

การศึกษาการนำการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทย
สำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

กานต์ อังวิฑูรสถิตย์

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2559

A STUDY OF THE ADAPTION OF JAPANESE SERVICE “OMOTENASHI”
TO DEVELOP THE SERVICE IN THAILAND FOR JAPANESE RESIDENTS
WHO LIVE IN BANGKOK

Kran Aungvitulsatit

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program

in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2016

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษาการนำการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI
มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่
อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

โดย

กานต์ อังวิฑูรสถิตย์

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วุฒิ สุขเจริญ

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ดร. ภิญรดา แก้วเขียว)

..... กรรมการ

(ดร. มिरา เสี่ยงงาม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วุฒิ สุขเจริญ)

กานต์ อึ้งวิฑูรสถิตย์ : การศึกษาการนำบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร.
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วุฒิ สุขเจริญ, 93 หน้า.

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของไทยและการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI ในมุมมองของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 10 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิของการศึกษาเป็นแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

ผลการศึกษาพบว่า ชาวญี่ปุ่นมองจุดอ่อนของการบริการของไทย คือ ความไม่ละเอียดเรียบร้อยในการให้บริการ ความแตกต่างของคุณภาพจากบุคลากร และ การแสดงออกที่ไม่สุภาพ ในส่วนของจุดแข็งของการบริการของไทย คือความยืดหยุ่นในการให้บริการและความเป็นมิตร อีกด้าน ผลการศึกษาถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI พบว่า พบจุดอ่อนคือ การให้บริการที่ลวกๆหรือมากเกินไป และการขาดความยืดหยุ่น ในส่วนของจุดแข็ง ผู้ศึกษาพบว่า การให้บริการของญี่ปุ่นมีจุดแข็งคือการให้บริการด้วยจิตใจบริการ และการสร้างมาตรฐานการบริการ เมื่อนำจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่น มาปรับเข้ากับจุดแข็งและแก้ไขจุดอ่อนของการบริการของไทย

ในข้อสรุป ผู้ศึกษาได้ค้นพบถึงแนวทางนี้ว่า การบริการของไทยควรเริ่มต้นจากการปลูกฝังจิตใจบริการ ผู้บริหารจะต้องใส่ใจพนักงานผู้ให้บริการ และนำแนวการบริการมาสร้างออกเป็นคู่มือการบริการที่ชัดเจนเหมือนของญี่ปุ่น และมีการจัดการเรื่องของการอบรมพนักงานอยู่เสมอ อีกทั้งการสร้างคู่มือการบริการ ก็ไม่ควรกำหนดกรอบความคิดความสามารถในการบริการของคนไทยเสียเกินไป ควรทำให้คนไทยเข้าใจและมีอิสระในการให้บริการจากใจของผู้ให้บริการทั้งนี้เพื่อเติมเต็มการบริการให้มีคุณภาพแบบญี่ปุ่น และรักษาความยืดหยุ่นของบริการไทยเพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่เหมือนกันของผู้ได้รับการบริการแต่ละคน

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา

สาขาวิชา การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา 2559

KRAN AUNGVITULSATIT : A STUDY OF THE ADAPTION OF JAPANESE SERVICE “OMOTENASHI” TO DEVELOP THE SERVICE IN THAILAND FOR JAPANESE RESIDENTS WHO LIVE IN BANGKOK. ADVISOR : ASST. PROF. DR. WUT SUKCHAROEN, 93 PP.

As a purpose of this study was to study the adaption of Japanese service “OMOTENASHI” to develop the service in Thailand for Japanese residents who live in Bangkok, the weakness and the strength of both Thai service and Japanese service were studied. 10 samples in this study were Bangkok local Japanese residents who were interviewed about comparison between service in Thailand and service in Japan. The tool which was used in the data collection was the questionnaire form using accidental sampling.

The result of the study found the attitude about Thai service and Japanese service “OMOTENASHI” among Japanese local people who revealed of Thai service’s weakness were UNTIDY & NON-DETAIL SERVICE, INDIVIDUAL DIFFERENCE SERVICE and BAD SOCIABILITY SERVICE, and the strength were FLEXIBLE and FRIENDLINESS. In the other hand, Japanese local people revealed their Japanese “OMOTENASHI” service’s weakness were OVERREACTION SERVICE and RESTRICTION SERVICE, and they revealed of Japanese service’s strength were SERVICE MIND and MANUAL STANDARDISING. After this study, the solution was found out that Thailand’s service should set up by bringing Japanese “OMOTENASHI” strength to adapt with Thai service strength and fix its weakness.

In conclusion Thai service should start from reminding the Service mind to the service provider. The entrepreneurs should focus on their Staff, and standardizing service into a clearly manual as the Japanese way. Having their staffs training often and do not tide the staffs too much which will effect their flexibility. Beside they should make their staffs understanding how and why to service so that they will realize how to service the customers individually.

Graduate School

Student’s Signature.....

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor’s Signature.....

Academic Year 2016

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาเป็นอย่างดี จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วุฒิ สุขเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ให้คำชี้แนะ และแก้ไขในส่วนที่บกพร่องต่างๆ จนผู้ศึกษาได้สำเร็จลุล่วงในการประกอบสารนิพนธ์อย่างสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอนและให้ความรู้ อันเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จทางการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บริหารงานการศึกษาทุกท่านที่คอยช่วยเหลืออย่างเต็มที่และประสานงานด้านต่างๆ อย่างดีเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ให้คำสัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี อีกทั้งขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆ ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจในการทำการศึกษาฉบับนี้

ทั้งนี้ ทางผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า “การศึกษากำหนดบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนาการบริหารการบริการของประเทศไทย สำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร” จะเอื้อประโยชน์ให้แก่บัณฑิต คณาจารย์ ตลอดจนบุคคลที่สนใจ ได้ใช้เป็นเอกสารอ้างอิงที่มีประสิทธิภาพ พร้อมนำไปใช้ในการพัฒนาการบริการโดยทั่วไป หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขอภัยเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

กานต์ อังวิฑูรสถิตย์

TNI

THAI - JAPAN INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูป	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
นิยามศัพท์.....	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
การรวบรวมข้อมูล	3
กรอบแนวคิด	3
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดการบริการ.....	5
แนวคิด OMOTENASHI.....	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ	11
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	16
รูปแบบการวิจัย.....	16
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	16
ขั้นตอนและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	17
วิธีการเข้าถึงข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	17
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการดำเนินการวิจัย.....	19
ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์.....	19
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์.....	20
ปัจจัยการบริการของไทยในมุมมองของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย	22
ปัจจัยการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI ในมุมมองของชาวญี่ปุ่น ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย	25
ปัจจัยในการนำการบริการของญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้กับการบริการของ ประเทศไทย.....	29
บทสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการวิจัย	33
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	38
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	38
บรรณานุกรม.....	39
ภาคผนวก	41
ภาคผนวก ก. บทสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย	42
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์	93

TNI

TAI - NICHII INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นในการศึกษาการนำการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัย อยู่ในกรุงเทพมหานคร	22
2 ผลจากสัมภาษณ์ถึงความเป็นไปได้ในการนำการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทย	31
3 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดอ่อนของ การบริการไทย	34
4 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดแข็งของ การบริการไทย	35
5 ผลการสรุปข้อดีและข้อเสียของการบริการไทยจากการสัมภาษณ์ประชากร กลุ่มตัวอย่างชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย	35
6 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดอ่อนของ การบริการของญี่ปุ่นในแบบ OMOTENASHI	36
7 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดแข็งของ การบริการของญี่ปุ่นในแบบ OMOTENASHI	37
8 ผลการสรุปข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI จากการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย	38

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญรูป

รูป	หน้า
1	กรอบแนวคิดการศึกษากำหนดการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนา การบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร..... 4
2	ผลจากประสบการณ์การรับบริการคล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในหมู่ผู้ให้สัมภาษณ์ ชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทย..... 31



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยถูกจัดว่าเป็นหนึ่งในประเทศตัวเลือกที่น่าดึงดูดสำหรับผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาลงทุน ประกอบกับนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาลที่ต้องการให้ผู้ลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาประกอบกิจการด้วย ทำให้มีกิจการจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ซึ่งจากการสำรวจของบริษัท Fujitsu พบว่าในปี 2015 มีสัญชาติญี่ปุ่นมากที่สุด รวมมูลค่าการลงทุนถึง 148,964 ล้านบาท ซึ่งนับเป็น 30 % ของชาวต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยทั้งหมด (รวมทั้งหมด 493,690 ล้านบาท) และจากการลงทุนทั้งหมดของชาวญี่ปุ่น 26% ของชาวญี่ปุ่นลงทุนในอุตสาหกรรมบริการ มูลค่ารวมถึง 128,280 ล้านบาท ในขณะเดียวกัน ผู้ศึกษาพบว่า จากข้อมูลของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย TDRI แจ้งว่าในประเทศไทย มีประชากรชาวญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศทั้งหมด 80,957 คน แต่การที่จำนวนประชากรญี่ปุ่นที่เข้ามาอาศัยในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้นและมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ก่อให้เกิดอุปสงค์ในด้านของการใช้บริการต่างๆในประเทศไทยที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการดำเนินชีวิตของชาวญี่ปุ่นได้ ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันในตลาด ทั้งในด้านของร้านอาหารญี่ปุ่นโดยชาวญี่ปุ่น ร้านตัดผมโดยชาวญี่ปุ่น เนื่องจากคนญี่ปุ่นต้องการการบริการแบบญี่ปุ่น หรือ OMOTENASHI

ในปี 2020 ประเทศญี่ปุ่นได้รับการเป็นเจ้าภาพจัดงานแข่งขันโอลิมปิกที่กรุงโตเกียว รัฐบาลญี่ปุ่น ได้นำคำว่า OMOTENASHI ขึ้นมาเป็นคำขวัญประจำงานโอลิมปิกครั้งนี้ โดยผ่านฟรีเซนเตอร์ ทาคิฮาระ คริสเทล ผู้ประกาศข่าวชื่อดังที่เป็นลูกครึ่งญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ด้วยการนำ OMOTENASHI มาต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาที่ประเทศญี่ปุ่น จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ศึกษาสนใจในเรื่องของการพัฒนาระบบการบริการแบบไทยให้กลายเป็นสากล เช่นเดียวกับที่รัฐบาลญี่ปุ่นได้พัฒนา OMOTENASHI ให้เข้ากับระบบสากล

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาในส่วนของการบริการแบบ OMOTENASHI สภาพการบริการแบบไทย ความแตกต่าง การนำ OMOTENASHI เข้ามาประเทศไทยของคนญี่ปุ่น โดยวิธีการศึกษาแบบคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์คนญี่ปุ่นที่ประจำอยู่ ณ ประเทศไทย เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการบริการของไทย เพื่อให้ได้คุณภาพที่ทัดเทียมกับอุตสาหกรรมบริการของญี่ปุ่น ประกอบกับเพื่อเพิ่มระดับคุณภาพการบริการของไทยมากขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของไทยในมุมมองของชาวญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI
3. เพื่อสรุปแนวทางการนำการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI มาประยุกต์ใช้

นิยามศัพท์

1. การบริการ หมายถึง การสื่อสารและส่งมอบความรู้สึก ทั้งในรูปแบบของรูปธรรม และนามธรรม จากบุคคลหนึ่งอันเป็นผู้ให้บริการ ไปยังอีกบุคคลหนึ่งอันเป็นผู้รับบริการ เพื่อให้ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ไปจนถึงความประทับใจ อันเป็นเหตุให้ธุรกรรมของผู้ให้บริการนั้น ประสบความสำเร็จ

2. การให้บริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI หมายถึง การส่งมอบสินค้า และ/หรือ บริการ ผ่านความรู้สึกจากบุคคล และ/หรือ นิติบุคคลอันอยู่ในสถานะของเจ้าของหรือตัวแทนผู้ส่งมอบสินค้า และ/หรือ บริการ โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น และผู้ส่งมอบเป็นชาวญี่ปุ่น

3. การบริการแบบไทย หมายถึง การส่งมอบสินค้า และ/หรือ บริการ ผ่านความรู้สึกจากบุคคล และ/หรือ นิติบุคคลอันอยู่ในสถานะของเจ้าของหรือตัวแทนผู้ส่งมอบสินค้า และ/หรือ บริการ โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศไทย และผู้ส่งมอบเป็นชาวไทย

4. ผู้ให้บริการ หมายถึง บุคคล และ/หรือ นิติบุคคลผู้ส่งมอบสินค้า และ/หรือ บริการ แก่ผู้รับบริการ โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้น ทั้งในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย

5. ผู้ได้รับบริการ หมายถึง บุคคล และ/หรือ นิติบุคคลผู้ได้รับการส่งมอบสินค้า และ/หรือ บริการ แก่ผู้รับบริการ โดยเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้น ทั้งในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตระยะเวลาของการศึกษานี้สำรวจข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ประชากรชาวญี่ปุ่นที่พักพิงอยู่ในประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 ถึงมีนาคม 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัญหาของการบริการของคนไทยในหมู่คนญี่ปุ่นและความต้องการการบริการที่ดีกว่านี้ ในการใช้ชีวิตอยู่ประเทศไทยของคนญี่ปุ่น
2. ทำให้สามารถสร้างระบบการให้บริการ ออกมาเป็นรูปธรรมแก่ผู้ประกอบการอันเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้รับบริการ

3. ทำให้อุตสาหกรรมการบริการสร้างความประทับใจต่อชาวต่างประเทศ และ
อุตสาหกรรมไทยมีมาตรฐานที่เติบโตมากขึ้น

การรวบรวมข้อมูล

1. กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากับประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่พักพิงในเขต
วัฒนาและเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

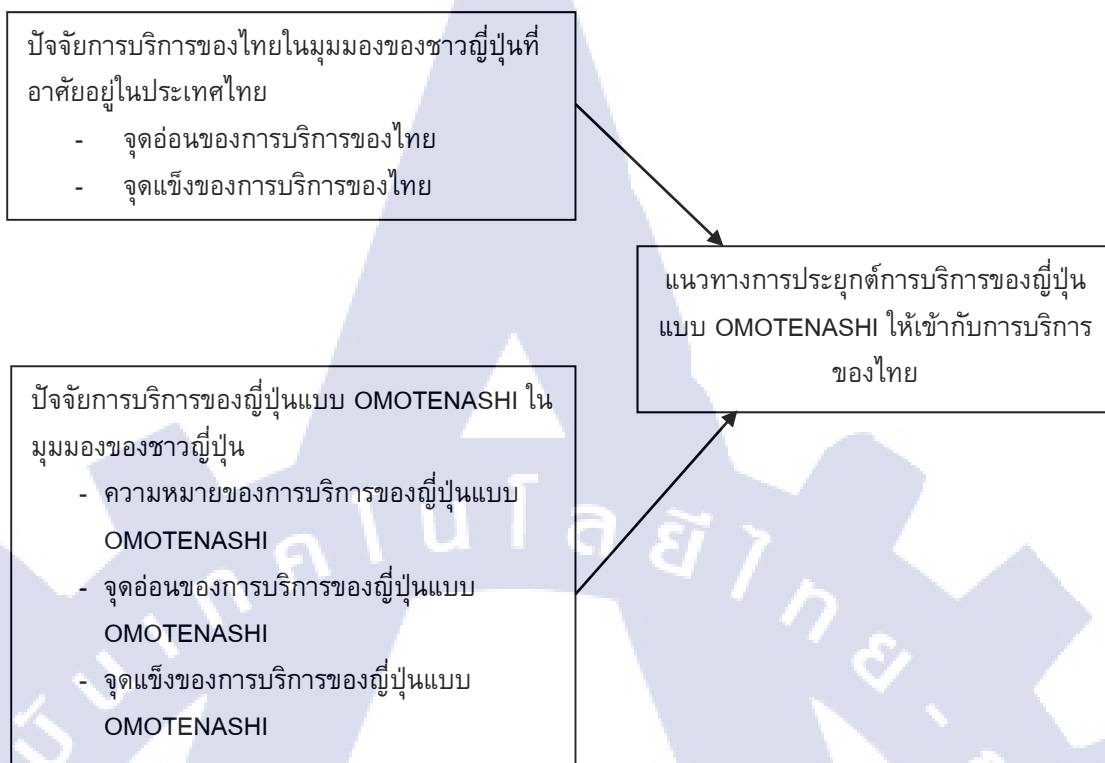
2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ด้วยบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ
OMOTENASHI

กรอบแนวคิด

ผู้ศึกษาจะดำเนินการศึกษาจากกรอบของการบริการว่าเพื่อให้ทราบถึงความหมาย
ของการบริการ ทั้งในรูปแบบของการบริการของไทย และการบริการของญี่ปุ่นในแบบ
OMOTENASHI เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็ง อันนำไปสู่การประยุกต์การบริการทั้งสอง
แบบ

TNI



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษาการนำการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการนำบริการแบบญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดการบริการ
2. แนวคิด OMOTENASHI
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

แนวคิดการบริการ

ความหมายของการบริการ

ตรีเพ็ชร อำเมือง (2555) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการคือ การให้ความช่วยเหลือ หรือ การดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการ ที่ดีผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กร ของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่าการบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) ได้ศึกษาความหมายของการบริการว่า การบริการคือ กิจกรรม กระบวนการ หรือการดำเนินการใดๆ ที่บุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่งได้อำนวยความสะดวก ช่วยเหลือ และ/หรือตอบสนองความจำเป็นและความต้องการให้กับบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ให้ได้รับความพึงพอใจ

สมิต สัชฌุกร (2543) ได้ศึกษาความหมายของการบริการว่า การบริการคือ การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลายหลาย ในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ การบริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือเป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

องค์ประกอบของการบริการ

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) ได้ศึกษาองค์ประกอบของการบริการ อันประกอบไปด้วย

1. ผู้รับบริการ หรือ ลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป้าหมายของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ
2. หน่วยงานบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้ และเป็นได้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
3. ผู้ปฏิบัติให้บริการ เป็นผู้ที่ดำเนินการบริการ หรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการโดยตรง โดยอาจจะมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวต่อผู้รับบริการหรือไม่ก็ได้
4. ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกระบวนการ หรือวิธีการนำเสนออรรถประโยชน์หรือคุณค่าต่างๆ ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ
5. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า องค์ประกอบจึงครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นอาคาร ลานจอดรถ การตกแต่ง อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ บรรยากาศ และแม้กระทั่งรูปแบบของพนักงาน

