



PRESS  
MONITORING



au bon pain

**Publication Name:** Krungthep Turakij

Date: Jun 23, 2009

Frequency: Daily

Editorial Profile: General News

Circulation: 126,000

Size: 9 col / 15 inch

Tone: Positive

**Headline:** Au Bon Pain's HR Strategy

**Summary:** This article features an interview of Khun Wipa Boonpalit, General Manager of ABP Cafe (Thailand), about human resource policies which put an emphasis on training and promotions to encourage staff to enjoy working at Au Bon Pain. She also reveals five key human resource policies: neutrality, supportiveness, professionalism, generosity and care.

**Note:** The article was coordinated and pitched by Francom Asia.



กรุงเทพธุรกิจ

# HR & Management

นิตยสารที่ 23 มิถุนายน พ.ศ.2552

## ■ วรบุษ เจียมจรจนาพันธ์ ภาพ : สุกัด เกิดโมฆะกุล

**“ถ้าพนักงานรู้สึกบวก เขาจะดีใจได้ทันที แต่ถ้าเป็นลบ เขาจะโดนลบไป”** ด้วยเหตุผลต่างๆ คนไม่ได้ตรงกัน ทำให้วิธีแบบองค์กร อย่าง “โอ บอง แปง” ต้องพิจารณาหลายสภาวะที่คล้ายกัน เพื่อหาจุดร่วมที่เข้ากันได้ ภายใต้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศการทำงาน ที่ไม่ใช่เพียงการขอร้องขอร้อง และภายใต้กลิ่นหอมอบอวลของแบบวิธี ในบรรยากาศของร้านที่ไม่ต่างกับห้องนั่งเล่น ร้านกาแฟอย่างหนึ่ง มีทั้งในหัวข้อการฝึกอบรมที่ชื่อว่า “เสริมสร้าง และเพิ่มขีดความสามารถทุกคน” เป็นตัวสะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กร ที่ให้ความสำคัญต่อพนักงานอย่างใส่ใจบริบท และให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์

“การทำงานของเราจะไม่มีการชี้แจงแค่เราบอกและพูดคุยกันดีๆ อย่างเท่าเทียมกัน การเป็นพนักงานในธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ไม่มีใครดีกว่าใคร ซึ่งเราให้ความสำคัญกับปฏิบัติการทุกคน สิ่งเป็นหัวใจที่ส่วนสำคัญในการเพิ่มยอดขาย ไม่ใช่จากผู้จัดการสาขาหรือผู้จัดการฝ่าย” **วิภา บุญปาลี** ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เอบีพี คาเฟ่ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้บริหารร้านโอ บอง แปง กล่าว

ความใส่ใจในคุณภาพของพนักงาน เป็นสิ่งแรกสุดที่เราทำที่โอ บอง แปง เอาใจใส่ถึงความตั้งใจของลูกจ้าง เธอบอกว่า **“ที่ผ่านมาก็ต้องเรียนรู้ของลูกจ้าง ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ที่ระดับอาหาร แต่เป็นความรู้สึกที่ได้รับจากการให้บริการของพนักงาน** คือเป็นจุดขายของธุรกิจให้บริการอาหาร ที่ต้องเรียนรู้กันเสริมกันฝึกฝน เพื่อให้แน่ใจได้ว่า กระบวนการส่งมอบความพึงพอใจและความสุขแก่ลูกค้า จะไม่สะดุดล้มลงกลางทาง

โอ บอง แปง จัดวางตัวอยู่บนฐานที่มีอยู่แห่งธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีอยู่แห่งอื่นๆ อย่างเช่น สตรอว์เบอรี่ ซันเดย์ เดลิเวอรี่ และแมคโดนัลด์ ด้วยจุดยืนของแบบวิธีในรสชาติพรีเมียม และการขยายสาขาที่ยึดทำเลอาคารสำนักงาน โรงพยาบาล และห้างสรรพสินค้าระดับบนเป็นหลัก

