

๕. การสื่อสารที่ดีเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยทางโทรศัพท์หรือเป็นการต้อนรับในสถานที่บริการก็ตาม ผู้ให้บริการจะต้องรู้จักใช้คำพูดหรือภาษาอย่างสุภาพ ให้เกียรติต่อผู้สนทนา พูดคุยด้วยน้ำเสียงที่ไพเราะ น่าฟัง ตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการแล้ว ยังเป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอีกด้วย

๖. ความกระตือรือร้นต่อการให้บริการ การเตรียมตัวเพื่อต้อนรับผู้มาใช้บริการในแต่ละแห่งจะต้องมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และทำด้วยกระตือรือร้น เพื่อแสดงออกถึงความมุ่งมั่น ตั้งใจต่อการให้บริการ สามารถตอบสนองได้อย่างทันท่วงที

๗. มีการติดตามและประเมินผล การบริการที่ดีควรมีการติดตามและประเมินผลความพึงพอใจจากผู้มาใช้บริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังข้อมูล ความคิดเห็นต่าง ๆ จากนั้นจึงนำมาสรุป วิเคราะห์ ประเมินผล โดยเลือกนำข้อมูลที่จะต้องแก้ไขหรือปรับปรุงมาดำเนินการหรือพัฒนาต่อไป เพื่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้มาใช้บริการในวันข้างหน้า



รูปที่ ๒.๑๐ การติดตามและประเมินผล
(ที่มา : <https://qrqo.page.link/dDJFS>)

FUN! JAPAN
WORDS

おもてなし

- Omotenashi -

รูปที่ ๒.๑๑ จิตการให้บริการของญี่ปุ่น

(ที่มา: <https://www.fun-japan.jp/th/articles/๔๕๖๑>)

หัวใจการให้บริการของญี่ปุ่นที่เรียกว่า Omotenashi: おもてなし) (อ่านว่า โอโมเตะนาชิ) ซึ่ง “โอโมเตะนาชิ” มีความสำคัญกับคนญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก เป็นคำขวัญที่ทำให้ญี่ปุ่นได้รับเลือกเป็นผู้จัดกีฬาโอลิมปิกในปี ๒๐๒๐ และใช้ในการเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะหลังไหลเข้ามาร่วมงาน Olympic Tokyo ๒๐๒๐ คนทั่วโลกจึงรู้จักกับคำว่า “Omotenashi” มากขึ้น





คำว่า “Omotenashi” เป็นคำศัพท์ที่ใช้ในการให้การต้อนรับ ในธุรกิจบริการสอดคล้องกับคำว่า Monozukuri (ทำของดี ราคาถูก) และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจกับการต้อนรับที่อบอุ่นความหมาย การให้การต้อนรับที่อบอุ่น (Warm Hospitality) เริ่มต้นจากการต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมที่บ้านเจ้าของบ้านต้องให้การต้อนรับด้วยความอบอุ่น ประดุจว่าเป็นครอบครัวเดียวกัน



Omotenashi นี้ได้ใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติในธุรกิจบริการ เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคารโรงแรม หรือแม้แต่ห้างสรรพสินค้า เราจะเห็นว่า เมื่อเดินเข้าประตูที่ภัตตาคารก็จะมีพนักงานมาโค้งคำนับพร้อมกับคำว่า Irasshaimase (ยินดีต้อนรับ) และพาไปตรงที่นั่งด้วยความสุภาพ จากนั้นก็จะมีผ้าร้อน หรือผ้าเย็น รวมทั้ง น้ำชาร้อน หรือน้ำเย็น ตามฤดูกาลมาให้ เมื่อสั่งอาหารเสร็จแล้วอาหารก็จะเสิร์ฟให้แก่ลูกค้าในเวลาไม่ช้า ด้วยความสุภาพ เรียบร้อย ในขณะที่เดียวกับบรรยากาศภายในร้าน แม้จะมีความเรียบง่าย แต่ก็สะอาดสะอ้าน ชวนมอง

Omotenashi ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวัดมาตรฐานการบริการของบริษัทต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านหนังสือ ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงแรม การท่องเที่ยว และอื่น ๆ โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด ๔ ระดับ คือ