จากการศึกษาแนวคิดการบริการต่างๆ ผู้ศึกษาได้เข้าใจความหมายของการบริการว่าการบริการเป็นเครื่องมือทางนามธรรม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ได้รับการบริการ โดยได้สร้างผลลัพธ์ให้กับผู้ได้รับการบริการคือความประทับใจและความพึงพอใจ ตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้วางไว้เพื่อก่อให้เกิดความสุขและความสบายใจจากผู้ได้รับการบริการ

แนวคิด OMOTENASHI

ความหมายของ OMOTENASHI

มหาวิทยาลัย OMOTENASHI DO ได้กล่าวไว้ว่า OMOTENASHI เป็นการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น หากแปลความหมายตรงตัวสามารถแปลออกได้ 2 อย่างคือ

1. “OMOTENASHI” มาจากคำว่า “โอมะเทนาชิ” แปลว่า การตั้งใจทำอะไรให้เป็นรูปเป็นร่าง หมายความว่าตั้งใจที่จะทำการบริการโดยใส่ใจทุกรายละเอียด
2. “OMOTENASHI” มาจากคำว่า “อุระ โอมะเทะ นาชิ” แปลว่า การไม่มีลับหน้าลับหลัง หมายความว่า การบริการแบบญี่ปุ่นเปรียบเสมือนการที่บริการจากใจ โดยไม่ได้หวังซึ่งผลประโยชน์

เคนตะ โกโต (Kenta Gotoh. 2014) ได้ศึกษาความหมายของ OMOTENASHI ไว้ว่าการกระทำอันบริสุทธิ์ของตัวเอง โดยไม่ได้เพิ่มอะไร หรือลดอะไร ที่เป็นไปไม่ได้ แต่เป็นการกระทำสิ่งที่ทำได้สุดความสามารถให้แก่อีกฝ่ายโดยเฉพาะที่นี้และเวลานี้เท่านั้น แต่หากพูดใน

เชิงของเอกลักษณ์ของ OMOTENASHI จะสามารถให้ความหมายว่า “จิตใจแห่งการให้ความรัก การดูแลเอาใจใส่ แก่สิ่งของและผู้รับบริการ โดยถูกสร้างขึ้นมาจากการผสมผสานระหว่าง วัฒนธรรมประเพณี และจิตใจที่เอาใจใส่อย่างละเอียดลออของชาวญี่ปุ่น ยกตัวอย่างเช่น คนญี่ปุ่นจะไม่เรียก “ดอกไม้ไม่มีชื่อ” แต่จะเรียกว่า “ดอกไม้ที่ยังไม่ทราบชื่อ” นี่คือเอกลักษณ์ที่คนญี่ปุ่นจะใส่ใจกับความรู้สึกของผู้รับฟังเพื่อให้เห็นความใส่ใจต่อสิ่งของ

องค์ประกอบของ OMOTENASHI

กรมการท่องเที่ยวจังหวัดนางาโนะ ได้กล่าวว่า ในบริการ OMOTENASHI นั้น จะประกอบไปด้วยส่วนประกอบหลัก 3 ส่วนได้แก่

1. ฟุรุมะอิ หมายถึง การประพடுத்தิน เช่น มารยาท การยิ้ม การทักทาย การใช้คำพูด การดูแล และอื่นๆ
2. โยโซโออิ หมายถึง รูปลักษณ์ เช่น ภาพลักษณ์ครั้งแรก การแต่งกาย รูปแบบสิ่งของ และอื่นๆ
3. ชิทสึระอิ หมายถึง การจัดเตรียม เช่น การเตรียมพื้นที่ให้บริการ การเตรียมจุดถ่ายภาพ การเตรียมวิธีการใช้งาน การแนะนำ และอื่นๆ

คัตสึฮิสะ โมริยะ (Katsuhisa Moriya. 2015) ได้ศึกษาองค์ประกอบของ OMOTENASHI ว่าการบริการของ OMOTENASHI ตั้งเดิมมีรากฐานมาจากซาโด (วิถีแห่งชา) โดยริคิว (1522-1591) ได้ฝึกฝน จนคิด “กฎแห่งวิถีแห่งชาทั้งเจ็ด” ซึ่งเป็นที่มาของ OMOTENASHI โดยกฎทั้ง 7 มีดังต่อไปนี้

1. จงเติมชาตามชุดของผู้ดื่ม (จงคิดถึงความรู้สึกและสภาพของผู้ดื่มก่อนจะรินน้ำชาให้เขา)
2. จงวางถาดหินเพื่ออุ่นน้ำร้อน (จงเตรียมการให้พร้อมก่อนดื่มน้ำชา)
3. จงเตรียมของเย็นในฤดูร้อน และจงเตรียมของอุ่นในฤดูหนาว (จงบริการให้อีกฝ่ายรู้สึกสบาย)
4. จงจัดดอกไม้บนสนาม (จงศึกษาแก่นแท้แล้วค่อยแสดงสิ่งนั้นออกอย่างกระทัดรัด)
5. จงมาก่อนเวลานัดหมาย (จงเตรียมพื้นที่ว่างให้จิตใจสงบก่อนการบริการ)
6. จงเตรียมป้องกันฝน แม้ฝนจะไม่ตกก็ตาม (จงป้องกันรอบด้านเพื่ออีกฝ่าย)
7. จงใส่ใจกับผู้ดื่มชา (จงคำนึงถึงอีกฝ่ายก่อนที่จะทำอะไรก็ตาม)

มาตรฐานของ OMOTENASHI

Ministry of Economic Trade and Industry ของประเทศญี่ปุ่น ได้ก่อตั้ง Service Design Engineering Council ขึ้นเมื่อปี 2016 โดยได้กำหนดมาตรฐานของ OMOTENASHI ภายใต้วัตถุประสงค์ดังนี้

การทำให้มองเห็นคุณภาพของการบริการในรูปแบบของรูปธรรม พร้อมพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการช่วยเหลือธุรกิจท้องถิ่น

หนังสือรับรอง OMOTENASHI ถูกวางระบบให้สามารถนำมาใช้ได้กับอุตสาหกรรมบริการทุกประเภท เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างกำลังการผลิตที่มากขึ้น เต็มเปี่ยมไปด้วยการพัฒนาและการดำรงต่อเนื่องของคุณภาพการบริการที่ดี

“การซื้อ” “การใช้งาน” นั้นเมื่อเปรียบเทียบกับบริการแล้วต่างกันอย่างสิ้นเชิง การใช้บริการหากไม่ได้ประสบการณ์ต้อนรับหรือการบริการเอง ก็ไม่สามารถทราบถึงคุณภาพได้ ด้วยเหตุนี้ โครงการจึงได้ทำให้มองเห็นเป็นรูปธรรม โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การสนับสนุนการสร้างรูปธรรมของการบริการให้แก่ผู้ประกอบการ
2. การให้การช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาคุณภาพการบริการ
3. การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่ดีจากการบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้บริโภค

คำจำกัดความของ OMOTENASHI CERTIFICATE

“กระบวนการ” อันก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ ลูกค้า พนักงาน และสังคม (ท้องถิ่น) โดยคำจำกัดความของ OMOTENASHI CERTIFICATE นั้นมีดังต่อไปนี้

1. การสร้างค่านิยมตามความคาดหวังจากลูกค้า
2. การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันกับสังคมและพื้นที่ท้องถิ่น
3. การดึงความสามารถและความต้องการจากเบื้องลึกของพนักงานออกมา
4. การพัฒนาและดำรงอย่างต่อเนื่อง

ประเภทและชนิดของ OMOTENASHI CERTIFICATE

RED CERTIFICATE : เป็นใบรับรองความต้องการที่พัฒนาระบบการบริการของผู้ให้บริการ

เงื่อนไข นำผลจากการตรวจสอบแบบสอบถามคุณสมบัติ 7 อย่าง 30 ข้อมานำเสนอให้กับ Service Design Engineering Council

GOLD CERTIFICATE (1ดาว) : เป็นใบรับรองว่าสามารถบริการได้เกินความคาดหวังของลูกค้า (ต้องได้รับการตรวจสอบจากบุคคลที่สาม)

เงื่อนไข ในแบบสอบถามคุณสมบัติ 7 อย่าง 30 ข้อ จะต้องดำเนินการแล้วไม่ต่ำกว่า 15 ข้อ

BLUE CERTIFICATE (2ดาว) : เป็นใบรับรองว่าธุรกิจนี้สามารถมอบบริการที่ผ่านการออกแบบและมีเอกลักษณ์เฉพาะของตน (ต้องได้รับการตรวจสอบจากบุคคลที่สาม)
เงื่อนไข ในแบบสอบถามคุณสมบัติ 7 อย่าง 30 ข้อ
จะต้องดำเนินการแล้วไม่ต่ำกว่า 21 ข้อ

PURPLE CERTIFICATE (3 ดาว) : เป็นใบรับรองว่าสามารถบริการเกินความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการการบริการแบบ OMOTENASHI (ต้องได้รับการตรวจสอบจากบุคคลที่สาม)
เงื่อนไข ในแบบสอบถามคุณสมบัติ 7 อย่าง 30 ข้อ
จะต้องดำเนินการแล้วไม่ต่ำกว่า 24 ข้อ

รายละเอียดแบบสอบถาม

OMOTENASHI SELF CHECK SHEET

การจัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์

1. มีการติดต่อสื่อสาร และให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. มีการเตรียมเครื่องมือสื่อสารแนะนำหรือคำอธิบายที่เข้าใจง่ายแก่ลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก
3. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสื่อสารระหว่างพนักงานและพื้นที่ท้องถิ่น
4. มีการวางแผนในการให้ข้อมูลสื่อสารออนไลน์ (โบรชัวร์ เว็บไซต์ Social Network)

การจัดการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก

5. มีการนำระบบเครื่องอ่าน IC CHIP มาใช้กับการตอบรับบัตรเครดิต
6. มีคู่มือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
7. มีป้ายสัญลักษณ์ทั้งในและนอกอาคารสถานที่ที่เป็นภาษาสากล (เช่น ทางออก, ห้องน้ำ, ป้ายและอื่นๆ) หรือมีการสื่อสารที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถเข้าใจได้ง่าย
8. มีการเตรียมการป้องกันปัญหาเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ (เช่น มีการตอบรับป้องกันปัญหาด้วยการให้การอบรมอุปนิสัยและวัฒนธรรมเพื่ออำนวยความสะดวก)

การจัดการเกี่ยวกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงาน

9. มีการวางระบบในการดูแลสุขลักษณะและสุขภาพของพนักงานและลูกค้า (เช่น มีโครงการตรวจสอบสุขภาพ มีการแยกพื้นที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ มีโครงการ Telework หรือการอนุญาตให้ปฏิบัติงานที่บ้าน เป็นต้น)

10. มีการวางแผนเพื่อให้สิ่งอำนวยความสะดวกสามารถรองรับในการให้บริการกับทุกคน (เช่น มีการปรับปรุงสถานที่ให้รองรับต่อรถเข็นเด็ก คนชรา คนพิการ เป็นต้น)

11. มีการรณรงค์การปฏิบัติการ 5 ส.อยู่ตลอดเวลา

12. มีการตรวจเช็คความปลอดภัยของสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่เป็นประจำเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงาน และมีการดำเนินการแก้ไขหรือลงทุนต่อสิ่งอำนวยความสะดวกหากมีความจำเป็น

การจัดการปรับปรุงการปฏิบัติงาน

13. นำระบบ IT เข้ามาใช้ในการปฏิบัติการบัญชี การจัดการบริหารยอดขายและคลังสินค้าอย่างเหมาะสม

14. มีการปรับปรุงให้งานสำนักงาน (บัญชี ธุรการ คลังสินค้าและอื่นๆ) สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (หรือมีการปรับปรุงไคเซ็นอย่างต่อเนื่อง)

15. มีการสร้างระบบการตรวจเช็คและปรับปรุงระดับการให้บริการเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

16. มีการจัดการการเพิ่มคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง (เช่น การเทรนนิ่งพนักงาน)

17. มีการเตรียมการและการจัดการระบบ PDCA (Plan Do Check Act; การหมุนเวียน “การวางแผน” “การปฏิบัติ” “การให้คะแนน” “การแก้ไข”) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและการสนับสนุนพื้นที่ท้องถิ่น

18. มีการจัดการการนำความคิดเห็นของพนักงานและนำความคิดเห็นนั้นมาใช้ประโยชน์ (เช่น การให้พนักงานทำแบบสอบถาม เป็นต้น)

การจัดการเกี่ยวกับการเตรียมและการนำอุปกรณ์ต่างๆเข้ามาใช้

19. มีการนำระบบ IT เข้ามาใช้ในการต้อนรับลูกค้า แล้วมีการนำระบบต่างๆมาใช้เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างละเอียดถี่ถ้วน (เช่น การวางแทปเล็ตสำหรับให้บริการลูกค้า การนำระบบวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เป็นต้น)

20. มีการเตรียมอุปกรณ์คู่มือการอธิบายรายละเอียดการให้บริการเป็นภาษาต่างประเทศ

21. มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่อให้พนักงานสามารถนำมาใช้ในการบริการลูกค้าเป็นภาษาต่างประเทศ (เช่น คู่มือบทสนทนาภาษาต่างประเทศ หนังสือนั้ว้ภาษาต่างประเทศ แอปพลิเคชันต่างๆ เป็นต้น)

22. มีการสร้างแผนที่เป็นภาษาต่างประเทศให้กับพื้นที่รอบข้าง (สามารถประกอบแผนที่ขึ้นเองและนำมาเสนอก็ได้)

การจัดการเกี่ยวกับการตอบสนองและการทำความเข้าใจลูกค้า

23. มีการวิเคราะห์วางแผนกลยุทธ์องค์กร จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร ให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าและพื้นที่ท้องถิ่นเป้าหมาย ผ่านนโยบายและพันธกิจองค์กร

24. มีการวิเคราะห์และรับฟังความคิดเห็นจากพื้นที่ท้องถิ่นและลูกค้า (มีการวางแผนสอบถามหรือมีการพูดคุยกันเป็นต้น)

25. มีการวางแผนนโยบายให้เข้ากับการบริการลูกค้าชาวต่างประเทศ พร้อมทั้งมีการวางแผนกลุ่มลูกค้าประเทศเป้าหมาย มีการศึกษาวัฒนธรรมและทำการเข้าใจกับกลุ่มลูกค้าเหล่านั้น

26. มีการอบรมในเรื่องของภาษาเพื่อให้สามารถพูดคุยกับลูกค้าชาวต่างประเทศได้ระดับหนึ่ง (เช่นมีการนำแอปพลิเคชันในข้อ 21 มาใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือการอบรมบทสนทนาต่างประเทศแก่พนักงาน)

27. มีการสื่อสารให้พนักงานทราบถึงกลยุทธ์ขององค์กรที่มีต่อการบริการลูกค้าและผลการวิเคราะห์ต่างๆ แล้วมีการนำไปปฏิบัติต่อ

การจัดการเกี่ยวกับการพัฒนาและการอบรมพนักงาน

28. มีการเตรียมการบริการลูกค้าโดยใช้หลักการ Barrier Free ทางจิตใจ*และการจัดการให้พนักงานกลมกลืนเข้ากับระบบนี้

*ไม่เพียงแต่การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้เข้ากับคนชรา คนพิการ ฯลฯ แล้ว ยังต้องอบรมให้พนักงานปราศจากสิ่งกีดกันในการเข้าช่วยเหลือกลุ่มลูกค้าดังกล่าวด้วยทั้งในและนอกเวลาทำงาน

29. มีนโยบายการต้อนรับลูกค้าชาวต่างประเทศและการจัดการอบรมให้พนักงานทำความเข้าใจกับนโยบายนี้

30. มีการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์และทางอีเมลเป็นภาษาต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

เคียวโกะ เทระซากะ; และยูชิ อินาบะ (Kyoko Terasaka; and Yushi Inaba. 2014) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “การวิเคราะห์เปรียบเทียบการบริการระหว่าง HOSPITALITY กับ OMOTENASHI” 「ホスピタリティ」と「おもてなし」サービスの比較分析 ผู้ศึกษาได้ใช้วิธี Cross Case Analysis ในการศึกษาและวิเคราะห์ระหว่างการบริหารของ Ritz Carlton และ KAGAYA โดยหาจุดที่เหมือนกัน คล้ายคลึงกัน และจุดที่แตกต่างกันมาวิเคราะห์ แล้วทำการศึกษาเปรียบเทียบ โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. นโยบาย
2. การอบรมทรัพยากรบุคคล
3. การมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบ
4. การตอบสนองการติเตียน
5. ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่พนักงาน
6. การแบ่งปันข่าวสาร

ซึ่งเป็นหัวใจของการบริการ จนท้ายสุดผู้ศึกษาได้ข้อสรุปดังต่อไปนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นหาความหมายของ OMOTENASHI อันมีความหมายที่ไม่ได้เจาะจงนอกนั้นมาหาจุดเด่น และความหมายที่แท้จริง จากนั้นเพื่อที่จะนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการบริการ จึงได้วิเคราะห์ HOSPITALITY เข้ามาปรับปรุงการบริการอีก สิ่งแรก ผู้ศึกษาพบว่า OMOTENASHI คือความสุภาพและมารยาท ประสาทสัมผัสที่สามารถเข้าหากันกับลูกค้ารวมกัน

งานวิจัยฉบับนี้พบเห็นความเป็นจริงดังต่อไปนี้ OMOTENASHI และ HOSPITALITY มีเป้าหมายในการเพิ่มคุณค่าทางด้านการบริการเหมือนกัน แต่ในเชิงกลยุทธ์การบริหารแล้วมีจุดที่ต่างกันดังนี้

HOSPITALITY

1. ใช้แนวความคิดให้คะแนนในการส่งมอบการบริการ
2. มีการนำเสนอวิธีการให้บริการ
3. การให้บริการได้สื่อถึงนโยบายทางรูปธรรม

OMOTENASHI

1. ใช้แนวความคิดหักคะแนนในการส่งมอบการบริการ
2. แทนที่จะนำเสนอวิธีการให้บริการ มักจะเน้นการใส่ใจกับลูกค้ามากกว่า
3. การให้บริการที่สื่อทั้งนโยบายภายใต้วัฒนธรรมของญี่ปุ่น
4. มีความโดดเด่นในด้านของการป้องกันความผิดพลาด

โดยสรุปแล้วการบริหารการบริการแบบ HOSPITALITY มักจะมาจากการเตรียมการในการเพิ่มคุณค่าจากการบริการ อีกด้าน การบริการแบบ OMOTENASHI มักจะมาจากการเตรียมการในการมอบการบริการที่มีมาตรฐานสูง เพื่อไม่ให้คุณค่าจากการบริการลดลง จึงมีความเป็นไปได้ที่ระดับการให้บริการจะสูง

ตามความหมายของงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า OMOTENASHI ของญี่ปุ่นนั้นมีความหมายที่ไม่แน่นอน แต่มีนวัตกรรมบริการที่สามารถนำมาศึกษาอย่างละเอียด และเมื่อนำมาเปรียบเทียบและพิจารณาการบริหารการ

บริการ HOSPITALITY ของตะวันตกแล้วพบว่า OMOTENASHI มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวชนิดที่
ไม่สามารถนำมาเทียบกันได้

ลำดับที่สอง ทั้ง HOSPITALITY และ OMOTENASHI ได้ถูกสร้างมาเพื่อการบริการ
ชั้นสูง และผู้ศึกษาได้ค้นพบถึงการสร้างพื้นฐานและวิธีการบริหารการบริการที่มีประสิทธิภาพ
ของการบริการแบบทั้งสองอย่าง โดยเฉพาะ เมื่อนำการบริการที่ได้จาก OMOTENASHI ผู้
ศึกษาได้ค้นพบการบริหารจัดการแบบที่เป็นรูปธรรมหรือมาตรฐานที่แท้จริงออกมาได้ ทั้งที่ไม่
เคยมีทฤษฎีการบริหารการบริการของ OMOTENASHI นับเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ผู้ศึกษาได้
ค้นพบออกมา

ในการศึกษาคั้งนี้ ปริมาณของตัวอย่างการให้บริการนั้นถูกจำกัด ในภายภาคหน้า
ยังมีความจำเป็นที่ต้องสร้างความน่าเชื่อถือและความถูกต้องที่มากกว่านี้ ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ศึกษาเชื่อ
ว่า หากนำข้อมูลและผลการวิเคราะห์นี้เข้ามาใช้ในการวางรากฐานการบริหารจัดการและในไป
ใช้การบริการแล้ว จะสามารถนำจุดเด่นของการบริการ OMOTENASHI ของญี่ปุ่นออกมาได้
อย่างแน่นอน จึงเชื่อว่างานวิจัยด้านการบริการนี้ต้องเป็นที่ต้องการในภายภาคหน้า

ฮิเดคาซึ อิวาโมโตะ; และเคนสึเกะ ทาคาฮาชิ (Hidekazu Iwamoto; and Kensuke Takahashi. 2014) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “ทัศนมิติของการบริการ OMOTENASHI ของญี่ปุ่น และ HOSPITALITY ของฝั่งประเทศตะวันตก” หรือ 日本のおもてなしと西洋のホスピタリティの観解に関する一考察 โดยได้ผลการวิจัยออกมาดังนี้

ในฝั่งประเทศตะวันตก HOSPITALITY ถูกออกแบบเพื่อเป็นกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจภายในอุตสาหกรรมบริการ เพื่อห่างจากการทำกิจกรรมการกุศลของโบสถ์และวัด และมันก็กลายเป็นแนวคิดที่ว่าบริการเป็นหนึ่งในสินค้าที่มีค่าตอบแทน ฮิโรโอะ จิการะอิชิ (Hiro-o Chikaraishi, 1997) ได้กล่าวไว้ว่า HOSPITALITY ได้เป็นสินค้าในการสร้างชัยชนะการแข่งขันทางธุรกิจ โดยคำว่า HOSPITALITY นั้นทุกวันนี้ ได้ถูกตีความให้กลายเป็นคำที่ใช้ในอุตสาหกรรมบริการเรียบร้อยแล้ว อีกด้าน โอ ซอนฟา (Oh Sonfa, 2010) ได้กล่าวไว้ว่า OMOTENASHI นั้นเป็นการบริการที่มีเอกลักษณ์โดยเฉพาะของญี่ปุ่น วัฒนธรรมและการบ่มเพาะนิสัยของ OMOTENASHI นั้น ถึงแม้ว่าจะมีสิ่งคล้ายคลึงอยู่ในสังคมที่อื่นๆ ในโลก แต่ความสุภาพ และความมีมารยาทของชาวญี่ปุ่นนั้น เป็นจุดที่ทำให้ OMOTENASHI กับ HOSPITALITY แตกต่างกัน

หากนำ HOSPOTALITY มาเปรียบเทียบกับบริการที่เป็นสินค้าทางธุรกิจแล้ว จะรู้สึกถึงการบริการที่ได้รับในโลกตะวันตก เกาหลี และจีน อีกด้าน การบริการที่ไม่ได้หวังค่าตอบแทนของญี่ปุ่น OMOTENASHI นั้น ขณะนี้ได้เป็นที่จับตามองมากยิ่งขึ้น ในงานโอลิมปิกและพาราลิมปิกที่กรุงโตเกียวปี 2020 ถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะโปรโมทการบริการของญี่ปุ่น OMOTENASHI ให้ชาวต่างชาติได้เป็นที่รู้จัก ในปี 2013 ได้มีนักท่องเที่ยวเข้าประเทศญี่ปุ่น ถึง 10 ล้านคน ในภาครัฐได้วางยุทธศาสตร์ไว้ว่า ในปี 2020 จะต้องมียุทธศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวเข้าประเทศญี่ปุ่นถึง 20 ล้านคน และในปี 2030 จะต้องมียุทธศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวเข้าประเทศญี่ปุ่นถึง 30 ล้านคน การที่มีชาว

ต่างประเทศเข้ามาในประเทศ ส่งผลกระทบต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์การสร้างเสริมความเติบโตทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ทรัพยากรการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นมีทั้งธรรมชาติที่สวยงาม สถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ และออนเซ็นที่สามารถสื่อถึงความเป็นญี่ปุ่นอย่างชัดเจน OMOTENASHI ของญี่ปุ่นนั้นคือการใส่ใจในการมอบความสงบความสบายให้แก่จิตใจของคนรอบข้าง

ในส่วนของวัฒนธรรม OMOTENASHI นั้นจะเป็นการบริการที่ไม่ได้หวังค่าตอบแทน แต่หากจะนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในกลยุทธ์การท่องเที่ยวแล้ว ก็ไม่ได้เป็นการสร้างผลกำไรเช่นกัน เพราะฉะนั้น หากต้องการนำบริการ OMOTENASHI มาใช้เป็นเครื่องมือการท่องเที่ยวนั้น คงจะใช้เป็นเครื่องมือในการเรียกลูกค้าให้เข้ามา และคงเป็นหนึ่งในส่วนประกอบของการสร้างคุณค่าแก่ตัวสินค้า ทั้งที่ทั้งนั้น ยังมีประเด็นที่ต้องถามถึงเรื่องของการเพิ่มขึ้นทางต้นทุนหรือไม่ ก็คงเป็นจุดที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และจะเป็นประเด็นที่ต้องนำมาพูดกันอีกแน่นอน แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ได้พูดถึงแนวทางความเป็นไปได้สองทางดังต่อไปนี้

ทางที่หนึ่ง การรวมลูกค้าหมายถึง การที่เกิดทั้งลูกค้าใหม่และการรักษาลูกค้าเก่า ทั้งนี้ OMOTENASHI สามารถเป็นหนึ่งในคุณค่าของสินค้าที่ก่อให้เกิดการรวมลูกค้าได้ ค่าใช้จ่ายทางการโฆษณา การสร้างแบรนด์ต่างๆ นั้น ย่อมเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ในกรณีนี้ จะต้องนำบริการ OMOTENASHI มาให้ลูกค้าเห็นว่า ผู้ให้บริการไม่ได้หวังผลประโยชน์อะไร ไม่มีค่าบริการ หรือการตั้งราคาจากการนำสิ่งที่เป็นนามธรรมเข้ามาใช้ในการส่งมอบสินค้าและบริการ แผนนี้จะสร้างความแตกต่างกับ HOSPITALITY ที่นิยมคิดค่าบริการเพิ่มโดยการผลักภาระให้กับลูกค้า จุดนี้จะเป็นการรักษาความแตกต่างระหว่าง HOSPITALITY และ OMOTENASHI ซึ่งส่งผลกระทบกับภาพรวมของการดึงดูดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน

อีกทางหนึ่ง แนวคิดในการนำ OMOTENASHI เข้ามา “สร้างความนันทนาการ” กับการเพิ่มคุณค่าสินค้าใหม่ “การสร้างความนันทนาการ” นั้นเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้มีการวิจัยเมื่อไม่กี่ปีมานี้ เกี่ยวกับ Service Dominant Logic ซึ่งเป็นแนวคิดที่จะนำเอาสิ่งที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรมเข้ามารวมกันเป็นการบริการ กล่าวคือ การรวมตัวกันเพื่อสร้าง Story ในตัวสินค้า ภาพลักษณ์ที่ติดตัวมากับการบริการ OMOTENASHI ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกดังต่อไปนี้ การบริการ OMOTENASHI ของญี่ปุ่นนั้น จะต้องมีความสบาย ไม่ได้ดูสวยงามโอ้อวด แต่เป็นของที่ผ่อนคลาย ในเรียวกังสไตล์ญี่ปุ่นที่เงียบสงบ จะต้องได้รับการเติมเต็มความรู้สึกที่ผ่อนคลายอย่างมีคุณภาพ ต่อให้ยุ่งยากนิดหน่อยก็ไม่ใช่ไร เพียงแค่ได้สัมผัสกับความสวยงามที่มีอยู่ในห้องเล็กๆ ขนมและอาหารต่างใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล วางตกแต่งอย่างละเอียดและสวยงามที่สื่อให้ถึงความรู้สึกของฤดูกาลนั้น เป็นการสร้างความผ่อนคลายทางจิตใจและความสุขให้กับผู้อื่น เป็นต้น ทั้งหมดนี้คือ “การสร้างความนันทนาการ” ในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งมอบบริการ

สุดท้าย OMOTENASHI ที่มีรากฐานจากวิถีแห่งชาตินั้นสื่อถึงพื้นหลังของวัฒนธรรมความเป็นญี่ปุ่น ผ่านเอกลักษณ์ของการให้บริการทั้งทางด้านการยาทและการกระทำ การสร้างทรัพยากรการท่องเที่ยวและสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่นำเอาความเป็นญี่ปุ่นทั้งทางวัฒนธรรมบรรยากาศ และศิลปะเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคปัจจุบันย่อมเกิดการพัฒนาและวิวัฒนาการใหม่ๆ อย่างแน่นอน”

จากการศึกษาถึงการบริการของญี่ปุ่นในแบบ OMOTENASHI ผู้ศึกษาได้พบว่าความหมายที่แท้จริงของ OMOTENASHI นั้น ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จากยุคสมัยก่อนที่วิถีแห่งชาเป็นการสร้างมาตรฐาน เพื่อนำพาธุรกิจไปสู่ระบบสากล เช่นการที่รัฐบาลได้ก่อตั้งการตรวจสอบมาตรฐานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ชาวต่างประเทศที่จะมาท่องเที่ยวในช่วงโอลิมปิก แต่จากการทำ OMOTENASHI ให้กลายเป็นมาตรฐาน ผู้ศึกษาได้พบว่า ความมีเอกลักษณ์ของการให้บริการของ OMOTENASHI นั้นจะหายไป และ OMOTENASHI ก็จะถูกกลายเป็นการให้บริการที่มีรูปแบบ เป็นการให้ดาวโดยการรับรองจากทางภาครัฐเอง ซึ่งไม่ได้ต่างจากการให้ดาวที่รัฐบาลในประเทศอื่นๆ ได้กำหนดในระบบการให้บริการตามธุรกิจโรงแรมภายในประเทศนั้น ความหมายของ OMOTENASHI โดยสรุปความหมาย ผู้ศึกษาจึงขอให้ความหมายว่า เป็นการบริการที่มีรากฐานจากการสร้างความสงบสุขให้แก่ผู้รับบริการ โดยการคำนึงถึงสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการตามกาลและเทศะที่ลูกค้าต้องการ และเป็นบริการที่สื่อถึงความเป็นญี่ปุ่นด้วยความสุภาพและความอ่อนโยนต่อผู้ได้รับการบริการ

TNI

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษานำการบริการแบบญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร” ภายใต้วัตถุประสงค์ คือการศึกษานำการบริการภายในประเทศไทยต่อชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และศึกษานำการบริการของญี่ปุ่นเพื่อมาประยุกต์ใช้กับการบริการของไทย โดยได้ศึกษาหัวข้อและรายละเอียดการวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. ขั้นตอนและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. วิธีการเข้าถึงข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกดังต่อไปนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสารทั้งในเชิงแนวคิด หนังสือ และเอกสารรูปแบบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการให้บริการทั้งแบบไทยและแบบ OMOTENASHI ของญี่ปุ่น จากแหล่งข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่น
2. การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หมายถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้การสัมภาษณ์เดี่ยวแบบเผชิญหน้า โดยผู้ให้ข้อมูลตามแนวคำถามที่วางไว้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความคิดและพฤติกรรมของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยจริงๆ เป็นการซักถามระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชากรชาวญี่ปุ่น ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้สัมภาษณ์แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ขั้นตอนและการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้ศึกษาได้เตรียมการด้านความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิดของการปฏิบัติการบริการ ทั้งการบริการของไทย และการบริการแบบของญี่ปุ่น OMOTENASHI จากเอกสารและหนังสือ ต่างๆ

2. ผู้ศึกษาเตรียมการด้านความรู้เกี่ยวกับวิธีการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูล วิธีการสัมภาษณ์ และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา และการขอคำปรึกษาจากคณะอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัย เพื่อการบรรลุการศึกษาถึงประเด็นที่ต้องการศึกษามากที่สุด

3. แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นโดยการศึกษา ประเด็นคำถาม จากวัตถุประสงค์ที่ผู้ศึกษาต้องการและจากแนวคิดทฤษฎี เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ต้องการ จึงมีการเรียงลำดับคำถาม และเนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของ คำถามเปิด

โครงสร้างคำถามในการสัมภาษณ์ ได้ถูกออกแบบดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวคำถามทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล เพศ อายุ สถานที่เกิด วัตถุประสงค์ในการอยู่อาศัยในประเทศไทย ระยะเวลาอาศัยในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับการบริการของไทย จุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการ ของไทย

ส่วนที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่น OMOTENASHI จุดอ่อนและจุด แข็งของการบริการของญี่ปุ่น

ส่วนที่ 4 แนวคำถามเกี่ยวกับการปรับปรุงการบริการของประเทศไทยในการนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ โทรศัพท์มือถือที่สามารถบันทึกวิดีโอ แบบสอบถาม และปากกา

วิธีการเข้าถึงข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งการเข้าถึงข้อมูลและการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data)

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review Data)

1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการทั้งในรูปแบบของภาษาไทย และภาษาญี่ปุ่น เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้าง เครื่องมือการวิจัยให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาจากวิธีสร้างคำถามในการสัมภาษณ์จากเอกสารงานวิจัย แล้วนำเอกสารที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแปลเป็นภาษาไทย เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของการสัมภาษณ์ ให้ได้รับความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Data)

2.1 ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยผู้ศึกษาได้เตรียมกระดาษคำถามพร้อมช่องว่างสำหรับบันทึกคำตอบ ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่ทางการ เพื่อเป็นการให้อิสระผู้ให้สัมภาษณ์ โดยกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ศึกษาให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ก่อนสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้ให้ผู้ให้สัมภาษณ์กรอกเอกสารข้อมูลส่วนตัว โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกภาพ ระหว่างสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้พูดคุยเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ผ่อนคลาย และเปิดอกเปิดใจในการให้คำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ โดยในการสัมภาษณ์ ได้ใช้เวลาประมาณ 10-20 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้และความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ จนผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้ครบ

2.2 ในระหว่างที่บันทึก ผู้ศึกษาจะทำการบันทึกในส่วนของประเด็นสำคัญตามข้อสอบถามต่างๆ และหากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่เข้าใจประเด็นของคำถาม ผู้ศึกษาจะให้ตัวอย่างที่เข้าใจง่าย และทำการพูดคุยเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้รู้สึกเหมือนเป็นการสนทนาพูดคุยตามความรู้สึกส่วนตัวตามมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์

2.3 ข้อมูลจะถูกบันทึกภาพ เพื่อการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจน เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ และข้อมูลที่ได้นั้น จะถูกนำไปถอดสคริป เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

- นำข้อมูลที่ได้จากการถอดวิดีโอและการบันทึกภาคสนาม มาทำความเข้าใจเพื่อบูชาข้อมูลที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และนำมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ
- นำข้อมูลหลังจากที่ถอดจากวิดีโอมาแปลเป็นภาษาไทย ตีความ และอ่านอีกครั้งเพื่อความถูกต้องทางภาษา ให้เข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงของผู้ให้สัมภาษณ์
- นำข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ และจัดเรียงความตามส่วนประกอบที่ผู้ศึกษาต้องการ เพื่อวิเคราะห์ว่าความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ จุดไหนที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน
- ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาวิเคราะห์เนื้อหาจากที่สัมภาษณ์ ด้วยการจัดระเบียบข้อมูล ตีความ และสรุปผลการศึกษา เพื่อสนับสนุนข้อมูลจากการสัมภาษณ์

บทที่ 4

ผลการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการนำบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกและใช้คำถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยกระบวนการเชิงคุณภาพ คือ การจัดระเบียบข้อมูล การแยกกลุ่มข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยได้แบ่งส่วนคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แนวคำถามทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล เพศ อายุ สถานที่เกิด วัตถุประสงค์ในการอยู่อาศัยในประเทศไทย ระยะเวลาอาศัยในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับการบริการของไทย จุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของไทย

ส่วนที่ 3 แนวคำถามเกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่น OMOTENASHI จุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่น

ส่วนที่ 4 แนวคำถามเกี่ยวกับการปรับปรุงการบริการของประเทศไทยในการนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

ส่วนที่ 5 บทสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้สัมภาษณ์ประชากรชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครรวมทั้งหมด 10 คน โดยได้สัมภาษณ์ประชากรวัยกลางคน (อายุระหว่าง 30-45) ทั้งหมด 5 คน และสัมภาษณ์ประชากรวัยหนุ่มสาว (อายุ 20-30) ทั้งหมด 5 คน ในจำนวนประชากรนี้ ได้แบ่งเพศผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็นอัตราส่วนคือ เพศชาย 3 คน และเพศหญิง 7 คน

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เปิดโอกาสและสละเวลาอันมีค่ามาให้ความร่วมมือผู้ศึกษาในการให้สัมภาษณ์แบบเชิงลึก เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ผู้ศึกษาได้กำหนดรหัสของประชากรกลุ่มนี้เป็น JPN01-JPN10 แทนผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน

ในการขอสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้ทำการเลือกสุ่มประชากรชาวญี่ปุ่นแบบบังเอิญ โดยแนะนำตัว และให้เข้าสัมภาษณ์โดยใช้แบบฟอร์มคำถาม จากนั้นได้ทำการสัมภาษณ์ พร้อมขออนุญาตในการบันทึกภาพวิดีโอ พร้อมจดบันทึกด้วยระหว่างสัมภาษณ์

ทั้งนี้การเรียงลำดับการสัมภาษณ์ JPN01-JPN10 เป็นการเรียงลำดับก่อนหลังที่ผู้ศึกษาได้เข้าไปทำการสัมภาษณ์

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

JPN01 เป็นผู้ประกอบการบริษัทไอที ชาวญี่ปุ่น เพศชาย อายุ 34 ปี เป็นประชากรจังหวัดฟุกุโอกะ เกะกะคิวชู สถานภาพสมรส อยู่อาศัยในประเทศไทยมาเป็นเวลา 8 ปี เพื่อเข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทย เป็นผู้ขายผิวขาว รูปร่างสมบุรณ์ สูงประมาณ 170 เซนติเมตร สวมเสื้อโปโลสีดำ กางเกงยีนส์สีน้ำเงิน เป็นคนที่พูดช้าและมีนิสัยเรียบร้อย โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ร้านค้าขายอาหารเต้าหู้แห่งหนึ่งที่ถนนจันทน์ ซอย 18/7 ในวันที่ 4 ธันวาคม 2559 เวลา 13:45 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 16 นาที

JPN02 เป็นแม่บ้านชาวญี่ปุ่น เพศหญิง อายุ 37 ปี เป็นประชากรจังหวัดซางะ เกะกะคิวชู สถานภาพสมรส และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 10 ปี เพื่อติดตามสามีเข้ามาอยู่อาศัยในกรุงเทพมหานคร เป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างผอม สูงประมาณ 165 เซนติเมตร สวมเสื้อกล้ามสีขาว กางเกงขาสั้น เป็นคนที่มีอัธยาศัยดี และเป็นมิตรกับผู้สัมภาษณ์ โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ซูเปอร์ฟูจิ สาขาพร้อมพงษ์ ซอยสุขุมวิท 39 ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 เวลา 14:06 น. โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้คำตอบโดยมีสามีช่วยเสนอความคิดเห็นด้วย ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 14 นาที

JPN03 เป็นคุณครูสอนโรงเรียนอนุบาลของชาวญี่ปุ่น เพศหญิง อายุ 22 ปี เป็นประชากรจังหวัดไอจิ เกะกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 1 ปี เพื่อมาทำงานเป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างเล็ก สูงประมาณ 155 เซนติเมตร สวมเสื้อแขนกุดสีเขียวกะโปรงยาวสีดำ เป็นคนที่เป็นมิตร และตอบคำถามผู้ศึกษาอย่างชัดเจนด้วยเสียงดังฟังชัด โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ศูนย์อาหาร ห้างสรรพสินค้า เทอมินัล 21 อโศก ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 เวลา 18:30 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 10 นาที

JPN04 เป็นคุณครูสอนโรงเรียนอนุบาลของชาวญี่ปุ่น เพศหญิง อายุ 22 ปี เป็นประชากรจังหวัดยามานาชิ เกะกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 1 ปี เพื่อมาทำงานในประเทศไทย เป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างผอม สูงประมาณ 160 เซนติเมตร สวมเสื้อแขนสั้นสีดำ และกางเกงยีนส์สีดำ เป็นคนที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และตอบคำถามผู้ศึกษาด้วยถ้อยชัดเจน มีการใช้มือในการอธิบาย โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ศูนย์อาหาร ห้างสรรพสินค้า เทอมินัล 21 อโศก ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 เวลา 18:40 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 10 นาที

JPN05 เป็นคุณครูสอนโรงเรียนอนุบาลของชาวญี่ปุ่น เพศหญิง อายุ 22 ปี เป็นประชากรจังหวัดชิบะ เกะกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 1 ปี เป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างใหญ่ สูงประมาณ 160 เซนติเมตร สวมเสื้อแขนยาวสีดำ กางเกงยีนส์สีน้ำเงิน เป็นคนที่เป็นคนที่มีความคิดเป็นของตัวเองและมีบุคลิกของคนกล้าแสดงออก จึงให้ความร่วมมือในการตอบคำถามผู้ศึกษาอย่างเป็นเอกลักษณ์ โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ศูนย์อาหาร

ห้างสรรพสินค้า เทอมินัล 21 อโศก ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2560 เวลา 18:50 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 10 นาที

JPN06 เป็นแม่บ้านชาวญี่ปุ่น เพศหญิง อายุ 46 ปี เป็นประชากรจังหวัดคานางาวะ เกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 4 ปี เป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างปานกลาง สูงประมาณ 160 เซนติเมตร สวมเสื้อลายสีขาว กางเกงยีนส์สีน้ำเงิน เป็นคนที่ค่อนข้างขี้อาย จึงไม่สามารถให้ความร่วมมือผู้ศึกษาในการบันทึกตัวผู้ให้สัมภาษณ์ โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ซูเปอร์ฟูจิ สาขาพร้อมพงษ์ ซอยสุขุมวิท 39 ในวันที่ 29 มีนาคม 2560 เวลา 13:10 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 นาที

JPN07 เป็นแม่บ้านชาวญี่ปุ่น เพศหญิง อายุ 36 ปี เป็นประชากรจังหวัดฟุกุโอกะ เกะคิวชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 6 ปี เป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างปานกลาง สูงประมาณ 165 เซนติเมตร สวมเสื้อสีขาว กางเกงสีดำ พร้อมกระเป๋าอัมทารถหญิงไว้ที่หน้าท้อง เป็นคนที่เจียบ แต่ยินยอมให้ผู้ศึกษาสามารถบันทึกภาพผู้ให้สัมภาษณ์ในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ได้ โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ซูเปอร์ฟูจิ สาขาพร้อมพงษ์ ซอยสุขุมวิท 39 ในวันที่ 29 มีนาคม 2560 เวลา 14:01 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมดประมาณ 4 นาที

JPN08 เป็นพนักงานบริษัทเครื่องถ่ายเอกสาร เพศหญิง อายุ 27 ปี เป็นประชากรจังหวัดคานางาวะ เกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 2 ปี 3 เดือน เพื่อมาทำงานในประเทศไทย เป็นผู้หญิงผิวขาว รูปร่างเล็ก สูงประมาณ 152 เซนติเมตร สวมเสื้อแขนกุดสีขาว และกางเกงยีนส์สีน้ำเงิน เป็นคนที่ร่าเริง และเป็นมิตร โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่ศูนย์อาหาร ห้างสรรพสินค้า เทอมินัล 21 อโศก ในวันที่ 1 เมษายน 2560 เวลา 17:13 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 7 นาที

JPN09 เป็นผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น เพศชาย อายุ 38 ปี เป็นประชากรจังหวัดมียางิ เกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 1 ปี เป็นผู้ชายผิวขาว รูปร่างผอมสูง สูงประมาณ 180 เซนติเมตร สวมสูทสีเทาและเสื้อเชิ้ตสีขาว กางเกงสีเทา เป็นคนเรียบร้อย โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่โรงแรมแห่งหนึ่ง ที่ถนนลาดกระบัง ในวันที่ 1 เมษายน 2560 เวลา 20:29 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมดประมาณ 6 นาที

JPN10 เป็นนักศึกษาชาวญี่ปุ่น เพศชาย อายุ 23 ปี เป็นประชากรจังหวัดมียางิ เกะฮอนชู และอาศัยอยู่ในประเทศไทยมาเป็นเวลา 1 ปี เป็นผู้ชายผิวขาว รูปร่างเล็ก สูงประมาณ 170 เซนติเมตร สวมสูทสีดำและเสื้อเชิ้ตสีขาว กางเกงสีดำ เป็นคนที่มีบุคลิกยิ้มแย้มแจ่มใส โดยผู้ศึกษาพบกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่โรงแรมแห่งหนึ่ง ที่ถนนลาดกระบัง ในวันที่ 1 เมษายน 2560 เวลา 20:35 น. ผู้ศึกษาใช้เวลาในการสัมภาษณ์ทั้งหมดประมาณ 6 นาที

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นในการศึกษาการนำบริการแบบญี่ปุ่น
OMOTENASHI มาพัฒนาการบริการในประเทศไทยสำหรับชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ใน
กรุงเทพมหานคร

ผู้ให้ สัมภาษณ์	เพศ	อายุ	ภูมิลำเนา	อาชีพ	ระยะเวลา การอาศัย	เหตุผลการเข้า ประเทศ
JPN01	ชาย	34	Fukuoka	ผู้ประกอบการ	8	เปิดกิจการ
JPN02	หญิง	37	Saga	แม่บ้าน	10	ติดตามสามี
JPN03	หญิง	22	Aichi	ครู	1	มาทำงาน
JPN04	หญิง	22	Yamanashi	ครู	1	มาทำงาน
JPN05	หญิง	22	Chiba	ครู	1	มาทำงาน
JPN06	หญิง	46	Kanagawa	แม่บ้าน	4	ติดตามสามี
JPN07	หญิง	36	Fukuoka	แม่บ้าน	6	ติดตามสามี
JPN08	หญิง	27	Kanagawa	พณ.ออฟฟิส	2	มาทำงาน
JPN09	ชาย	38	Miyagi	ผู้ประกอบการ	1	ขยายกิจการ
JPN10	ชาย	23	Miyagi	นักศึกษา	1	มาศึกษาต่อ

จากตารางที่ 1 ที่แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามเพศออกเป็นเพศชาย 3 คน และเพศหญิง 7 คน สามารถแบ่งตามภูมิลำเนาเป็นคนที่มิมีภูมิลำเนาที่เกาะคิวชู 3 คน และเกาะฮอนชู 7 คน สามารถแบ่งอาชีพออกเป็นแม่บ้าน 3 คน นักศึกษา 1 คน ลูกจ้าง 4 คน นายจ้าง 2 คน และสามารถแบ่งช่วงระยะเวลาอาศัยอยู่ในประเทศไทยได้เป็น 1-3 ปี เป็นจำนวน 6 คน 4-6 ปี เป็นจำนวน 2 คน และมากกว่า 6 ปี เป็นจำนวน 2 คน

ปัจจัยการบริการของไทยในมุมมองของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ พบว่าปัจจัยการบริการของไทยที่ส่งผลกระทบกับชาวญี่ปุ่นโดยตรง โดยผู้ศึกษาได้แบ่งผลการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ด้านได้แก่

1. ปัจจัยทางเอกลักษณ์ของการบริการของไทย

จากปัจจัยทางเอกลักษณ์ของการบริการของไทย ผู้ให้สัมภาษณ์ 10 คน ระบุว่าเอกลักษณ์ของการบริการไทย คือ

JPN01 กล่าวว่า “การบริการของไทยค่อนข้างแตกต่างกับการบริการของญี่ปุ่น คือการบริการของไทยบางครั้งไม่ได้ใส่ใจลูกค้ามากเท่าการบริการของญี่ปุ่น ซึ่งการบริการของ

ญี่ปุ่นค่อนข้างที่จะมีความละเอียดมากกว่า ในขณะที่เดียวกันในความรู้สึกของการบริการไทย คือคนไทยค่อนข้างให้บริการแบบเป็นมิตร และมีรอยยิ้มให้กับลูกค้าตลอดเวลา ซึ่งตัวลูกค้าเมื่อได้รับรอยยิ้มจากการบริการก็มีความสุขไปด้วย หากพูดถึงข้อเสียคงจะเป็นที่ความไม่ละเอียดของคนไทย บางครั้งก่อให้เกิดลูกค้าประสบกับปัญหา”

JPN02 กล่าวว่า “การบริการไทยกับญี่ปุ่น หากเปรียบเทียบกันแล้ว การบริการของญี่ปุ่นดีกว่า เนื่องจากการบริการของไทยตอบสนองลูกค้าค่อนข้างช้า แต่สิ่งที่ชอบคือคนไทยบริการกับลูกค้าที่เป็นเด็กเล็กหรือบุตรของลูกค้าเป็นอย่างดี แต่จุดหนึ่งที่มีการบริการของไทยควรแก้ไขคือการตอบสนองช้า และนอกนั้นก็ไม่ได้ขยusura 24 ชั่วโมงเหมือนที่ประเทศอื่น”

JPN03 กล่าวว่า “การบริการของไทยไม่ค่อยได้รับความสุภาพเท่าไร แต่ก็สามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งไม่เหมือนกับที่ญี่ปุ่น ในส่วนที่มีการบริการไทยควรปรับปรุงเลย คงเป็นการทำงานแบบที่ค่อนข้างสื่อออกมาอย่างขอไปที่ในบางครั้ง”

JPN04 กล่าวว่า “การบริการของไทยบางครั้งไม่ค่อยสุภาพเท่าไรนัก แต่ก็ชอบตรงที่เวลาซื้อของสามารถต่อรองราคาได้ ข้อเสียของการบริการของไทยคงจะเป็นการบริการแบบซุ่มๆ มากจนลูกค้าเห็นชัดเกินไป”

JPN05 กล่าวว่า “การบริการไทยไม่ค่อยรักษาภาพลักษณ์ของสินค้าเท่ากับที่ญี่ปุ่น และบางครั้งไม่สุภาพ แต่ถึงอย่างนั้นก็ตามแม้เราไม่ซื้อของเขา พนักงานขายก็ยังยิ้มให้ และที่แปลกใจคือคนไทยสื่อออกมาเป็นทั้งภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่นให้เลย แต่ที่สิ่งที่แก้ไขคงเป็นเรื่องของการรักษาความสะอาดที่ยังไม่เพียงพอ อีกทั้งยังมีนิสัยค่อนข้างเอาแต่ใจ”

JPN06 กล่าวว่า “ความสุภาพของการบริการของไทยคือจุดที่แตกต่างกับการบริการของญี่ปุ่น แต่บางครั้งก็ได้รับการบริการดีมาก ขึ้นกับแต่ละบุคคล จนบางครั้งรู้สึกถึงความแตกต่างกันที่มากในการบริการของแต่ละบุคคล แต่ก็มียิ้มให้ แม้คนไทยส่วนใหญ่ไม่ยอมออกห่างสมาร์ทโฟนเลย บางคนเล่นโทรศัพท์มือถือต่อหน้าลูกค้าด้วย”

JPN07 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีความละเอียดมาก และมักจะได้รับการบริการที่ละเอียดละออ แต่อีกด้านการบริการของไทย แม้แตกต่างกับการบริการของญี่ปุ่นในด้านความละเอียด แต่ก็ค่อนข้างเป็นมิตร ถึงแม้ว่าในการบริการแต่ละครั้งจะใช้เวลาเยอะก็ตาม ความยืดหยุ่นเป็นอีกส่วนหนึ่งที่เป็นข้อดีของการบริการของไทย เพราะสามารถที่จะตอบสนองลูกค้าแต่ละคนได้อย่างเหมาะสม แต่การบริการไทย แม้อยู่ในสถานที่เดียวกันแต่การบริการไม่เหมือนกัน ช่องว่างการบริการที่ดีและไม่ดีค่อนข้างกว้างเกินไป”

JPN08 กล่าวว่า “การบริการของไทย จะมีลักษณะที่ไม่เหมือนกับญี่ปุ่นคือ การบริการแต่ละคนไม่เหมือนกัน ในประเทศญี่ปุ่นหากไปที่ร้านไหนก็ตาม ก็จะได้รับบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านนั้น แต่ของไทยจะได้รับการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ในขณะที่เดียวกันถ้าพูดถึงการบริการของไทย รู้สึกได้ถึงความยืดหยุ่นในการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า จะไม่ถูกตีกรอบการบริการเหมือนของที่ญี่ปุ่น ทำให้ผู้ให้บริการไม่แข็งทื่อ

เหมือนคนญี่ปุ่น แต่การให้บริการบางครั้งก็ต้องลุ้นว่าจะเจอคนที่ให้บริการดี หรือคนที่ให้บริการไม่ดี”

JPN09 กล่าวว่า “คนไทยมีนิสัยชอบใส่ความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปในการให้บริการ ซึ่งส่วนตัวชอบเพราะทำให้รับรู้ได้ถึงบริการที่มาจาก “คน” จริงๆ ซึ่งหากจำกัดความการบริการของไทย สามารถจำกัดความได้ว่า HOSPITALITY และ FRIENDLY ในด้านข้อเสียคือ พนักงานบางคนซุ่มและแหย่มาก บางครั้งทำไม่ได้กับผมด้วย เช่น คนขับแท็กซี่บางคนชาร์จเกินราคา ไปส่งผมที่โรงแรม แล้วพอมอบพนักงานโรงแรม ทางพนักงานโรงแรมก็เข้าไปใกล้เกลี้ยและคืนเงินมาให้ผม ผมจึงรู้สึกว่าพนักงานบริการเหมือนกัน แต่บริการต่างกันมาก”

JPN10 กล่าวว่า “การบริการของไทยรู้สึกได้ถึงไมตรีและรอยยิ้มมากกว่าของญี่ปุ่น มีความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการ และมีการแก้ไขปัญหาที่มักเกิดขึ้นกะทันหันได้ แต่บางครั้งการให้บริการจริงๆ ก็ไม่ได้เหมือนกับตอนแรกสัญญากับลูกค้าไว้”

2. ปัจจัยในส่วนของคุณค่าของการบริการไทย

จากการสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย 10 คน ผู้ศึกษาได้สรุปข้อดี และสิ่งที่ชาวญี่ปุ่นพึงพอใจกับการบริการของไทยในด้านใหญ่ได้ 2 ด้านดังต่อไปนี้

Friendliness ความเป็นมิตรในการให้บริการถูกกล่าวถึงในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ 6 คน จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คนโดยพูดถึงเรื่องของรอยยิ้ม และความเป็นมิตรในมุมมองของเอกลักษณ์ของการบริการแบบไทย นอกจากนั้นแล้วผู้ให้สัมภาษณ์บางคนพึงพอใจกับการบริการที่มีให้กับเด็กเล็กเป็นพิเศษ

Flexible ความยืดหยุ่นในการให้บริการถูกกล่าวถึงในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ 6 คน จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คนโดยพูดถึงเรื่องความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการ และในการแก้ปัญหาต่างๆที่ไม่ได้ถูกตีกรอบ นอกจากนั้นแล้วยังมีกล่าวถึงการที่คนไทยมีความยืดหยุ่นทางภาษา กล่าวคือสามารถตอบสนองการบริการเป็นภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น และการบริการของไทยบางครั้งยังสามารถต่อรองในเรื่องของราคาสินค้าด้วย ซึ่งที่ญี่ปุ่นการบริการกับราคาไม่มีความเกี่ยวกัน แต่ที่ไทยการบริการสามารถยืดหยุ่นในส่วนของราคาสินค้าให้ด้วย

