

台灣教授團 赴日除草施肥記 (4)

文／陳燕銀 台灣休閒農漁業文化創意協會 理事長

攝影／葉美秀 輔仁大學景觀設計系 教授



流過汗後的午餐最甜美

中午享用過越光米便當後，我去洗手間，遇到那位打扮得很漂亮的7歲小妹妹，雙手小心翼翼地抱著從田裡抓來放在籠子裡的青蛙、蚱蜢，深怕他們跑掉。蹲在角落旁喃喃地對小青蛙說：「小青蛙，多忍耐一下，我們到三、四點就回到醫院了，我一定讓你住一個更大的家，陪媽媽。」

歲時運轉 映照生命故事

頓時，我耳朵全清出了所有的空間，專注地傾聽。就問：「要不要我幫你看著小青

蛙，讓你上廁所？」小女孩很懂事地回答：「阿姨謝謝你！我媽媽得了癌症，已到了末期，住進了安寧病房。所以這幾年爸爸每年帶著我們到農田參加各種體驗，我們就可以拍很多video和照片與媽媽分享。像弟弟玩了一身泥巴，爸爸怕他感冒，就立刻幫他換衣服；還有，爸爸常常幫我梳綁辮子、整理搭配衣裙，好讓影片漂亮，這樣媽媽就會放心（爸爸說這樣就能證明他會照顧我們），我們全家一起看著這些影帶，就可以在床邊講很多有趣的故事給媽媽聽。像上次來插秧，這次來體驗除草等等。星期一我們上學以後的時間，小青蛙就可以陪媽媽，希望媽媽再努力撐一段時間，秋天我們就可以再來割稻給媽媽吃了！」

我聽了非常感動，走出去望著稻田，心揪成一團，他們全家要加油啊！插秧、除草，歲時運轉，原來這些秧苗的生命和媽媽的生命竟是連在一起的啊！抬頭，看到天上的烏雲，像要飄雨的樣子，我兩頰不覺地濕熱起來，不知是雨還是淚。

回到休息區，顏教授看到我嚇了一跳，「怎麼了？」我把廁所那一幕講給顏教授聽。仁慈悲憫的顏教授眼眶也紅了。他是虔誠的佛教徒，隨時帶著觀世音菩薩的護身符，立

刻往休息區走去，不著痕跡輕輕地將護身符套在小女孩身上，說：「這是佛，也是護身符，祝你們家人平安快樂。」不需要語言，不需要任何刻意的形式，只有真心誠摯的愛和關懷，這一幕就是人間最美的畫面。

優質服務 堅持人性尊嚴

下午兩點大家略事休息收拾好行囊就準備上遊覽車了。沒想到年輕漂亮、戴著白手套、面帶笑容的遊覽車小姐竟堵在車門口，一面歡迎大家上車，一面兩眼盯著那些小朋友手上拎著、握著、抱著、藏著的東西，要求家長與小朋友們溝通，所有的動物都不准帶上車。這下子一群期待了幾個月、辛苦了整上午才抓到這些小青蛙、蚱蜢等等的小朋友們，嘴巴翹得半天高。大家圍成一團，等著主辦人員協商。我站得遠遠的看著那位漂亮而孝順的小女孩，心裡暗暗替她擔心。媽媽們靜靜地不作聲，也看著農協的工作人員蹲下來和小朋友們協商，然而小朋友們依舊緊緊抱著捨不得放下。

這樣整整耗了20分鐘，最後的決定是：集中管理。一人發一個袋子，把小青蛙的名字寫在袋子上，然後每個人都把他的青蛙放入袋內。農協工作人員又跑回倉庫，就是剛才休息的地點，找到一個非常大的紙箱，一群歡送我們的農民大家忙著在紙箱上戳洞，然後叫小朋友們把心愛的青蛙放入大紙箱，再將紙箱放在遊覽車後的行李箱，這樣青蛙在路途中就可以順暢呼吸，平安地和小主人們一起返抵家門。大家終於鬆了一口氣，皆大歡喜地上車了。

看到農協主辦人員、遊覽車司機、小朋友、家長們四方各有立場，但是沒有看見媽媽們袒護兒女、替他們辯解說理或是因不悅而抱怨的任何聲音，在20分鐘內就解決了這些窘狀，整個事件也得到一個圓滿的結束。我們也著實地上了一課：日本人守規矩的民族性，以及他們如何處理在服務顧客時所面臨的突發狀況。

我在40多年前上第一線服務與管理的課程時，教授在黑板上大大地寫道：「We are a service-man, we are not a "yes"-man.」（意：我們是為人服務的人，我們不是唯唯諾諾的人。）就是這句話，給了服務從業人員的尊嚴，吸引我投身服務業這麼多年。然而，回到台灣，一句台灣商場上的至理名言「顧客永遠是對的」，就把我原本建

立在心中的價值觀給搞混、搞亂了。也使一些從農業轉型到服務業的業者們焦頭爛額，做不下去。在台灣最常看到的誤謬是：「出錢的人最大聲。」美其名「客人永遠是對的」，誤導非常多人。