ปริมาณสาขาที่ค่อยๆ ฟูขึ้นจางราย เป็นสิ่งหนึ่งที่ได้ใจจากลูกค้า ด้วยนโยบายการให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม กับคุณภาพของแต่ละสาขาที่ตั้งใจใส่ใจตั้งแต่การต้อนรับและเรื่องตัวองได้ และหนึ่งในประเด็นของคุณภาพคือ การจัดการเรื่องคน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงเรื่องตัวองมาเป็นเรื่องคุณภาพในการทำงาน

ที่ต่างจากโอ บอง แปง เคยประสบกับปัญหาไม่ได้แค่การตอบ เพราะอัตราจ่ายน้อยกว่าคู่แข่งในตลาด บริษัทฯจึงยื่นแนวคิดแทนที่จะเลือกแต่คนมีฝีมือ ก็ให้คนมีใจที่พร้อมที่จะทุ่มเทเต็มที่ แล้วมาสอนให้คนมีฝีมือจนเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งแบ่ง โอ บอง แปง “ทัศนคติเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการทำงานในองค์กร อย่างแรกที่เราเลือกคือทัศนคติว่ามีในภาคบริการไทย ซึ่งสมัยนี้หายาก ที่มีอยู่ไม่กี่แห่ง เพราะร้านอาหารและเราเองก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตัวเองแล้วก็ต้องตั้งใจฝึกฝน แล้วก็ต้องทำให้เติบโตในทางเชิงบวกอาชีพต่อไป”

วิภาเสริมเปรียบว่า **“พนักงานหนึ่งคนสามารถยกแฟนแต่ละแก้วไม่ให้มีคนอื่น ความหมายของแฟนแต่ละแก้วไม่เหมือนกัน** จากการศึกษาส่วนแบ่งและธุรกิจโอ บอง แปง

วิภาเป็นเมื่อเป็นเจ้าพนักงานด้านแรก ในฐานะผู้จัดการฝึกหัดครั้งแรกและได้คิด กว่า 20 ปีที่ผ่านมาเธอสืบคิดและเรียนรู้ในแนวทางการจัดการและเครื่องใช้หลายหลายอย่าง บทบาทหลักในโอ บอง แปง คือ การวางกลยุทธ์ด้านการตลาด การขยายสาขา รวมถึงการสร้างคน ซึ่งถือเป็นหัวใจในหัวใจหลักที่ขับเคลื่อนธุรกิจ เธอบอกว่า **“HR ไม่ใช่แค่คนหาพนักงานที่ขายการบุคคล แต่คือเป็นหน้าที่ที่ทุกคนในบริษัทจะต้องทำตัวเองให้เป็น HR** แม้แต่การไปขอเคอร์รี่เข้ามาก็ต้องมีวิธีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างเข้าใจ และไปไปถึงเป้าหมายของธุรกิจ

“เรามี 3-4 ชั้นตอนที่เราฝึกพนักงานในการให้บริการลูกค้าแต่สุดท้ายไปจากคนพอใจเป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนต้องคิดได้ไว้”

“ทำอย่างไรให้บริการของเราดีกว่าเพื่อนซึ่งบ้านและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า” โอ บอง แปง ประเทศไทย ประสบความสำเร็จอย่างน่าพอใจ ในการขยายตลาดนอกอเมริกา และเติบโตสูงสุดกว่าหลายประเทศในเอเชีย วิภาเล่าว่า ปัจจุบันแห่งความสำเร็จจากคุณภาพสินค้า และบุคลากรของร้านให้บริการ

“เราต้องหยุดแค่ช่วงเวลา เรามีบุคลิกของเราเองภายใต้แนวทางแบบ fit (พอดี) กับ focus (มุ่งความสนใจ) คือการหาที่เฉพาะ และตั้งใจทำจุดเด่นให้ดีที่สุด อย่างที่เป็นไปจะใช้พลังงานเยอะ ต้องหาจุดที่ทำให้เราง่ายขึ้น และดูแลซึ่งตราบเราจะได้”