3. ปัจจัยในส่วนของคุณค่าของการบริการไทย

จากการสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย 10 คน ผู้ศึกษาได้สรุปข้อดี และสิ่งที่ชาวญี่ปุ่นพึงพอใจกับการบริการของไทยในด้านใหญ่ได้ 3 ด้านดังต่อไปนี้

Untidy and Non-Detail Service ความไม่ละเอียดเรียบร้อยในการให้บริการถูกกล่าวถึงในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ 2 คนจากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คนโดยพูดถึงเรื่องของความไม่เป็นระเบียบในการให้บริการ และความสะอาดที่น้อยกว่าที่ญี่ปุ่น

Individual Difference Service ความแตกต่างในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละคน ถูกกล่าวถึงในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ 4 คนจากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คนโดยพูดถึงเรื่องของความไม่เท่าเทียมกันและความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดจากการบริการของพนักงานคนไทย แม้จะเป็นสถานที่เดียวกันก็ตาม

Bad Sociability Service ความแสดงออกที่ไม่ค่อยสุภาพในการให้บริการถูกกล่าวถึงในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ 6 คน จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน โดยพูดถึงเรื่องของการตอบสนองที่ไม่สุภาพ และความไม่เป็นระเบียบในการให้บริการเช่นบางคนเล่นโทรศัพท์มือถือในเวลางาน บางคนยึดเอาอารมณ์ตัวเองเป็นหลัก

สรุปในด้านของการบริการแบบไทย การบริการแบบไทยสำหรับคนญี่ปุ่น แม้วัฒนธรรมไม่เหมือนกัน แต่ในการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่น ก็เชื่อว่าไม่สามารถปรับเข้ากับการบริการของไทยไม่ได้เลย ในส่วนที่ดีของการบริการไทย ทั้งความเป็นมิตร ความยืดหยุ่นที่รองรับกับลูกค้า สำหรับคนญี่ปุ่นได้สื่อถึงความเป็นมนุษย์อย่างแท้จริง แต่ในส่วนที่การบริการของไทยต้องแก้ไข คือการดูแลการรักษาความสะอาดเรียบร้อย การที่ผู้บริการให้บริการไม่เหมือนกัน และการแสดงออกที่ไม่สุภาพ ล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขได้ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของการใช้บริการของผู้ใช้บริการชาวญี่ปุ่น

ปัจจัยการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI ในมุมมองของชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ พบว่าปัจจัยการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI ที่ส่งผลกระทบต่อชาวญี่ปุ่นโดยตรง โดยผู้ศึกษาได้แบ่งผลการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านรูปธรรมและนามธรรมของการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI

จากปัจจัยทางเอกลักษณ์ของการบริการของไทย ผู้ให้สัมภาษณ์ 10 คน ระบุว่าเอกลักษณ์ของการบริการไทย คือ

JPN01 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นค่อนข้างมีความละเอียดละออ และมีเป็นระบบคู่มือป้องกันไม่ให้ลูกค้าไม่พอใจ สิ่งที่ดีที่เกิดขึ้นคือบริษัทมีแนวคิดที่จะใส่ใจการบริการต่อลูกค้า ข้อเสียคือการทำให้ผู้ให้บริการสูญเสียเอกลักษณ์ความเป็นตัวของเขา บางครั้งทำให้คนเหมือนเครื่องจักรไปเลย สำหรับผม OMOTENASHI คือการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เราบริการ ความสุขด้านในความพึงพอใจ คือ OMOTENASHI ซึ่งในชีวิตของผม ตัวอย่างที่ผมพบกับ OMOTENASHI เลยคือตอนไปเที่ยวบ้านของเพื่อน แล้วการบริการของเพื่อนที่ทำให้เราไม่ต้องเกรงอกเกรงใจ และการช่วยเหลือคนต่างประเทศ จุดอ่อนของ OMOTENASHI ในความคิด

ของผมคือ การที่ผู้ให้บริการต้องคิดมากๆ จนบางครั้งกลายเป็นว่า ผู้รับบริการเกิดความลำบากใจในการที่จะรับบริการอันนั้น”

JPN02 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นเลย เอกลักษณ์คือความตั้งใจที่จะตอบสนองต่อสิ่งที่ลูกค้าเรียกร้อง ซึ่งในการบริการของญี่ปุ่นนั้น มีข้อดีคือ ความรับผิดชอบในการไม่นำสิ่งของที่ไม่ดีมาจัดจำหน่าย ข้อเสียคือ การให้บริการที่มากเกินไปจนบางครั้งลูกค้าลำบากใจ อีกทั้งบางบริการก็ไม่มีให้เช่นถุงพลาสติกสำหรับชื้อกับข้าวก็ต้องชื้อเอง ความหมายของ OMOTENASHI ในมุมมองส่วนตัวคิดว่าเป็นการใส่ใจลูกค้าในการบริการในมุมมองของลูกค้า ซึ่งตัวอย่างที่ชัดเจนคือการต้อนรับและการส่งแขกที่เรียกว่ากัง (ริสอร์ทญี่ปุ่น) และมารยาทที่ดีของคนขับรถสาธารณะ ทั้งแท็กซี่ และรถบัส ในส่วนของจุดอ่อนของ OMOTENASHI จริงๆ แล้วเป็นที่ความแตกต่างของลูกค้า ดังนั้นความต้องการของลูกค้าไม่เหมือนกัน การที่เราให้บริการแบบเดียวกันก็อาจจะทำให้อีกฝ่ายดีใจ เช่นร้านอาหารที่ญี่ปุ่นจะส่งเสียงดังตะโกนตอนที่เราเข้าร้าน ส่วนตัวไม่ได้ชอบ แต่ลูกค้าบางคนจะไม่พอใจหากไม่ได้รับการต้อนรับเป็นต้น”

JPN03 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์ในการที่จะให้ลูกค้ามาเป็นอันดับหนึ่ง และให้เกียรติและบริการด้วยจิตใจ ซึ่งข้อดีของการบริการที่ญี่ปุ่นคือการมีการสร้างระบบคู่มือบริการ แต่บางทีระบบนี้ก็ก่อให้เกิดข้อดีและข้อเสีย บางครั้งคู่มือก็ละเอียดมากเกินไป ส่วน OMOTENASHI ถ้าอธิบายง่ายๆ คือการทำให้อีกฝ่ายรู้สึกดี ตัวอย่างที่เห็นชัดคือการที่มีบริการน้ำฟรีและผ้าเย็นฟรีในร้านอาหารที่ญี่ปุ่น ข้อเสียของ OMOTENASHI คือปริมาณงานที่เยอะเกินไป”

JPN04 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นสิ่งที่ประทับใจคือ การได้รับบริการแม้ไม่ได้เสียเงิน พร้อมทั้งยังให้บริการอย่างสุภาพมากๆ ด้วย ข้อดีของการบริการของญี่ปุ่นคือดูแลรายละเอียดในการให้บริการเป็นอย่างดี แต่ข้อเสียก็คืองานบริการของญี่ปุ่นละเอียดจนผู้ให้บริการมีภาระมากเกินไป สำหรับ OMOTENASHI คิดว่ามันคือ การทำให้ชาวต่างประเทศรู้จักและรับรู้ถึงความเป็น “ญี่ปุ่น” ซึ่งตัวอย่างของ OMOTENASHI ที่เคยได้รับคือมีน้ำดื่มให้ฟรี และการตอบสนองเป็นภาษาต่างประเทศในหลายๆ ที่ที่เปิดให้บริการ จุดอ่อนของ OMOTENASHI คือความเหนื่อยล้าจากผู้ให้บริการที่ต้องบริการในรายละเอียดเชิงลึกที่มากเกินไป”

JPN05 กล่าวว่า “การบริการญี่ปุ่นคือ การใส่ใจไม่ให้อีกฝ่ายเสียความรู้สึก เป็นการบริการที่มีความโอปอ้อมอารี แต่ก็สร้างข้อเสียเหมือนกันคือเป็นการทำให้คนญี่ปุ่นรับไม่ได้กับการบริการที่ไม่ดี จึงสร้างนิสัยให้คนคอมเพลนและติเตียนมากขึ้น สำหรับคำว่า OMOTENASHI ในความหมายส่วนตัวคือการทำให้เกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ตัวอย่างของ OMOTENASHI ที่เคยได้รับมาคือการที่เวลาไปทานอาหารแล้ว พนักงานเสิร์ฟใส่ใจมาสอบถามและเติมน้ำให้เวลาที่น้ำใกล้หมด และตอนที่วิ่งขึ้นรถไฟ คนขับรถไฟฟุ้คสำหรับเปิดให้เราขึ้นไปอีกครั้ง แต่ OMOTENASHI ก็เป็นการสอนและสร้างให้คนคิดถึงบริการ ซึ่งบางครั้งการคิดมากเกินไป ก็อาจจะทำให้ผู้ให้บริการเกิดอาการซึมเศร้าได้”

JPN06 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์คือการสร้างมาตรฐานแบบเดียว ตามคู่มือ และการที่การบริการของญี่ปุ่นมีความสุภาพอ่อนน้อมมากเกินไป เป็นทั้งข้อดีและข้อเสียในตัว สำหรับคำว่า OMOTENASHI ในความหมายส่วนตัวคือการรู้จักกาลเทศะในการบริการและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างของ OMOTENASHI ที่เห็นได้ชัดเลยคือการเสิร์ฟน้ำและผ้าเย็นให้ในร้านอาหาร แต่ OMOTENASHI ก็มีจุดอ่อนคือความพอดี หากมากเกินไปผู้รับบริการก็ไม่ชอบ”

JPN07 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์คือการที่ผู้รับบริการสามารถได้รับการตอบสนองในมาตรฐานการบริการระดับหนึ่ง ข้อดีคือการใส่ใจในรายละเอียด และการตรงต่อเวลา ส่วนข้อเสียคือการขาดความยืดหยุ่น และไม่ยอมรับสิ่งที่นอกเหนือคู่มือและคำสั่ง สำหรับคำว่า OMOTENASHI ในความหมายส่วนตัวคือการยืนในจุดของอีกฝ่าย และการทำให้อีกฝ่ายรู้สึกดีในการรับบริการ ตัวอย่างของ OMOTENASHI การทิ้งให้อาหารสำหรับเด็กเย็นลงเล็กน้อยก่อนเสิร์ฟ ไม่ได้เสิร์ฟทุกอย่างที่ร้อน และเวลาที่แขกมา หากร้อนน้ำของเย็น หากหนาวน้ำของอุ่นเตรียมไว้ให้ แต่ OMOTENASHI ก็มีจุดอ่อนคือหากบริการเกินระดับที่อีกฝ่ายต้องการจะเป็นการรบกวนให้ลูกค้ารู้สึกลำบากใจ”

JPN08 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์คือหากผู้ให้บริการไม่ใช่เจ้าของร้าน จะให้บริการแบบเหมือนกันหมดเลยตามคู่มือที่ผู้ประกอบการได้วางไว้ ซึ่งข้อดีคือสามารถให้บริการที่คาดหวัง แต่ข้อเสียคือการได้รับการบริการที่ยืดหยุ่นมักมีอยู่น้อย สำหรับคำว่า OMOTENASHI ในความหมายส่วนตัวคือการสังเกตความรู้สึกและพฤติกรรมของลูกค้า แล้วใส่ใจตอบสนองผ่านการบริการ ตัวอย่างของ OMOTENASHI ที่เห็นได้ชัดเลยคือการทักทายอย่างสุภาพ และการค้นหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบ แล้วประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า แต่ OMOTENASHI ก็มีจุดอ่อนคือความยากในการให้บริการ กล่าวคือถ้าคนที่ให้บริการไม่ได้มีจิตใจที่จะบริการ หรือคนที่ไม่ได้อยากที่จะทำงาน ก็บริการออกมาได้ไม่ดีเท่าไรนัก”

JPN09 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์คือความสุภาพอ่อนน้อมต่อตนเอง ข้อดีของการบริการคือความเข้มงวด แต่ข้อเสียการที่การบริการออกมาสมบูรณ์แบบมากเกินไป กลายเป็นสิ่งที่นอกเหนือจากที่กำหนดไม่สามารถยอมรับได้ สำหรับคำว่า OMOTENASHI ในความหมายส่วนตัวคือความใส่ใจที่มีให้กับลูกค้า ตัวอย่างของ OMOTENASHI ที่เกิดขึ้นกับตนคือเวลาที่ลำบาก พนักงานโรงแรมเข้ามาช่วยเหลือด้วยความไม่ตรี และเมื่อตอนหลงทางก็มีคนที่เข้ามาช่วยแนะนำทางให้ ในความคิดของผม ผมคิดว่า OMOTENASHI ไม่มีจุดอ่อน”

JPN10 กล่าวว่า “การบริการของญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์ในการกำหนดกฎระเบียบไว้อย่างชัดเจนในทุกกิจการ ทำให้มีข้อดีในตัวคือกิจการสามารถรับประกันได้ว่าสามารถให้บริการลูกค้าขั้นต่ำได้อย่างไร ในขณะที่เดียวกัน ข้อเสียคือการถูกตีกรอบมากเกินไป จนไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ในเวลาที่เกิดปัญหาขึ้นจริงๆ ส่วน OMOTENASHI ในความหมายของผมคิดว่าคือตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผ่านการสื่อถึงเอกลักษณ์ของกิจการของตน ตัวอย่างคือการ

บริการของรีสอร์ทและโรงแรมที่ญี่ปุ่น จุดอ่อนของ OMOTENASHI คือการตอบสนองที่ยากต่อลูกค้าที่ความต้องการไม่เหมือนกัน”

นอกจากนี้แล้ว ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ถึงอัตราการเพิ่มขึ้นของ OMOTENASHI ในมุมมองของผู้ให้บริการพบว่า ในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน ตอบว่ามีอัตราเพิ่มขึ้น 5 คน และลดลง 3 คน ส่วน 2 คนตอบว่าไม่ได้ใส่ใจและไม่ทราบ แต่ในกลุ่มของคนที่มีมากขึ้น มี 2 คน ที่กล่าวไว้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถรองรับความต้องการในรูปแบบ OMOTENASHI ได้ แต่การบริการผ่านจิตใจของคนนั้นลดลง อีกด้าน 1 คนใน 3 คน ที่เหลือของกลุ่มที่ตอบว่ามากขึ้น ได้ให้คำตอบว่า น่าจะเฉพาะที่เมืองใหญ่ที่ลดลง แต่ในต่างจังหวัดมีการให้บริการ OMOTENASHI มากขึ้น

2. ปัจจัยในส่วนของคุณีของการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI

จากการสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย 10 คน ผู้ศึกษาได้สรุปข้อดีและสิ่งที่ชาวญี่ปุ่นพึงพอใจกับการบริการของญี่ปุ่นในด้านใหญ่ได้ 3 ด้านดังต่อไปนี้

Service Mind จิตใจที่ตั้งใจในการบริการ เป็นผลลัพธ์ของความละเอียดละอในการให้บริการ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้บ่งบอกถึงข้อดีของการบริการของญี่ปุ่นนี้ทั้งหมดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 7 คนในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน โดยผู้สัมภาษณ์ได้เน้นถึงความละเอียดในการให้บริการ จิตใจที่ให้ลูกค้ามาก่อนเสมอ ความสุภาพเรียบร้อย การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และยังมีความเข้มงวดด้วยเช่นกัน

Manual Standardising การสร้างมาตรฐานการบริการ โดยใช้คู่มือเป็นเครื่องมือเพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่มีมาตรฐานระดับที่พึงพอใจ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้บ่งบอกถึงข้อดีของการบริการของญี่ปุ่นนี้ทั้งหมดเป็นจำนวน 6 คนในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน โดยผู้สัมภาษณ์ได้เน้นถึงความการออกแบบคู่มือการบริหารการบริการ ผ่านเอกลักษณ์ของการสร้างมาตรฐานในการบริการ

3. ปัจจัยในส่วนของคุณีของการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI

จากการสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยพบว่า ข้อเสียของการบริการแบบของญี่ปุ่น OMOTENASHI ได้ถูกแบ่งออกมาเป็น 2 ปัจจัยหลักดังต่อไปนี้

Overreaction Service การที่ให้บริการมากเกินไป ละเอียตจนเกินไปส่งผลกระทบต่อทั้งกับผู้ให้บริการ และผู้ที่ได้รับบริการหรือลูกค้า กล่าวคือผู้ที่ให้บริการต้องให้บริการละเอียดลึก ต้องคิดถึงความต้องการของลูกค้าและตอบสนอง มากเกินไปจนบางที่คิดไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอันเป็นผลให้ลูกค้าไม่พอใจ และสำหรับลูกค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการนั้นก็มิชอบเขตของตัวเองที่ไม่ต้องการให้ผู้อื่นก้าวก่ายเกินไป หรือการบริการบางครั้งทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัด โดย

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้บ่งบอกถึงข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่น OMOTENASHI นี้ทั้งหมดเป็นจำนวน 5 คนในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน

Restriction Service การบริการที่ถูกตีกรอบโดยกฎเกณฑ์ที่มากเกินไป ทำให้ไม่สามารถส่งมอบบริการที่เหนือกว่ากฎเกณฑ์ได้ อันเป็นการทำลายเอกลักษณ์ของผู้ให้บริการ บางครั้งขาดความยืดหยุ่นมากจนไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าต้องการให้ตอบสนองได้เช่นกัน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้บ่งบอกถึงข้อดีของการบริการของญี่ปุ่นนี้ทั้งหมดเป็นจำนวน 6 คน ในบรรดาผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน

นอกเหนือจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านยังกล่าวถึงข้อเสียรายย่อยอีกบางด้าน ทั้งการบริการที่ต่างกับต่างประเทศ เช่นที่ญี่ปุ่นต้องซื้อถุงใส่ของเอง หรือมีบางท่านให้คำตอบว่าการวางรูปแบบการบริการนั้น บางครั้งหากไม่มีความยืดหยุ่น จะไม่สามารถตอบสนองความลูกค้าได้ทุกคน เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน

สรุป ส่วนที่ดีของการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI ที่ชาวญี่ปุ่นพึงพอใจทั้งการใส่ใจในความละเอียดปราณีต การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความสุภาพเรียบร้อย ไปจนถึงการวางระบบการบริการโดยแสดงถึงเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนกันในแต่ละองค์กร การสร้างกฎเกณฑ์ อันเป็นการรับประกันให้ลูกค้าสบายใจและพึงพอใจเวลาที่เข้ามาใช้บริการ ในขณะเดียวกันสำหรับคนญี่ปุ่นเอง จุดด้อยของการบริการแบบญี่ปุ่น OMOTENASHI นั้นก็มีทั้งการให้บริการที่มากเกินไป จนสร้างความอึดอัดทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ หรือการตีกรอบขอบเขตการบริการซึ่งสำหรับลูกค้าแล้ว ความต้องการไม่มีขอบเขต แต่การตีขอบเขตการให้บริการกับลูกค้า นั้นก็ไม่ได้เป็นเรื่องที่คนญี่ปุ่นด้วยกันเองยอมรับ แต่ประเด็นของการศึกษานี้คือ คนไทยที่ให้บริการในประเทศไทย จะสามารถนำจุดดีของการบริการของญี่ปุ่น OMOTENASHI มาประกอบใช้ในประเทศไทยได้หรือไม่ และทำอย่างไรถึงจะสร้างความพึงพอใจและตอบโจทย์ความต้องการของประชากรชาวญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

ปัจจัยในการนำการบริการของญี่ปุ่นมาประยุกต์เข้ากับการบริการของประเทศไทย

จากการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ ผู้ศึกษาได้พบถึงแนวทางและความเป็นไปได้ในการนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย โดยผู้ศึกษาได้แบ่งผลการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

1. ปัจจัยการบริการของไทยที่มีความคล้ายคลึงกับการบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI จากการสัมภาษณ์ประชากรญี่ปุ่นถึงประสบการณ์ที่ได้รับการบริการใกล้เคียงหรือ คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้คำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

JPN01 ได้กล่าวว่า “เคยได้รับการบริการที่สนามบินที่มีเจ้าหน้าที่พนักงานที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิให้บริการเป็นอย่างดีมาก ทั้งดูแลและประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างคล่องแคล่วด้วย”

JPN02 ได้กล่าวว่า “เคยได้รับที่โรงแรม”

JPN03 ได้กล่าวว่า “ไม่เคยได้รับอะไรที่พิเศษเช่นนั้นมาก่อน”

JPN04 ได้กล่าวว่า “เคย ตอนที่พนักงานคนไทยพูด อาริงาโตะ (ขอบคุณ) เป็นภาษาญี่ปุ่นให้”

JPN05 ได้กล่าวว่า “เคย บางครั้งพยายามทำความเข้าใจในสิ่งที่เราจะสื่อ บางคนพยายามพูดภาษาญี่ปุ่นให้ด้วย”

JPN06 ได้กล่าวว่า “คิดว่าไม่เคย”

JPN07 ได้กล่าวว่า “เคยได้รับที่ร้านนวดที่ไปใช้บริการ มีการแจกซองเท้าตะและมีการบริการน้ำชาให้ด้วย”

JPN08 ได้กล่าวว่า “เคย ตอนที่ไปที่ร้านอาหารแล้วสั่งอาหารที่ไม่ได้มีอยู่ในเมนู หากมีวัตถุดิบอยู่ก็ประกอบอาหารให้”

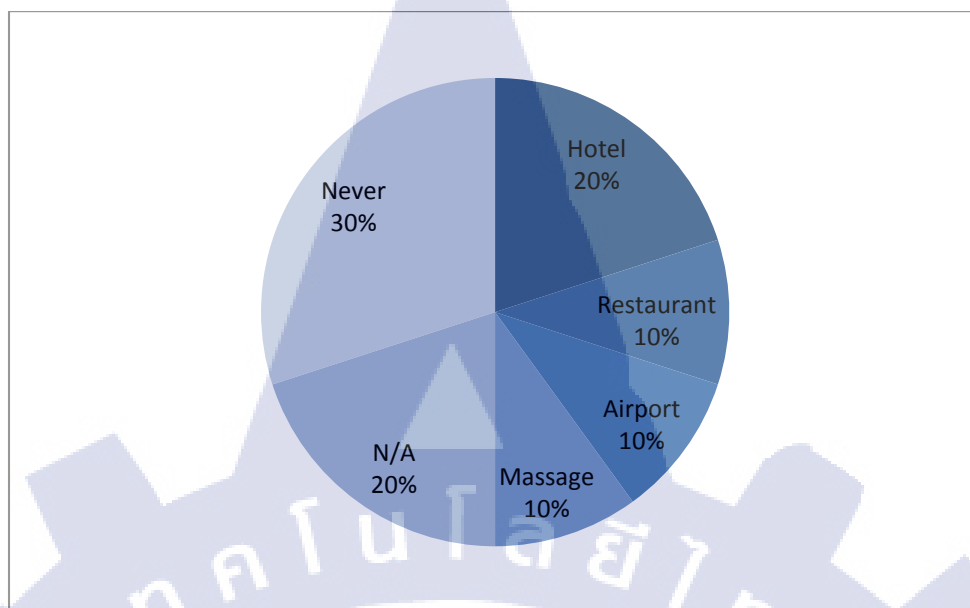
JPN09 ได้กล่าวว่า “ผมได้รับการบริการจากพนักงานโรงแรมในประเทศไทยอย่างดี เหมือนผมได้รับการบริการแบบ OMOTENASHI เลยทีเดียว”

JPN10 ได้กล่าวว่า “หากพูดตามความจริงแล้วไม่เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI เลย”

จากการรวบรวมข้อมูลนี้พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 คนหรือ 30% ของผู้ให้สัมภาษณ์ไม่เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยเลย ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์อีก 7 คน หรือ 70% ของผู้ให้สัมภาษณ์ตอบว่า เคย ซึ่งได้แบ่งออกตามสถานที่ที่ได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ดังรูปที่ 2

TNI

TAI - NIKI INSTITUTE OF TECHNOLOGY



รูปที่ 2 ผลจากประสบการณ์การรับบริการคล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในหมู่ผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทย

2. ปัจจัยความเป็นไปได้ในการนำบริการของญี่ปุ่นหรือ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลความเป็นไปได้ในการนำ OMOTENASHI เข้ามาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย ผู้ศึกษาได้รวบรวมผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้สัมภาษณ์ต่างได้ออกความคิดเห็นที่ต่างกันดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลจากสัมภาษณ์ถึงความเป็นไปได้ในการนำบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์	ความเป็นไปได้ในการนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย	ธุรกิจที่สามารถนำมาใช้กับ OMOTENASHI
JPN01	☐ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☒ มีอยู่แล้ว	ร้านอาหาร, โรงแรม, ธุรกิจบริการ
JPN02	☐ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☒ มีอยู่แล้ว	ร้านอาหาร, ร้านสะดวกซื้อ, แท็กซี่
JPN03	☐ เป็นไปได้ ☒ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	ธุรกิจบริการ ร้านอาหาร

ตารางที่ 2 ผลจากสัมภาษณ์ถึงความเป็นไปได้ในการนำบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย โดยผู้ให้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทย (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	ความเป็นไปได้ในการนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในประเทศไทย	ธุรกิจที่สามารถนำมาใช้กับ OMOTENASHI
JPN04	☒ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	สนามบิน
JPN05	☒ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	ได้ทุกธุรกิจ
JPN06	☒ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	ธุรกิจบริการ
JPN07	☒ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	ร้านอาหาร, โรงแรม, ประชาสัมพันธ์, แท็กซี่, ร้านค้า
JPN08	☐ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☒ มีอยู่แล้ว	ได้ทุกธุรกิจ
JPN09	☒ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	โรงแรม, ร้านอาหาร, ธุรกิจบริการ
JPN10	☒ เป็นไปได้ ☐ เป็นไปไม่ได้ ☐ มีอยู่แล้ว	ธุรกิจที่สื่อถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

จากการรวบรวมข้อมูลนี้พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 10 คน มีความคิดเห็นว่าประเทศไทยสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมบริการได้ทั้งหมด 6 คน หรือ 60% ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด มีความเห็นว่าจะไม่สามารถนำเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมบริการของประเทศไทยทั้งหมด 1 คน หรือ 10% ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด ในส่วนของธุรกิจที่เหมาะสมกับการนำ OMOTENASHI เข้ามาประยุกต์นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คนได้ให้ความคิดเห็นออกมา เป็นผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

- ธุรกิจทุกประเภท 2 คน
- ธุรกิจร้านอาหาร 5 คน
- ธุรกิจบริการ 4 คน
- ธุรกิจโรงแรม 3 คน
- ธุรกิจแท็กซี่ 2 คน

- ธุรกิจประชาสัมพันธ์ ร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ สนามบิน ธุรกิจทางวัฒนธรรม อย่างละ 1 คน

ในส่วนของผู้ให้สัมภาษณ์ JPN03 ที่ให้คำตอบว่าเป็นไปไม่ได้นั้น ได้ให้คำตอบว่า อารยธรรมญี่ปุ่นที่สะสมมาเป็น 100 กว่าปี ไม่สามารถที่จะนำมาใช้ได้ทันทีเลย อาจจะเป็นไปได้หากมีการฝึกฝนเป็นสิบๆ ปี แต่ ณ ตอนนี้อาจเป็นไปได้

บทสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ปัจจัยการนำการให้บริการในแบบของญี่ปุ่น OMOTENASHI เข้ามาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยนั้นมีความเป็นไปได้ หากได้นำข้อดีของการให้บริการของญี่ปุ่น มาแก้ไขเพื่อสอดคล้องกับการแก้ปัญหาข้อเสียของการให้บริการภายในอุตสาหกรรมบริการของประเทศไทย เพราะเช่นนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาดวยยึดวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของไทยในมุมมองของชาวญี่ปุ่น
2. ผลการศึกษารูปแบบ จุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI
3. สรุปแนวทางการนำการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI มาประยุกต์ใช้
4. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของไทยในมุมมองของชาวญี่ปุ่น

จุดอ่อนของการบริการไทย กล่าวคือ สิ่งที่คนญี่ปุ่นมองว่าควรจะต้องแก้ไขนั้น จากที่สรุปไปข้างต้น ทั้งปัจจัยในเรื่องของความเป็นระเบียบเรียบร้อยที่ส่งผลถึงสถานที่ให้บริการที่ยังต้องปรับปรุงในด้านของความสะอาด และการจัดระเบียบให้เรียบร้อย ปัจจัยในเรื่องของบุคลากรที่นำเอกลักษณ์เฉพาะตนมาใช้ในการให้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความแตกต่างในการให้บริการกับผู้อื่น และผู้ได้รับการบริการ ก็ไม่สามารถเข้าใจได้ว่าการบริการของสถานที่นี้ จะได้รับการบริการแบบเดียวกันจากลูกค้าทุกคนจากสถานที่เดียวกันได้หรือไม่ และปัจจัยสุดท้ายคือ ความไม่สุภาพและไม่เป็นระเบียบของคนไทยที่ให้บริการ ซึ่งในความไม่สุภาพนี้ได้รวมถึงแต่งกายาวาจา และใจ ก่อให้เกิดผลลัพธ์จากการสื่อสารที่มีให้แก่ผู้ได้รับการบริการในเชิงลบ

ตารางที่ 3 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดอ่อนของการบริการไทย

ผู้ให้ สัมภาษณ์	จุดอ่อนของการบริการในประเทศไทย
JPN01	บางครั้งไม่ได้ใส่ใจลูกค้ามากเท่าของญี่ปุ่น ไม่ได้ละเอียดจนบางครั้งก่อให้เกิดปัญหา
JPN02	ตอบสนองช้า และไม่ได้คำขายสุรา 24 ชั่วโมง
JPN03	ไม่ค่อยสุภาพเท่าไร ค่อนข้างทำอย่างขอไปทีในบางครั้ง
JPN04	คนไทยบางครั้งไม่ค่อยสุภาพเท่าไร บางครั้งบริการแบบชู้ชู้จนเห็นชัดเกินไป
JPN05	คนไทยบางครั้งไม่ค่อยสุภาพเท่าไร ไม่ค่อยรักษาความสะอาด และค่อนข้างเอาใจตัวเองก่อน
JPN06	ต่างกับญี่ปุ่นที่ความสุภาพ แต่ละคนบริการแต่ละแบบ และมักขาดวินัยเรื่องการเล่นโทรศัพท์มือถือ
JPN07	ใช้เวลาในการให้บริการ และไม่ได้รับการบริการแบบเดียวกันทุกคน บางคนไม่ดี
JPN08	การบริการในไทยแต่ละคนบริการดีไม่เท่ากัน บางคนบริการดี บางคนบริการไม่ดี
JPN09	บางคนบริการแบบชู้ชู้มาก บางคนก็ทำไม่ดีกับตนเอง
JPN10	ไม่ค่อยมีกฎระเบียบเท่าไร

อีกด้าน ข้อดีของการบริการของไทย คนญี่ปุ่นมีมุมมองจุดดีของการบริการของไทยในเรื่องของความยืดหยุ่นในการบริการต่อความต้องการของลูกค้า กล่าวคือ การที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ในขอบเขตที่กว้าง ทั้งเรื่องของกระบวนการ และการใช้ภาษาต่างประเทศในการตอบสนองกับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีความยืดหยุ่นในส่วนของการกำหนดราคาสินค้า ที่สามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งคนญี่ปุ่นประทับใจในจุดนี้ อีกจุดหนึ่งที่สร้างความพึงพอใจให้กับคนญี่ปุ่นคือ ความเป็นมิตรในการให้บริการ คนญี่ปุ่นมักประทับใจกับรอยยิ้มที่ได้รับจากการบริการของคนไทย และความเป็นมิตรที่คนไทยมีให้ ทั้งการเข้าหาลูกค้าอย่างเป็นมิตร ไปจนถึงการเข้าหาลูกค้าเด็ก จากการสัมภาษณ์ในการศึกษารound นี้ ผู้ศึกษาได้พบผลการสัมภาษณ์เมื่อรวบรวมออกมาจะได้ผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดแข็งของการบริการไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์	จุดแข็งของการบริการในประเทศไทย
JPN01	คนเป็นมิตร และมีรอยยิ้มตลอดเวลา และทำให้ผู้ให้บริการมีความสุขด้วย
JPN02	ใจดีกับเด็ก
JPN03	สามารถลดราคาต่อรองได้
JPN04	ต่อรองลดราคาได้
JPN05	คนไทยถึงปฏิเสธก็ยังยิ้มให้ สื่อสารเป็นภาษาญี่ปุ่นและอังกฤษ
JPN06	รอยยิ้ม
JPN07	ค่อนข้างยืดหยุ่น และบริการลูกค้าอย่างเป็นมิตร
JPN08	ยืดหยุ่นในการบริการ พนักงานไม่แข็งทื่อ
JPN09	Hospitality และ Friendly
JPN10	มีความยืดหยุ่นผ่านดุลพินิจของแต่ละคน

เมื่อสรุปข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยในมุมมองของคนญี่ปุ่นจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ผลการสรุปข้อดีและข้อเสียของการบริการไทยจากการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย

ข้อดี	ข้อเสีย
1. มีความยืดหยุ่นต่อความต้องการของลูกค้า 2. มีความเป็นมิตร	1. ความไม่ละเอียดเรียบร้อยในการให้บริการ 2. ความแตกต่างของคุณภาพจากบุคลากร 3. การแสดงออกที่ไม่สุภาพ

2. ผลการศึกษารูปแบบ จุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

จากการศึกษาถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI ในมุมมองของชาวญี่ปุ่น ผู้ศึกษาได้ข้อสรุปได้ดังต่อไปนี้

จุดอ่อนของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI กล่าวคือสิ่งที่คนญี่ปุ่นมองว่าต้องได้รับการแก้ไขหรือปรับปรุงในมุมมองของลูกค้า จากการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาพบว่า คนญี่ปุ่นโดยมากไม่พอใจกับการให้บริการที่มากเกินไป ในบางครั้ง การบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI ได้รู้กล้ำความเป็นส่วนตัวของคนญี่ปุ่น สืบเนื่องจากความต้องการในการบริการ

ที่ละเอียดและใส่ใจ อันส่งผลให้ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งบางครั้งลูกค้าไม่ได้ต้องการที่จะได้รับการบริการมากเช่นนั้น เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน ในส่วนของจุดอ่อนอีกอย่างหนึ่งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI คือการถูกตีกรอบมากเกินไป โดยสาเหตุมาจากการที่คนญี่ปุ่นไม่ต้องการให้ผู้ให้บริการดำเนินการมากเกินไปที่กำหนด และไม่ยอมรับกับการทำอะไรเกินคำสั่ง ก่อให้เกิดข้อเสียในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความยืดหยุ่น และยังเป็นการทำลายเอกลักษณ์ในการให้บริการของผู้ให้บริการด้วย และยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่เป็นจุดอ่อนของการให้บริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI โดยผู้ศึกษาได้สรุปข้อมูลตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดอ่อนของการบริการของญี่ปุ่นในแบบ OMOTENASHI

ผู้ให้ สัมภาษณ์	จุดอ่อนของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI
JPN01	การทำตามคู่มือ เป็นการทำให้การบริการเป็นเหมือนเครื่องจักร และการคิดมากในการบริการจนก่อให้เกิดความลำบากใจแก่ลูกค้า
JPN02	การให้บริการที่มากเกินไป และการให้บริการที่มากเกินไปในบางครั้งลูกค้าบางคนไม่ต้องการ เช่นการตะโกนต้อนรับลูกค้า
JPN03	บางครั้งลูกค้าก็รู้สึกว่ายะเยอะเกินไป และการบริการที่ยะเยอะเกินไป ผู้ปฏิบัติก็ลำบาก
JPN04	ปริมาณงานของพนักงานเยอะเกินไป และลูกค้าบางคนก็เหนื่อยกับการรับบริการบริการที่มากเกินไป
JPN05	เป็นการสร้างสามัญสนั่นจากการตามใจลูกค้ามากเกินไป ผู้ให้บริการเครียดจนบางครั้งก่อให้เกิดโรคซึมเศร้าได้
JPN06	การให้บริการเกินความพอดี และบางครั้งสุภาพเกินไปก็ไม่ได้
JPN07	ไม่ค่อยยืดหยุ่น และการทำอะไรนอกเหนือจากที่กำหนดไม่เป็นที่ยอมรับและบางครั้งเกินระดับที่ทำให้ลูกค้าลำบากใจ
JPN08	ไม่ยืดหยุ่น และคนที่ให้บริการแบบ OMOTENASHI จะต้องมีความตั้งใจในการบริการที่ดี หากใครไม่ได้ตั้งใจบริการจริงๆคงจะยาก
JPN09	เห็นความสมบูรณ์แบบมากเกินไปจนบางครั้งไม่ยอมให้ออกนอกกรอบนอกทาง
JPN10	การถูกตีกรอบมากเกินไปทำให้แก้ไขปัญหาบางอย่างไม่ได้ และความต้องการของลูกค้าแต่ละคนไม่เหมือนกันทำให้ตอบสนองยาก