1776年工業革命

至今已逾200年，大量生產導致供過於求。東西賣不出去，成了永遠的難題。才產生「顧客永遠是對的」這句話。其原意是指必須生產「顧客要買」的東西，是針對製造業等有形商品的產業說的。服務業這種無形商品的崛起是二次大戰後才有的。以人去服務客人，套句我們的術語：「以有限的專業人員面對不特定之多數人」，以及「一樣米養百樣人」，怎麼可能客人永遠是對的？更何況在有限的時間、人力下，爲了少數不講理的客人，犧牲掉爲多數守分、有教養、守規矩的好客人的服務，是多麼不值得！

經過統計，愈先進的國家，或愈高水準的服務業，可能高達95%以上的客人是有水準的；而中下落後國家（尤其是暴發戶特多的國家）的客人中有20%是不按理性來尊重服務人員的。再壞也不會壞到超過20%。正確的服務業的精神，必須賦予基層工作人員起碼的尊嚴和原則。依照公司的規定處理服務顧客的問



這麼大桶的肥料有多重呢？



開始割草囉！



全身都是泥巴，就是不想上岸！”

題，使他們有向顧客說「No！」的權利，不必擔心得罪客人。

休閒產業 販賣氣氛感覺

30年前，日本第一大牌影星小林旭在帝國飯店用餐，因戴墨鏡遭服務生懇請他取下，以維護飯店氣氛，而發生的衝突，最後讀賣、朝日新聞、電視等媒體，一致聲援該服務生的職業尊嚴的景況，歷歷在目，這就是日本服務業能領先全世界數十年的關鍵觀念。

以上文所述的例子，如果是按照台灣人的說法，這些角色的優先順序就大不相同了。第一大的是出錢者（即父母和小朋友們），第二大是農協人員（因為是他們招攬到的客人），最後才是遊覽車小姐。服務業落後的國家談不上品質。坦白說，以我當過五星級飯店總經理的經驗，只能告訴員工，80-90%的顧客滿意我們的服務就夠了，不要為了一、二個不講理的顧客影響對其他顧客的服務品質。台灣的「傲」客最常說的話是：我是你老闆的朋友、我是你老闆的親戚、同學、同事，我是某某民代、某大官的兒子等等，藉以要求服務業者給予特殊或優先的額外待遇。若沒有改善大眾對服務業的觀念，實在很難提升服務業的服務品質。看了這一幕，感觸很深，藉《鄉間小路》向大家分享我這專業服務人的角度與看法。

回程途中，我們繞到附近一個自然公園去聽聽當地農民如何與園方合作，完成各種體驗和活動，並在當地購買了很多以「黑豆」為主題的特產。能吃不能吃的，都很有吸引力。像黑豆酒、黑豆飲料、黑豆麵、黑豆炭、黑豆健康墊、黑豆畫、黑豆護膚膏等等。名堂還真不少，大夥兒人手一袋，我們台灣來的，也輸人不輸陣。整整扛回5、6公斤的特產。因為搶速度，又刷卡、又拍照，也不管他多少錢，這就是觀光與休閒的魅力，「爽」就值得了！所以，休閒產業是販賣氣氛與感覺的行業，氣順，什麼都好談了。一高興起來，到大阪下車時，看到小朋

友們火速地衝下去看看他們的小動物是否安然無恙？才又想起來，原來我們是來參加「除草施肥、中間管理團」哩！

阿嬤的話 農事體驗真諦

終於大採購完畢，大夥兒上了遊覽車，正式邁向旅途回程。在車上，鄰座坐的是一組68歲的阿嬤和2個長得壯壯、約5、6年級的男孫。由於是男孩，一上車就立即拿出電動玩具，一直打個不停。我看那位阿嬤一個人有些無聊，就和她聊起家常來。我說：「阿嬤，您真有心！上次帶兩個男孫來插秧，這回又帶他們來除草施肥。怎麼會想帶他們來參加農遊活動呢？」

儘管工作人員規定，絕對不可以觸犯遊客的隱私權，以免刺傷對方，讓人有不舒服的感覺，而破壞了農遊的愉快氣氛。但我還是按捺不住，想知道怎麼兩次都只有阿嬤一人帶孫子來。阿嬤說：「他們是我女兒的孩子啦！女兒、女婿這兩天都較忙。他們都是公務員。女兒在縣政府上班，看到公布欄發布這個活動消息，就幫兩個孩子報名，託我帶他們來。女兒會想讓孩子們參加農田體驗活動，是因從小生長在公寓裡，沒有機會接觸大自然。我小時候住鄉下，長大後跟著先生從和歌山縣的鄉下來到都市謀生，都住在公寓裡，女兒也就因此從小在公寓裡生活，沒有機會接觸大自然。連幫陽台的盆栽澆水時，看到小昆蟲都會害怕得驚叫。自己才警覺到，對大自然的接觸應該從小就開始。我這兩個孫兒已經長這麼大了，再不讓他們體驗，就來不及啦！這趟體驗之旅，我非常感慨！想到我雖出身農家中的么女，大人都捨不得讓我跟著下田。媽媽下田穿的和式工作服，都是破了又補，補了又破，補到不能再補，就把快爛掉的衣服撕成一條一條的，綁在身上，代替蚊香，後面燃上煙，來驅趕蚊子。想起父母當年是這麼辛苦，每天在田裡工作十幾小時，而我們現在生活這麼富裕、便利，有各種驅蚊膏、驅蚊液，才下田體驗幾個小時，就已經腰酸背痛了。這次出來，有這個機會回顧50~60年前父母那一代人的辛苦，他們是這樣無怨無悔地在傳承生命。我也重新體驗到，薪火相傳的意義！」(完)