

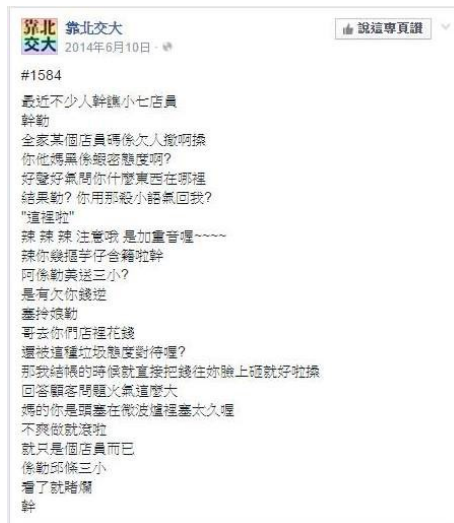


服務業的困境 奧客文化

2015-10-17 記者 吳偉立 文



「奧客」是由台語直接音譯而來，意旨提出過分要求或者態度不禮貌的客人。一直以來，大眾普遍奉行著「顧客至上」的大原則，所以在消費行為上，縱使客人有不合理的要求或者不禮貌的行為，服務人員依舊必須微笑著接受，再加上近年媒體傳播管道增加，大眾以消費者自居，於社群網站公開客訴內容，或者發表不愉快消費經驗之文章等等的行為，久而久之，造成大眾認為「奧客」的行為是屬於他們的權利，這種觀念堆疊成所謂奧客文化，成為一個消費市場上進步的大阻力，同時也是服務業的最大敵人。



網絡上匿名者痛斥服務業。(圖片來源/靠北交大)

市場王品化的隱憂

在資本主義的商業機制下，業者總會鼓勵員工對消費者卑躬屈膝，這無非是造成現今奧客當道的幕後推手。面對奧客，第一線的員工仍然得照著制式化的服務標準，他們背後沒有業者當作靠山，所以無法告知奧客哪些行為是合理正當的，哪些則是過份要求，造成消費市場的病態服務現象日漸嚴重。

全中港台地區擁有極高名氣的王品集團旗下餐廳，對於員工有非常嚴格的規定，細膩的服務，標準化的作業，從基本服務的招呼、帶位、送水、送餐、收拾到結帳，每一個步驟都有極其微小的規定必須執行，例如鞠躬必須彎腰幾度、要在幾分鐘內送達餐點、電話訂位的問候語、洗碗的手勢等等，這種樣樣數據化並且嚴格執行的服務方式，被稱為「王品化」，它將所有的服務量化，區塊工作站細節分化，甚至每一個工作站之間都存在著不同的手勢或口語。在服務顧客時，「王品化」的方式會得到最高的效率，也讓企業能夠有效控制時間與成本，但同時，也默默讓服務人員成為奧客文化的幫兇。

身為渡假村內的六星級飯店主廚，江振誠曾經到王品用餐過後，留下這樣的評論："It's an eating place, but not a dining place."他批評王品沒有飲食文化，認為這樣標準有效率的服務根本流於制式化、毫無感情的機器程序；另一方面，獲得金鐘獎的導演曹瑞原也公開發表對於王品餐廳的批評，他覺得服務人員介紹菜單時彷彿是在背書，死板的微笑更不會讓客人感到舒適。

總的來說，「王品化」最受到批判的是，服務人員對於商品沒有感情，對於客人的要求沒有鑑別能力，從合理的到無理的客訴，一律限時傳遞給品牌經理，號稱為全台服務最好的餐廳，其他服務業也以此為標竿，建立起許多制式化的規定，它讓業者認為這樣就是「優質的服務」，直接地導致這種病態服務現象充斥在整個市場，毫無辨別力的對待客人之惡行惡狀，就如同王品董事長戴勝益曾這樣說過：「不論客人的要求是否合理，他們『不開心的心情都是真實的』。」這種「顧客永遠都對」的心態，讓細心有禮之服務與謙卑自貶的界線模糊不清。例如二〇一四年著名的誠品書局事件：消費者要求以低價購買較精緻的杯子，遭到員工拒絕，憤而向誠品總公司提起客

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 印度的女兒 反思性侵暴力
- 跨界 古典與流行交響
- 刻劃愛情的二十六種面貌