- 
- 
- **ตราสีแดง** (ไม่มีดาว) มีแรงจูงใจและความพยายามในการปรับปรุงการบริการ
 - **ตราสีทอง** (๑ ดาว) มีการให้บริการได้ตามความคาดหวังของลูกค้า
 - **ตราสีกรมท่า** (๒ ดาว) มีการบริการที่มีความริเริ่ม สร้างสรรค์ เป็นที่สะดุดตา
 - **ตราสีม่วง** (๓ ดาว) มีการให้บริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า
- สรุปได้ว่า หลักการของโอโมเตนะชิ (Omotenashi) คือ การให้บริการที่เรียบร้อย สุภาพรวดเร็ว และสะอาด





๒.๓.๓ ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ

Parasuraman (๑๙๘๕, อ้างถึงใน ดวงกมล กรมาทิตย์สุข, ๒๕๕๐ : ๑๘-๑๙) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพของงานบริการ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า มิติคุณภาพบริการหรือเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการในมุมมองของลูกค้าหรือผู้รับบริการประกอบด้วย ๑๐ มิติ ดังนี้



๑. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น บุคลากร อาคารสถานที่ เครื่องมือหรืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการ รวมถึงการแต่งกายของบุคลากร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร



๒.

๒. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามข้อตกลงหรือข้อกำหนดที่ให้ไว้กับลูกค้าเกี่ยวกับการบริการ



๓.

๓. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การแสดงออกของพนักงานหรือบุคลากรถึงความเต็มใจในการให้บริการ การช่วยเหลือและความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าในทันที



๔.

๔. ความสามารถ (Competence) หมายถึง การมีความสามารถ ทักษะ และความรู้ในการให้บริการของพนักงาน

๕.

๕. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อ เข้ารับบริการของลูกค้าเช่น ขั้นตอนในการติดต่อเข้าใช้บริการไม่ ยุ่งยากและซับซ้อน หรือลูกค้าใช้เวลาไม่นานในการรอคอยเข้าใช้ บริการ

๖.

๖. อริยาไคยไมตรี (Courtesy) หมายถึง การแสดงออกของ พนักงานถึงความสุภาพอ่อนน้อม การให้ความเคารพ การมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี การรู้จักให้เกียรติและการคำนึงถึงความรู้สึก ของลูกค้า

๗.

๗. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถของ พนักงานในการสื่อสารรวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า เช่น การ อธิบายด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย การรับฟังความ คิดเห็นของลูกค้า





๘.

๘. ความไว้วางใจ (Credibility) หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจและแสดงออกถึงความซื่อสัตย์ในการให้บริการต่อลูกค้าของพนักงาน เช่น การรักษาคำสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า

๙.

๙. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในการใช้บริการ เช่น ความปลอดภัยทางร่างกาย ปลอดภัยจากโรคภัยติดต่อ Covid ๑๙ การเก็บรักษาความลับของลูกค้า ความมั่นคงทางการเงินขององค์กร

๑๐.

๑๐. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding Customers) หมายถึง การแสดงความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าและเข้าใจลูกค้าถึงความต้องการของลูกค้า แสดงออกด้วยความเอื้ออาทรและพร้อมให้บริการ






๒.๓.๔ ประโยชน์ที่เกิดจากการให้บริการด้วยหัวใจ
ประโยชน์ที่เกิดจากการให้บริการด้วยหัวใจ (สมิต สัชฌุกร,
๒๕๔๒) อาจพิจารณาได้ใน ๒ ด้านดังนี้

๒. บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้
- (๑) มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
 - (๒) มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
 - (๓) มีความผิดหวังและไม่มาใช้บริการอีก
 - (๔) มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการบริการของหน่วยงานไปอีกนาน
 - (๕) มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำไม่ให้อื่นมาใช้บริการ
 - (๖) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

๑. บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้
- (๑) มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
 - (๒) มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
 - (๓) มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
 - (๔) มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
 - (๕) มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
 - (๖) มีความรักดีต่อหน่วยบริการที่ให้บริการ
 - (๗) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

๒.๔ มารยาทและจรรยาบรรณ
ของผู้ให้บริการ





มารยาทและจรรยาบรรณ (Ethics and Etiquette)
หมายถึง หลักเกณฑ์หรือแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตน
ให้ถูกต้องและเหมาะสม มารยาทเป็นความประพฤติอันเป็น
ที่ยอมรับของทุกคนหรือคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งคนในสังคม
ร่วมกันคิดขึ้นมาเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก
ที่อยู่ร่วมกันในสังคม

จรรยาบรรณ (Ethics) คือ ความประพฤติที่กำหนด
ขึ้นในแต่ละอาชีพ ให้ประพฤติอย่างถูกต้องเหมาะสมตาม
ศีลธรรม และส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียงรวมถึงฐานะของ
สมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้



มารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น ๔ ลักษณะ ดังนี้

๒.๔.๑ มารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการต่อองค์กร ได้แก่


๑. ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อหน้าที่ โดยถือประโยชน์ขององค์กรเป็นสูงสุด
๒. การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ คำสั่ง และมติขององค์กรอย่างเคร่งครัด
๓. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตต่อองค์กร
๔. รักษาผลประโยชน์และความลับขององค์กร
๕. ดูแลรักษา และใช้ทรัพย์สินขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว
๖. ใช้ความรู้และประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร
๗. ปฏิบัติตนไม่ให้เสื่อมเสียชื่อเสียงขององค์กร



๒.๔.๒ มารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการต่อผู้ใช้บริการ ได้แก่

๑. เปิดเผยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการอย่างครบถ้วน ถูกต้อง
๒. แสวงหาสินค้าและบริการใหม่เพื่อเพิ่มประโยชน์ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
๓. ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในระดับที่มีความพึงพอใจสูงสุด
๔. ให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน
๕. ให้บริการด้วยคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริการขององค์กร
๖. ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าหรือค้ำกำไรเกินควรเมื่อเทียบกับคุณภาพและบริการ
๗. ไม่เรียกร้องผลประโยชน์จากลูกค้าโดยมิชอบ
๘. จัดระบบบริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
๙. รับฟังข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนา



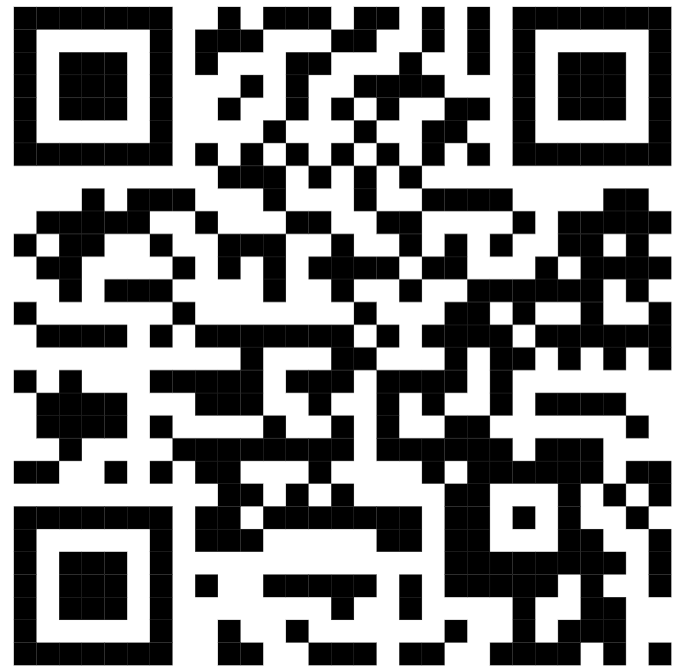


๒.๔.๓ มารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการต่อตนเอง ได้แก่

๑. เป็นผู้ที่มีศีลธรรมอันดีและประพฤติตนให้เหมาะสมกับหน้าที่
๒. ใช้วิชาชีพในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ และไม่แสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ
๓. มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ
๔. ศึกษาหาความรู้และประสบการณ์เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ
๕. วางตัวอย่างเหมาะสม มีกิริยามารยาทที่ดี
๖. รักษาความสะอาด และแต่งกายถูกต้องตามกาลเทศะ
๗. จงรักภักดีต่ออาชีพการงาน
๘. เสียสละต่อส่วนรวม

๒.๔.๔ มารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้แก่

๑. มีจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้น
๒. ให้ความสำคัญกับกิจกรรมของสังคมและชุมชน โดยมุ่งเน้นให้เกิด การพัฒนาชุมชน สังคม สร้างสรรค์ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งสนับสนุนกิจกรรม สาธารณประโยชน์
๓. ให้ความร่วมมือ และควบคุมให้มีการปฏิบัติ อย่างเคร่งครัดตามเจตนารมณ์ ของกฎหมาย
๔. ให้ความร่วมมือกับกิจกรรมของสังคมและชุมชน ร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สนับสนุนกิจกรรมของสาธารณประโยชน์
๕. ให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐในการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
๖. ยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตย และส่งเสริมให้พนักงานใช้สิทธิตามรัฐธรรมนูญ



สแกนเพื่อทำแบบทดสอบ