ในส่วนของจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI จะพบว่าคนญี่ปุ่นมองถึงเรื่องของจิตใจที่ตั้งใจบริการ (Service Mind) ในการเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดจากการคำนึงถึงจิตใจของผู้รับบริการ และการสร้างมาตรฐานการบริการให้เป็นระบบ (Standardize) จากการทำคู่มือและการอบรมผู้ให้บริการ อันมาจากความรับผิดชอบในการส่งมอบสินค้า จากการศึกษาผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่น ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ผลการกลุ่มตัวอย่างประชากรชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยเกี่ยวกับจุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นในแบบ OMOTENASHI

ผู้ให้สัมภาษณ์	จุดแข็งของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI
JPN01	คิดและใส่ใจการบริการในมุมมองของลูกค้า
JPN02	ไม่นำของไม่ดีมาบริการ
JPN03	การสร้างคู่มือบริการที่ญี่ปุ่นอันนำไปสู่การให้อีกฝ่ายรู้สึกดี
JPN04	การให้บริการที่แม้ไม่ได้จ่ายเงินให้ การตอบสนองอย่างสุภาพ และการให้บริการแบบละเอียดจนจบ
JPN05	การบริการแบบใจดีจนทำให้รู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีก
JPN06	เป็นมาตรฐานตามคู่มือ และการตอบสนองอย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ
JPN07	ดูแลอย่างละเอียด บริการได้มาตรฐานความพอใจระดับหนึ่ง ผ่านการมองในจุดของผู้ได้รับการบริการ
JPN08	ทุกคนจะรักษามาตรฐานการบริการเหมือนกับคู่มือ ในอีกมุมหนึ่ง ลูกค้าจะได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้
JPN09	สุภาพ เรียบร้อย เข้มงวดกับผู้ปฏิบัติ และใส่ใจลูกค้า
JPN10	มีการกำหนดกฎระเบียบไว้ชัดเจนจึงค่อนข้างรับประกันได้ว่าลูกค้าจะได้รับการบริการขั้นต่ำอย่างไร

เมื่อสรุปข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นในแบบ OMOTENASHI ในมุมมองของคนญี่ปุ่นจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 ผลการสรุปข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI จากการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย

ข้อดี	ข้อเสีย
1. มีจิตใจในการให้บริการ 2. มีมาตรฐานการให้บริการ	1. การให้บริการที่ลวกๆและมากเกินไป 2. ความไม่ยืดหยุ่นต่อการให้บริการ

3. สรุปแนวทางการนำการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI มาประยุกต์ใช้

หลังจากที่ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่น 10 คนและวิเคราะห์ในส่วนของจุดอ่อนและจุดแข็งของการบริการทั้งการบริการของไทย และการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์การปรับปรุงการบริการของไทยด้วยการรักษาข้อดีของการบริการของไทยคือความเป็นมิตรและความยืดหยุ่น และการนำข้อดีของการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI มาประยุกต์การบริการของไทย ทั้งการปลูกฝังจิตใจในการให้บริการและการสร้างมาตรฐานในการให้บริการ การบริการของไทยควรจะทำให้ความรู้และความสนใจแก่ผู้ให้บริการ โดยการให้การอบรมและการฝึกฝนให้ตรวจสอบความเรียบร้อยอย่างละเอียดรอบคอบ และการเตรียมการบริการผ่านการคิดในมุมมองของผู้ได้รับการบริการ ในขณะเดียวกัน ผู้ศึกษาก็เห็นว่า การสร้างระบบการบริการ ทั้งการสร้างกฎเกณฑ์บังคับ และการสร้างคู่มือการบริการที่มีให้กับผู้ให้บริการ ถึงแม้จะเป็นการดีรอบ แต่ในการควบคุมมิให้เกิดข้อเสียในการให้บริการนั้น ก็ควรที่จะกำหนดเพื่อป้องกันการตอบสนองความต้องการและการบริการลูกค้าในแบบที่มีโอกาสสร้างความไม่พึงพอใจแก่ผู้ได้รับการบริการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การบริการของญี่ปุ่นมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอการให้บริการโดยสื่อถึงภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งต่างจากการบริการของไทยที่ผู้ให้บริการมักจะสื่อถึงเอกลักษณ์ของตัวผู้ให้บริการเอง ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะควบคุมการให้บริการเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ขององค์กรผ่านการอบรมและฝึกฝนผู้ให้บริการ พร้อมทั้งกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรในรูปแบบของกฎระเบียบ และ/หรือคู่มือการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากขึ้น ควรที่จะทำการสัมภาษณ์ตัวอย่างมากขึ้น ทั้งในส่วนของคนญี่ปุ่นและคนไทย เพื่อให้ได้ความคิดเห็นในเชิงเปรียบเทียบในมุมมองที่ต่างกัน อีกทั้งควรดำเนินการวิจัยในส่วนเชิงปริมาณด้วย เพื่อให้ได้รับข้อมูลทางสถิติ อันมีความเที่ยงตรงมากกว่านี้

บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

ตรีเพ็ชร อำเมือง. (2555). **คู่มือการบริการด้วยใจ**. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2560,
จาก www.sc.mahidol.ac.th.

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). **จิตวิทยาการบริการ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สมิต สัชฌกร. (2543). **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
สายธาร.

Hidekazu Iwamoto; and Kensuke Takahashi. (2014). **A Perspective on Omotenashi
in Japan and Hospitality in the West**. Japan : Josei International University.

Hiro-o Chikaraishi. (1997). **The Origin of Hospitality Service**. Tokyo : Shogyokai.

Katsuhisa Moriya. (2015). **Why Does Japanese Omotenashi Have Been Called the
Best in the World**. Tokyo : Long-Sellers.

Kenta Gotoh. (2014). **What is Omotenashi; Put an end of Disputing About the
Different of Omotenashi, Hospitality and Service**. Retrieved March
12, 2017, from www.ccore.co.jp/plus/omotenasi/.

Kyoko Terasaka, Yushi Inaba. (2014). National Institute of Informatics, the Comparison
of Hospitality and Japanese Hospitality “Omotenashi” : Characteristics and
Management of Omotenashi. **The Journal of Social Science**. 78 : 85-120.

Nagano Prefecture Kankoyukyaku. (2015). **3 Elements of Omotenashi**. Retrieved
March 10, 2017, from www.omotenashi-nagano.net/about/elements.

Oh Sonfa. (2010). **Discover the Origin of Japanese Omotenashi**. **Voice**. 392 :
163-170.

OMOTENASHI DO UNIVERSITY. (2014). **What is Omotenashi**. Retrieved March
10, 2017, from www.omotenashi-japan.com.

Service Design Engineering Council. (2016). **Ministry of Economic Trade and
Industry, Omotenashi Japan Service Quality**. Retrieved March 12, 2017,
from www.service-design.jp.

ภาคผนวก

TNI

ภาคผนวก ก.
บทสัมภาษณ์ชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย

TNI

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2016年12月4日

お名前. 平村 大輔.
ふりがな. ひらむら だいすけ.
生年月日 1982年4月20日
性別 ☒ 男 ☐ 女
職業. . 自営業. 出身地 . . 福岡. .
連絡先
電話番号. E-mail:
タイ駐在暦. 8. 年
来タイ目的. . . . 起業.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

違う。日本の方が丁寧だと思います。タイは日本ほど気配りが無い。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

常に笑顔でフレンドリー

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：とてもフレンドリーで受ける側が良い気分

悪：細かいことで問題が起こる。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

細かい点でお客様に不愉快させないようにマニュアル化になっている。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：ちゃんとお客さんの立場を立ててサービスする。満足感が出る。

悪：マニュアルによってまるで機械的なサービスになっている。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

お客さんに満足してもらう。満足の中で一番幸せになることがおもてなし。

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

友達の所に訪問したら家族みたい歓迎し、気を遣わなくさせてもらった。

困った外国人に助けてあげること。

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

人に対して何かしないといけないと考えすぎて相手に不快な思いをさせることがある。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

すでに十分なおもてなしをいろんなところでやっているかと思います。

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

サービス業、ホテル、飲食業

11. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どういったサービスですか？

空港でスタッフが観光客に満足してもらえるようにスムーズに案内する。

12. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？それとも多くなりましたか？

田舎には多くなるが、東京 または都会なところは少なくなる。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2016-12-08

ชื่อ: ไดสีเกะ อิรามะระ

เกิด : 1982 - 4 - 20

เพศ : ชาย / หญิง

บ้านเกิด : จังหวัดฟุกุโอกะ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 8 ปี

อาชีพ :

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : เปิดกิจการ

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

แตกต่าง ของญี่ปุ่นค่อนข้างละเอียดมากกว่า ในขณะที่ของไทยบางครั้งไม่ได้ใส่ใจลูกค้ามากเท่าของญี่ปุ่น

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

คนเป็นมิตร และมีรอยยิ้มตลอดเวลา

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : เป็นมิตรและทำให้ผู้ได้รับบริการมีความสุขด้วย ข้อเสีย: ไม่ได้ละเอียดจนบางครั้งก่อให้เกิดปัญหา

4. เกล็ดขนของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

มีความละเอียดละออ และเป็นระบบคู่มือ เพื่อให้บริการไม่ให้ลูกค้าไม่พอใจ

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดี : คิดและใส่ใจการบริการในมุมมองของลูกค้า ข้อเสีย: การทำตามคู่มือ เป็นการทำให้การบริการเป็นเหมือนเครื่องจักร

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การสร้างคามพึงพอใจในการบริการให้ลูกค้า ความสุขด้านในความพึงพอใจคือ โอโมเตะนาชิ

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

ตอนไปเที่ยวบ้านของเพื่อน แล้วการบริการของเพื่อนที่ทำให้เราไม่ต้องเกรงอกเกรงใจ และการช่วยเหลือคนต่างประเทศ

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

การคิดที่จะบริการลูกค้ามากๆ บางครั้งสร้างความลำบากใจให้ลูกค้า

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

คิดว่าในประเทศไทยมีบางที่ที่เริ่มให้บริการแบบ OMOTENASHI แล้ว

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

งานบริการ โรงแรม ร้านอาหาร

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

ที่สนามบิน พนักงานจะดูแลและประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างคล่องแคล่ว

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศญี่ปุ่น

ในต่างจังหวัดคิดว่ามากขึ้น แต่ในเมืองใหญ่ๆ คิดว่าน้อยลง

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017 年 2 月 18 日

お名前. 石亀 真奈

美.

ふりがな. いしかめ まなみ.

生年月日 1981 年 1 月 8 日

性別 男 ☒ 女

職業.

連絡先

電話番号. E-mail:

タイ駐在暦 10 年

来タイ目的. 仕事の関係.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

日本の方がサービスが良い

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

対応が遅い

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：子供に優しい 悪：対応が遅い。またお酒を 24 時間販売していない。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

一生懸命対応してくれる。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：悪い商品は絶対に置かない　悪：過剰なところ。袋を買わないといけない

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

相手の立場に立って物を考えてくれる。

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

一、旅館に送迎の挨拶。二、タクシー・バスの運転手が丁寧。

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

お客さんの好みがそれぞれ違うこと。日本の飲食店の大きな声の挨拶など。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

もうすでに来ているところもある。

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

レストラン、コンビニ、タクシー。

11. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どういったサービスですか？

ホテル

12. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？それとも多くなりましたか？

形としてはマニュアル化によって多くなるが、まだ心からのおもてなしは少ない。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-2-18

ชื่อ: มานามิ อิชิคาวะ

เกิด : 1981-1-8

เพศ : ชาย

/

หญิง

บ้านเกิด : จังหวัดซางะ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 10 ปี

อาชีพ :

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : มาทำงาน

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

การบริการของญี่ปุ่นดีกว่า

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

ตอบสนองช้า

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : ใจดีกับเด็ก

ข้อเสีย: ตอบสนองช้า และไม่ได้ค้าขายสุรา 24 ชั่วโมง

4. เกล็ดขนของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ตั้งใจตอบสนอง

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดี : ไม่น่าของไม่ดีมาบริการ

ข้อเสีย: การให้บริการที่มากเกินไป และบางครั้งต้องซื้อถุงพลาสติกเอง

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

ใส่ใจในการบริการในมุมมองของลูกค้า

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

1. การต้อนรับและการส่งที่เรียบง่าย(รีสอร์ทของญี่ปุ่น)
2. มารยาทที่ดีของคนขับรถแท็กซี่และคนขับรถบัส

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

ความต้องการของลูกค้าที่ต่างกันทำให้การบริการไม่ได้เป็นที่รักของทุกคน เช่น การต้อนรับเสียงดังในร้านอาหาร

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

บางอย่างได้เข้ามาให้บริการในประเทศไทยบ้างแล้ว

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ แท็กซี่

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

เคยได้รับโรงแรม

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศญี่ปุ่น

ในทางกายภาพได้เพิ่มมากขึ้นจากการทำคู่มือบริการ แต่ในทางจิตใจยังถือว่ามีไม่มาก

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年2月18日

お名前. 土谷 綾乃.

ふりがな. つちや あやの.

生年月日 1995年2月27日

性別 男 ☒ 女

職業. 教師. 出身地 愛知.

連絡先

電話番号. E-mail:

タイ駐在暦 1年

来タイ目的. 仕事.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

愛想があまりよくない。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

値下げができる

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：値下げができる 悪：色々な意味で適当なところ。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

お客様が神様みたいに優先してくれる。おもてなし精神がある。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

マニュアルが多いことで良い点も悪い点もある。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

相手が気持ちよく思うことができること。

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

おしぼり、水を無料に出してくれる。

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

仕事量が多い

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

難しい

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

サービス業 飲食店

1 1. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どのようなサービスですか？

特にない

1 2. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？それとも多くなりましたか？

多くなった

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-2-18

ชื่อ: อายาโนะ ทสึจิบะ

เกิด : 1995 – 2 – 27

เพศ : ชาย /

บ้านเกิด : จังหวัดไอจิ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 1 ปี

อาชีพ : ครู

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : ทำงาน

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

ไม่ค่อยสุภาพเท่าไร

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

สามารถลดราคาได้

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : สามารถลดราคาต่อรองได้ ข้อเสีย: ค่อนข้างทำอย่างขอไปทีในบางครั้ง

4. เกล็ดขนของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

จิตใจบริการแบบ OMOTENASHI คือการให้เกียรติและตามใจลูกค้าเป็นอันดับหนึ่ง

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

การสร้างคู่มือบริการที่ญี่ปุ่นก่อให้เกิดได้ทั้งข้อดีและข้อเสีย บางครั้งเยอะเกินไปก็ไม่ดี

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การที่สามารถทำให้อีกฝ่ายรู้สึกดี

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

1. มีผ้าเช็ดหน้าให้ที่ร้านอาหาร
2. มีบริการน้ำฟรี

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

ปริมาณงานเยอะเกินไป

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

เป็นไปได้ยาก

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

งานบริการ ร้านอาหาร

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

ไม่เคยได้รับอะไรที่พิเศษเช่นนั้นมาก่อน

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศญี่ปุ่น

มากขึ้น

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年2月18日

お名前. 橋本 雅菜.
ふりがな. はしもと わかな.
生年月日 1994年11月15日
性別 男 ☒ 女
職業. 教員. 出身地 山梨.
連絡先
電話番号. E-mail:
タイ駐在暦 1年
来タイ目的. 仕事.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

タイの人は愛想があまりよくない。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

値切り

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：値下げができて良い 悪：仕事に対して雑なところが見える

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

お金をかけずにサービスを受けれる。対応は非常に丁寧。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：細かいところまでサービスしてくれる

悪：仕事の量が多い

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

すべての人に丁寧に日本を知ってもらおうとする

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

・お水が無料

・いろんな国の言葉で対応できる

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

おもてなしをする方は細かい所まで気を使わなければいけないので疲れてしまう。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

自分の国をみんなに知ってほしいという気持ちがあれば可能。

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

空港

1 1. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どのようなサービスですか？

タイ人スタッフが日本語でありがとうございますと言ってくれたこと。

1 2. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？ それとも多くなりましたか？

オリンピックも近づいているのでより多く丁寧になっている。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-2-18

ชื่อ: วากานะ ฮาชิโมโตะ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 1 ปี

เกิด : 1994 – 11 – 15

อาชีพ : ครู

เพศ : ชาย /

หญิง

เบอร์โทรศัพท์ :

บ้านเกิด : จังหวัดยามานาชิ

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : ทำงาน

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

คนไทยบางครั้งไม่ค่อยสุภาพเท่าไร

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

ต่อรองลดราคาได้

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : ต่อรองลดราคาได้ ข้อเสีย: บางครั้งบริการแบบช่วยๆจนเห็นชัดเจนไป

4. เกล็ดขนของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

มีบริการให้แม้จะไม่ได้จ่ายเงิน และตอบสนองอย่างสุภาพมากๆ

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดีคือบริการอย่างละเอียดจนจบ และข้อเสียคืองานมีปริมาณเยอะ

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศญี่ปุ่นโดยการบริการที่สุภาพ

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

1. บริการเป็นภาษาต่างประเทศ
2. มีบริการน้ำฟรี

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

บางครั้งก็บริการมากเกินไปจนลูกค้าเหนื่อย

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

หากคนไทยต้องการให้คนต่างประเทศรู้จักประเทศมากยิ่งขึ้น ย่อมเป็นไปได้

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

สนามบิน

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

พนักงานคนไทยพูด อาริงาโตะ (ขอบคุณ) เป็นภาษาญี่ปุ่นให้

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศญี่ปุ่น

ช่วงนี้เข้าใกล้โอลิมปิก เลยทำให้ได้รับการที่สุภาพมากขึ้น

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年2月18日

お名前. 馬淵 まりな.
ふりがな. まぶち まりな.
生年月日 1994年5月15日
性別 男 ☒ 女
職業. 教師. 出身地 千葉.
連絡先
電話番号. E-mail:
タイ駐在暦 1年
来タイ目的. 仕事.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

愛想や見た目が日本と違う。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

断っても笑顔でいてくれる。

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：日本語や英語で伝えようとしてくれる 悪：自分優先が強い。清潔がない。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

人を傷つけないように相手を思いやること。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：優しく接する 悪：当たり前になりすぎてクレームが多くなってきている。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

また来たい！と思ってくれること

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

- ・飲み物が全部なくなる前に相手を気遣い、飲み物を聞いたり入れたりする。
- ・駅で電車に走って中に入ろうとして、入れなくてもわざわざ開けて入れてくれる。

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

自分が考えすぎていっぱいいっぱいになってしまうためうつ病などが多い。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

