอย่างไรบ้าง ทำหน้าที่ของเราให้ดีที่สุด เราต้องรู้จักจริงในเนื้อหาของงาน ขั้นตอนการทำงาน จะทำให้เรามั่นใจในการให้ข้อมูลลูกค้า สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ และต้องหมั่นศึกษาหาความรู้เพื่อมาเติมเต็มในงานที่เราทำด้วย

ในโลกธุรกิจทำให้เราต้องเพิ่มยอดขาย เพื่อผลกำไร และเพื่อให้องค์กรอยู่รอด เป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ แต่อย่าลืมหัวใจที่เราถูกปลูกฝังกันมาในสังคมแต่ดั้งเดิม อย่าลืมมองความงดงามของงาน สัมผัสความสุขของการได้เป็นผู้ให้จากงานบริการที่เราได้ทำ หมั่นถามตัวเองอยู่บ่อย ๆ ว่าเราจะ ‘ใส่ใจ’ คนรอบข้างได้อย่างไรบ้าง