**สำหรับเธอแล้ว มีแค่คนที่รักในงานบริการเท่านั้น ถึงจะกระตือรือร้น และรู้สึกดีต่อร้านถ้าต้องเปิดต้องให้ลูกค้าขึ้นรถ...**

# คุณค่าคนในธุรกิจบริการ โอ บอง แปง

กำหนด บางรายที่คิดเกี่ยวกับการรักษาพนักงานแบบอื่นมากกว่าที่โอ บอง แปง แล้วไม่เปลี่ยนวิธีการ ถ้าได้รับการไปไม่จริงก็เป็นหัวหน้า ผู้จัดการสาขาที่ก็จะต้องสนทนากับรุ่นก่อนๆ ก็จะฝึกเพื่อน ชาติช่วงกับทิศทางงานเดินไปของธุรกิจ

ดังนั้น ความหมายของแฟนหนึ่งแก้ว และแฟนตัวที่เดินแต่ละชั้น ทุกชั้นตอนคือกระบวนการของโอ บอง แปง ที่บอกถึง จุดยืนไม่สละ และได้รับการที่ธุรกิจ

ก่อนหน้าในบริษัทมีปัญหาระยะยาว การออกที่ออกมา จากความไม่มั่นคงของบริการคน รวมถึงนโยบายการรับพนักงานช่วงเวลา แต่เมื่อเปลี่ยนจากแนวคิดเฉพาะพนักงานแล้วแล้ว นั่นคือคนปัญหาที่ ทำให้การพัฒนาและทักษะในการทำงานดีขึ้น จากความหลากหลายของชนิดขนมที่วิเศษที่อร่อยดีใจความดีและความมุ่งมั่น

“เราลงทุนกับการอบรมและเมื่อไหร่ที่ไม่มีโอกาสออก มาตราฐานการให้บริการที่เราที่ขึ้นเป็นลำดับในหลายปีที่ผ่านมา อยู่ในตลาดแรงงาน ไม่ได้ดีกว่าคนอื่น การฝึกอบรมไม่ได้โดยพนักงานที่ใคร การจ่ายถึงจะไม่ได้ดีที่สุด แต่ไม่ได้อยากจะลดราคาของพนักงานให้มีชีวิตที่ไปได้ ขอแค่ให้ทำงานที่ แล้วสอนผ่านมาตรฐานที่บริษัทกำหนด เราที่ขึ้นเป็นเคอร์รี่ ไม่ค่อยรอช่วงเปรียบจะเข้า”



## 5 กลยุทธ์สร้างคนโอ บอง แปง

1. มีความเป็นธรรม ทุกคนในองค์กรมีโอกาสดูแลเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประเมินผลงาน หรือโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพการงาน
  2. มีผลตอบรับที่ดีทันทีเป็นบวก ฟังดีกับพนักงาน จะ Feedback โดยไม่หวังผิดที่คือการให้เขาได้ฟัง หรือการกระทำที่พนักงานทำงานได้ดีขึ้น
  3. มีความเป็นมืออาชีพ คือมีวินัยต่อการทำงานที่ชัดเจน ไม่ไร้อึด และสื่อสารให้ทุกคนในองค์กรได้รับทราบ
  4. มีใจใจ แบ่งปันความสำเร็จไปสู่มิตรภาพทุกคน ส่งเสริมการก้าวเป็นทีม ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกัน
  5. ดูแลพนักงานเสมือนหนึ่งการดูแลลูกที่ตนเองรัก ให้เกียรติกับพนักงานทุกคน ดูแลทุกข์สุข และความพึงพอใจในงานของพนักงานทุกคนเสมอ
- ดังนั้น กลยุทธ์การดูแลทุกข์สุขและความดีของพนักงาน จึงเป็นสิ่งหนึ่งที่ของฝ่ายบริหารทุกคนที่ต้องร่วมกันฝึกฝนและตรวจสอบขั้นตอนการทำงานให้ถูกต้อง ซึ่งไม่ต่างกัน ผู้บริหารจะต้องใส่ใจพนักงานทุกคนให้มีความสุขในการทำงาน เพื่อส่งมอบความสุขให้แก่ลูกค้าทุกคน

วิภา บุญปาลี