微笑みの国だから不可能ではないと思う。

10. といった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

すべて。人とかわる仕事、人が使うものに関わっている仕事。

11. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？こういったサービスですか？

伝えたいことをがんばって理解しようとしてくれる。日本語を話してくれたり。

12. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？それとも多くなりましたか？

少なくなった。国際化が進み、女性も一人で働けることが多くなり、一人で考えることが多いので。また近所で「みんなでやる」ことが少なくなった。=人との関わりは少なくなった。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-2-18

ชื่อ: มารินะ มานูจิ

เกิด : 1994 – 5 – 15

เพศ : ชาย /

หญิง

บ้านเกิด : จังหวัดชิบะ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 1 ปี

อาชีพ : ครู

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : ทำงาน

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

คนไทยบางครั้งไม่ค่อยสุภาพเท่าไร และภาพลักษณ์ไม่เหมือนกับญี่ปุ่น

2. เกล็ดของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

ถึงปฏิเสธก็ยังยิ้มให้

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : สื่อสารเป็นภาษาญี่ปุ่นและอังกฤษ ข้อเสีย: ไม่ค่อยรักษาความสะอาด และค่อนข้างเอาใจตัวเองก่อน

4. เกล็ดของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

การใส่ใจไม่ให้อีกฝ่ายเสียความรู้สึก

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดีคือบริการแบบใจดี แต่ก็เป็นการสร้างข้อเสียคือเป็นการสร้างสามัญสำนึก จนลูกค้าดีเดียนมากขึ้น

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การทำให้รู้สึก อยากรกลับมาใช้บริการอีก

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

1. สอบถามและเติมน้ำให้เวลาเครื่องดื่มใกล้หมด
2. ตอนที่วิ่งจะขึ้นรถไฟ คนขับรถอุทิศสำหรับเปิดประตูให้อีกครั้ง

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

ผู้ให้บริการต้องใช้ความคิดมาก และบางครั้งก็ก่อให้เกิดอาการซึมเศร้า

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

เป็นเมืองแห่งรอยยิ้ม คิดว่าไม่น่าจะเป็นไปไม่ได้

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

ทั้งหมด งานที่เกี่ยวข้องกับคน และงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่คนใช้

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

เคย บางครั้งพยายามทำความเข้าใจในสิ่งที่เราจะสื่อ บางคนพยายามพูดภาษาญี่ปุ่นให้ด้วย

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศญี่ปุ่น

น้อยลง (จากการที่ญี่ปุ่นเดินสู่การเป็นระบบนานาชาติ จากการที่ผู้หญิงเริ่มออกทำงาน ทำให้สังคมครอบครัวมีความสัมพันธ์น้อยลง ความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านที่จะช่วยกันทำกิจกรรมร่วมกันก็น้อยลง หมายความว่า คนเริ่มเข้ากับคนน้อยลง จึงเป็นสาเหตุของการลดลงของ OMOTENASHI)

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年3月29日

お名前. 南 裕子.
ふりがな. みなみ ゆうこ.
生年月日 1971年2月13日
性別 男 ☒ 女
職業. 出身地
連絡先
電話番号. E-mail:
タイ駐在暦 4年
来タイ目的. . . . 駐妻.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

丁寧さの違い

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

人によって差を感じる

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：笑顔 悪：スマホを常に触っている、見ている

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

一定（マニュアル通り）

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

丁寧すぎると感じる事が良い点・悪い点両方ある。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

その場 雰囲気に応じた対応

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

飲食店のおしぼり・お水

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

過限

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

五分五分

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

サービス業

1 1. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どのようなサービスですか？

ないと思う。

1 2. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？ それとも多くなりましたか？

わからないが、オリンピックに向けて気持ちはあると思う。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-2-18

ชื่อ: ยูโกะ มินามิ

เกิด : 1971 – 2 – 13

เพศ : ชาย

/

หญิง

บ้านเกิด :

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 4 ปี

อาชีพ :

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : มากับสามีที่ย้ายมา
ไทย

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

ต่างกันที่ความสุภาพ

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

คนบริการต่างกัน

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : รอยยิ้ม ข้อเสีย: ถือและดูมือถืออยู่ตลอดเวลา

4. เกล็ดขนของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

เป็นมาตรฐาน ตามคู่มือ

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

การให้บริการที่สุภาพมากเกินไปบางครั้งมีทั้งข้อดีและข้อเสีย

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การให้บริการตอบสนองอย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

น้ำเปล่าฟรี และผ้าเช็ดมือฟรีในร้านอาหาร

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

การให้บริการมากเกินไปจนความพอดี

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

ครึ่งครึ่ง

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

งานบริการ

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

ไม่มี

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศไทย

ไม่แน่ใจ แต่คิดว่าจะเตรียมตัวสำหรับโอลิมปิก

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年3月29日

お名前. 浅井 恵理.
ふりがな. あさい えり.
生年月日 1981年5月28日
性別 男 ☒ 女
職業. . 主婦. 出身地 . . 福岡. .
連絡先
電話番号. E-mail:
タイ駐在暦 6年
来タイ目的. . . . 夫に帯同.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

違うと思います。日本のほうが木目細かいサービスを受けられる。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

人が親切だが、時間がかかる。

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：融通がきく、一人一人に親切にできる

悪：常に一定のサービスではない。良いときと悪いときの差が大きい。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

誰でもある程度一定のサービスが期待できる。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：細かい気配、時間に正確 悪：融通がきかない。マニュアル以上のことは望めない

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

相手の立場に立って、相手が心地良く過ごせるようにすること

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

子供用に頼んだ食事を少し冷ましてから提供する。（熱いままでなく）
人が訪ねてきたときに暑いときは冷たいもの、寒いときには温かいものを用意する。

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

度が過ぎると相手がかしこまってしまう。気を遣わせてしまう。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

可能だと思う。

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

レストラン（ホール、キッチン両方）、ホテル、窓口対応、タクシー、お店の店員

11. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どういったサービスですか？

マッサージ店でスリッパやお茶を出してもらった。

12. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？それとも多くなりましたか？

設備面ではとても充実だが、その分人を介したサービスが減った気がする。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-3-29

ชื่อ: เอริน อาซาอิ

เกิด : 1981 – 5 – 28

เพศ : ชาย /

บ้านเกิด : จังหวัดฟูกูโอกะ

หญิง

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 6 ปี

อาชีพ :

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : มากับสามีที่ย้ายมา
ไทย

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

คิดว่าต่างกัน ที่ญี่ปุ่นจะได้รับการบริการที่ค่อนข้างละเอียดมากกว่า

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

คนเป็นมิตร แต่ใช้เวลามาก

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : ค่อนข้างยืดหยุ่น และบริการลูกค้าอย่างเป็นมิตร ข้อเสีย: ไม่ได้ให้บริการแบบเดียวกันทุกคน บาง
คนไม่ดี

4. เกล็ดขนของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ค่อนข้างได้รับการบริการตามที่คาดหวังจากการกำหนดมาตรฐานการบริการระดับหนึ่ง

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดี : ดูแลอย่างละเอียดและรักษาเวลา ข้อเสีย: ไม่ค่อยยืดหยุ่น และการทำอะไรนอกเหนือจากที่กำหนด
ไม่เป็นที่ยอมรับ

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การยืนในจุดของอีกฝ่าย และการทำให้อีกฝ่ายรู้สึกดีในการรับบริการ

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

การทิ้งให้อาหารสำหรับเด็กเย็นลงเล็กน้อยก่อนเสิร์ฟ ไม่ได้เสิร์ฟทุกอย่างที่ร้อน และเวลาที่แขกมา หากร้อนนำของเย็น หากหนาวนำของอุ่นเตรียมไว้ให้

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

หากบริการเกินระดับที่อีกฝ่ายต้องการจะกลายเป็นการรบกวนให้เขารู้สึกลำบากใจ

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

คิดว่าได้

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

ร้านอาหาร โรงแรม ประชาสัมพันธ์ แท็กซี่ พนักงานขายของ

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

ร้านนวดที่ไปใช้บริการมีการแจกรองเท้าแตะ และบริการน้ำชาให้

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศไทยหรือไม่

ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกน่าจะมีครบครัน แต่ในด้านของการบริการจากบุคคลน่าจะน้อยลง

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017 年 3 月 27 日

お名前 阿部 響子

ふりがな あべ きょうこ

生年月日 1989 年 9 月 16 日

性別 男 ☒ 女

職業 会社員

連絡先

電話番号 091-738-0140 E-mail: akyoko.0916@gmail.com

タイ駐在暦 2 年 3 か月

来タイ目的 仕事のため

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

違うと思う。タイのサービスは、同じ店でも個人によってサービスに差があることが多いような気がする。日本は、同じ店ならどの人でも同じようなサービスであることが多いような気がする。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

客の希望によって柔軟に対応してもらえる。

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良い点：柔軟に対応してくれる。店員が堅苦しくない。

悪い点：人によってサービスに当たりはずれがある。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

個人のお店でない限り、店員はマニュアル通りで画一的。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良い点：期待したサービスを受けられることが多い。

悪い点：柔軟に対応してもらえることが少ない。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

相手の気持ちや行動を察する気遣いや心配り

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

1) 丁寧なあいさつ

2) お客様が知りたいと思うような情報を察して提供する。

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

「おもてなし」する側が自発的によいサービスをしようという意思がないといけない。

(働く意欲が低い人には難しいかもしれない。)

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

タイにもすでにあると思う。

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

どんな仕事でもおもてなしができると思う。

11. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どういったサービスですか？

メニューにないものを頼んでも、材料があれば作って提供してくれる。

12. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？ それとも多くなりましたか？

わからない。（特に意識したことがないので。）

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-3-27

ชื่อ: เคียวโกะ อาเบะ

เกิด : 1989 – 9 – 16

เพศ : ชาย /

หญิง

บ้านเกิด : จังหวัดคันทันนาคะวะ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 2 ปี 3 เดือน

อาชีพ : พนักงานบริษัท

เบอร์โทรศัพท์ : 091-738-0140

อีเมล : akyoko.0916@gmail.com

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : ทำงาน

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

ไม่เหมือนกัน การบริการในไทยแต่ละคนบริการดีไม่เท่ากัน แต่ที่ญี่ปุ่นทุกคนจะบริการดีเท่ากัน

2. เกล็ดขนของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

ยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : ยืดหยุ่นในการบริการ พนักงานไม่แข็งทื่อ ข้อเสีย: บางคนบริการดี บางคนบริการไม่ดี

4. เกล็ดขนของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

หากไม่ได้เป็นเจ้าของร้าน ทุกคนจะบริการเหมือนกับคู่มือ

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดีคือได้รับการบริการตามที่คาดหวัง ข้อเสียคือ การตอบสนองที่ไม่ค่อยมีความยืดหยุ่น

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การเอาใจใส่และบริการผ่านการสังเกตพฤติกรรมและความรู้สึกของอีกฝ่าย

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

การต้อนรับอย่างสุภาพ
ค้นหาและสังเกตสิ่งที่ลูกค้าต้องการทราบและให้ข้อมูลกับลูกค้า

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

คนที่ให้บริการแบบ OMOTENASHI จะต้องมีความตั้งใจในการบริการที่ดี หากใครไม่ได้ตั้งใจบริการจริงๆ คงจะยาก

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

คิดว่าที่ประเทศไทยมีการนำ OMOTENASHI เข้ามาแล้ว

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

ไม่ว่าจะเป็นงานประเภทไหนก็สามารถนำ OMOTENASHI มาใช้ได้

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

เคย ทำอาหารที่แม้จะไม่ได้มีอยู่ในเล่มเมนู แต่หากมีของที่ร้านก็จะทำอาหารนั้นให้

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศไทยหรือไม่

ไม่ทราบ เพราะไม่เคยใส่ใจเรื่องนี้

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年4月1日

お名前. 高橋洋

人.

ふりがな. たかはし ひろと.

生年月日 1979年6月30日

性別 ☒ 男 ☐ 女

職業、経営.

連絡先

電話番号. E-mail:

タイ駐在暦 1年

来タイ目的、事業拡大.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

タイのサービスは非常に人情味がある

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

HOSPITALITY, FRIENDLY

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：フレンドリー 悪：。雑なスタッフは非常に悪い。時には悪いことをする。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

丁寧さ

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：ストイック 悪：正確すぎて、異常なことを許してくれない。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

お客さんへの配慮

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

ホテルで困ったときに親切に助けてくれる。道に迷って時に優しく教えてくれる

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

弱点はないと思います。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

可能

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

サービス業、レストラン、ホテルなど

11. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どういったサービスですか？

ホテルスタッフの丁寧なサービス

12. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？それとも多くなりましたか？

多くなった

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-4-1

ชื่อ: อิโรโตะ ทากาฮาชิ

เกิด : 1979 – 6 – 30

เพศ : ชาย / หญิง

บ้านเกิด : จังหวัดมียากิ

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 1 ปี

อาชีพ : ผู้ประกอบการ

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : ขยายกิจการ

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

การบริการของไทยค่อนข้างมีการใส่ความรู้สึกลงไป

2. เอกลักษณ์ของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

Hospitality และ Friendly

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : เป็นมิตร ข้อเสีย: บางคนบริการแบบชู้มมาก บางคนก็ทำไม่ดีกับตนเอง

4. เอกลักษณ์ของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

สุภาพ เรียบร้อย

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดี : เข้มงวด ข้อเสีย: เน้นความสมบูรณ์แบบมากเกินไปจนบางครั้งไม่ยอมให้ออกนอกกรอบนอกทาง

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

การใส่ใจลูกค้า

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

พนักงานโรงแรมช่วยเหลือตอนที่ลำบากอย่างใส่ใจ
ตอนที่หลงทางแล้ว ค่อยๆ อธิบายให้เข้าใจง่าย

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

คิดว่าไม่มีจุดอ่อน

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

คิดว่าเป็นไปได้

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

กิจการบริการ ร้านอาหาร โรงแรม

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

ได้รับการบริการอย่างสุภาพที่โรงแรม

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศไทย

มากขึ้น

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

「おもてなし」に関するインタビュー調査

2017年4月1日

お名前. 寒河江 京我.

ふりがな. さがえ けいが.

生年月日 1993年5月25日

性別 ☒ 男 ☐ 女

職業. 学生.

連絡先

電話番号. E-mail:

タイ駐在暦 1年

来タイ目的. 留学.

質問

1. タイで受けるサービスと日本で受けるサービスは違うと思いますか？そしてどう違いますか？

タイの方が笑顔で接客。トラブル対応に柔軟性がある。

2. タイで受けるサービスの特徴とは何ですか？

完全なマニュアルサービスではなく、想定外のトラブルに柔軟に対応する。

3. タイで受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：柔軟な対応。個人の裁量が大きい。 悪：明確なルールや最初の約束があまり。

4. 日本で受けるサービスの特徴とは何ですか？

規約な接客ルールが決まっている。

5. 日本で受けるサービスの良い点と悪い点とは何ですか？

良：保障がある 悪：決められた所意外は対応できない。

6. あなたの個人的な意見としては「おもてなし」とは何ですか？

顧客のニーズを満たし、自社の独特な魅力を伝える。

7. 「おもてなし」の事例を2つお願いします。

旅館の接客。ホテルの接客

8. 「おもてなし」の弱点とは何ですか？

相手本位なので、対応が難しい。

9. 「おもてなし」をタイに持ってくることは可能だと思いますか？

可能だと思います。

10. どういった仕事で「おもてなし」を使うことができますか？

タイ独特の伝統ビジネス。

1 1. タイで「おもてなし」に近いサービスを受けたことがありますか？ どのようなサービスですか？

まだありません。

1 2. 現在で日本では「おもてなし」が以前より少なくなりましたか？ それとも多くなりましたか？

多くなったと思います。

ご協力いただき誠にありがとうございました。

TNI

บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริการของญี่ปุ่นแบบ OMOTENASHI

2017-4-1

ชื่อ: เค็งเงะ ซากาเอะ

เกิด : 1993 – 5 – 25

เพศ : ชาย / หญิง

บ้านเกิด : จังหวัดมียากิ เซนได

ประวัติการอยู่อาศัยในประเทศไทย : 1 ปี

อาชีพ : นักศึกษา

เบอร์โทรศัพท์ :

อีเมล :

เหตุผลที่อาศัยในประเทศไทย : ศึกษาต่อ

คำถาม

1. คิดว่าบริการของประเทศไทยกับบริการของประเทศญี่ปุ่นต่างกันไหม ต่างกันอย่างไร

การบริการของไทยค่อนข้างมีรอยยิ้ม และมีความยืดหยุ่น

2. เกล็ดลักษณะของการบริการของประเทศไทยเป็นอย่างไร

มีความยืดหยุ่นและสามารถแก้ปัญหาที่ไม่ค่อยเกิดขึ้นได้

3. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของไทยเป็นอย่างไร

ข้อดี : มีความยืดหยุ่นผ่านดุลพินิจของแต่ละคน ข้อเสีย: ไม่ค่อยมีกฎระเบียบเท่าไร

4. เกล็ดลักษณะของการบริการของประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

มีการกำหนดกฎระเบียบไว้อย่างชัดเจน

5. ข้อดีและข้อเสียของการบริการของญี่ปุ่นเป็นอย่างไร

ข้อดี : ค่อนข้างรับประกันว่าจะได้การบริการขั้นต่ำอย่างไร ข้อเสีย: ถูกตีกรอบ จึงไม่สามารถตอบสนองเวลาเกิดปัญหาจริง

6. ในความคิดเห็นส่วนตัว OMOTENASHI คืออะไร

ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผ่านการสื่อถึงเอกลักษณ์ของกิจการของตน

7. ช่วยยกตัวอย่าง OMOTENASHI มาสักสองตัวอย่างได้ไหม

1. การบริการที่รีสอร์ท
2. การบริการที่โรงแรม

8. จุดอ่อนของ OMOTENASHI คืออะไร

ผู้รับบริการไม่เหมือนกัน การตอบสนองค่อนข้างยาก

9. คิดว่าสามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาในประเทศไทยได้หรือไม่

คิดว่าเป็นไปได้

10. คิดว่างานประเภทไหนที่สามารถนำ OMOTENASHI เข้ามาใช้

กิจการที่สื่อถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย

11. เคยได้รับการบริการที่คล้ายคลึงกับ OMOTENASHI ในประเทศไทยหรือไม่ หากเคย ได้รับการบริการอย่างไร

ไม่เคย

12. ในปัจจุบัน OMOTENASHI ได้เพิ่มขึ้นหรือลดลงในประเทศไทย

คิดว่ามากขึ้น

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