總編輯的話 / 楊淑斐



本期為二二三期，共三十三篇稿件，其中以評論類文章及文化現象居多。本期側欄廣告以交大網路電臺goto&Play為題，帶大家鎖定即將開播的節目內容，令人十分期待。

本期頭頭王 / 胡浣莊



懶惰，卻有深如溪壑的慾望，我不在意開心快樂，我只想要抵達目標，我是胡浣莊。

本期疾速王 / 羅宛君



逃不過3.14的大臉 躲不過比胸部還大的肥肚 懇求我的眼睛 可以流的不是淚 而是油

本期熱門排行



平凡的故事 不平凡的音樂
趙廣毅 / 影評



斷尾求生 陣前拔柱驗民心
胡浣莊 / 社會議題



再年輕一次 追尋青春夢想
姚煒哲 / 影評



馬頤 孤島上的音樂詩人
唐宜嘉 / 樂評



十字架的開端 贖罪的終點
呂安文 / 書評

訴，沒想到業者竟要求該員工贈送一個杯子給他，並且親自到府跟該客人道歉。此新聞一公開，群眾紛紛質疑誠品是否處理方式不當，而該員工不久後也自行辭職。

這種近乎病態的委曲求全，與當初「以客為尊」的理念已經大相逕庭了。

超商店員拒賣香菸給疑似未成年少年，卻遭老闆拍桌喝斥。(影片來源/YouTube)

消費者思想不成熟

接著，從顧客這方面檢視奧客文化。首先必須提到的就是關於「殺價」問題。

殺價無非直接影響店家利益收入，也同時打擊業者對於自家商品的自信心。商品的訂價絕對不僅限於物質層面的考量，技術者的生產力如同資本一樣，是需要投資和累積的。獲得技術必須投入金錢與時間，才能昇華為「專業」，而「奧客」常常會有的行為在於，他們無視這種專業，只看到最表面的物質成本，在不滿意定價的情況下，要求業者降低價格，特別地提供他們「優惠」。換句話說，奧客殺價的行為，直接導致了市場專業養成的低落，業者隨著殺價的行為越來越興盛，他們不會選擇往更深的領域邁進。

第二，飽受儒家思想影響的大環境裡面，「萬般皆下品，唯有讀書高」的觀念深植社會大眾的心裡，他們普遍認為第一線服務人員都是不會讀書的人，甚至有一種高傲的心理因素參雜其中，因此打從心底不尊重為自己服務的人。最後一點，隨著資訊世界的襲來，媒體傳遞方式近年變動快速，人人都是傳播訊息者，遇到稍微不順心的服務、不滿意的商品，或者沒拿到的優惠，便廣邀網民群起撻伐，造成一種這是在捍衛消費者權利的錯誤思想。奧客們在種種環境因素下，導致在思想層面上嚴重的不成熟，成為了服務業的最大夢魘。

奧客充斥，服務業人才大量流失。(影片來源/YouTube)

抵制奧客 推動市場進步

隨著近幾年越來越荒腔走板的行徑出現，終於有業者決定主動反擊了。最近，台灣有許多店家不約而同的開始訂立新規矩，企圖整治社會上的奧客，要求奧客將尊嚴還給服務業，隨著較大的連鎖餐飲開始發起，也讓許多小本經營的店家起而效之，被稱為「尊嚴服務」運動。

店家和客人約法三章，例如取消訂位服務、限制用餐時間，甚至給予員工可以隨時處理突發狀況的權力等等，最主要的理由在於，奧客嚴重影響了老闆和員工對於服務的熱忱，他們無理的態度會帶給服務業莫大的挫折感。尊嚴服務運動發起店家之一的敲敲咖啡，其負責人曾如此說道：「勞工受了委屈有勞保局可以申訴，消費者在餐廳門口跌一跤，能向消保會指控店家，但當消費者欺負店家時，我們卻只能靠自己。」這些對客人訂立更多規則的店家也發現，一開始生意雖然下

滑，卻很快就恢復平穩，更重要的事情是，員工開始回到服務的初衷，認真細心的對待每位客人，同時隨著奧客的消失，員工不必浪費心力於蠻橫的客人，時常光顧的熟客也因而獲得更舒適的服務和空間。

互相尊重 市場才得以進展

人人平等這個概念大眾似乎應該再做更深入的探討，在抱怨性別歧視、種族歧視的同時，卻沒發現職業的高低關係在台灣市場上是多麼的分明。總而言之，在市場交易中，付錢的消費者不一定就比較優越，消費者與服務者都應該抱持互相尊重的原則，才能推動消費市場的進步。



刻劃愛情的二十六種面貌

《靈魂擁有香氣的女子》訴說二十六位民國年代女子的愛情，並且反映出與現代女子的觀念差異。

跨界 古典與流行交響



古典跨界音樂的興起，使得古典音樂市場有所起色，創造出另一種藝術價值。

▲TOP