

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในอนาคตของลูกค้านี้ในปัจจุบัน คือ คุณภาพ การบริการ ที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศ แก่ลูกค้า โดยมีความมุ่งหวังเพื่อสร้างผลลัพธ์ จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้า เหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างฐานลูกค้า เพื่อให้มีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการ ของเราตลอดไป ทั้งนี้การบริการ (Service) ตามความหมายที่ผู้ให้บริการได้กำหนดนิยาม ความว่าหมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ ที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับ สิ่งเหล่านั้น ซึ่งเราสามารถแบ่งระดับความสำคัญของการบริการได้อยู่ 2 ระดับ ประกอบด้วย ระดับแรก คือ ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้า การได้รับบริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข และมีความระลึกถึงในการที่จะมา ขอรับบริการในครั้งต่อไปและระดับที่สอง คือ ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการ สามารถรักษาลูกค้าเดิม การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (จิตตินันท์ นันทไพบุลย์, 2551, หน้า 13) ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้น เป็นตัวชี้วัด

พฤติกรรมกรรมการบริหารกิจการหรือสินค้าบริการของลูกค้า จึงมีความสำคัญ ที่นักการตลาดต้องทำการศึกษา ทำความเข้าใจความต้องการ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนความคาดหวัง ของคุณภาพที่จะได้รับตามปกติ เมื่อคนเรามีความต้องการขึ้นมา ก็จะต้องแสวงหาสินค้ามาตอบสนองความต้องการของตนเอง แล้วจึงจะประเมินว่าสินค้า

หรือบริการอื่นๆ สามารถสนองความต้องการได้อย่างที่คาดหวังไว้ก่อนการบริโภคหรือไม่ ซึ่งเป็นการประเมินคุณภาพหลังจากที่ผู้รับบริการได้บริโภคบริการไปแล้ว (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา, 2547, หน้า 26)

มิสเตอร์โดนัท ภายใต้การบริหารงานโดย บริษัทเซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด ผู้นำตลาดโดนัทในประเทศไทย ถือเป็นต้นกำเนิดของธุรกิจอาหารจานด่วนประเภทโดนัท โดยเป็นที่รู้จักและยอมรับในหมู่ผู้บริโภคชาวไทยอย่างกว้างขวางและยาวนาน ปัจจุบันมีสาขามากกว่า 300 สาขาในเกือบทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย ในด้านผลประกอบการ ข้อมูลปี 2558 มิสเตอร์โดนัทมีรายได้ประมาณ 1,884 ล้านบาท จำนวนลูกค้า 23.7 ล้านคน ซึ่งจากส่วนแบ่งทางการตลาด มิสเตอร์โดนัท ยังเป็นผู้นำและมีส่วนแบ่งมากที่สุดกว่า 57% เมื่อเทียบกับคู่แข่งเจ้าอื่นๆ มีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องโดยร่วมกับคู่ค้าธุรกิจอื่นๆ เช่น ห้างเซ็นทรัล โรบินสัน เทสโก้โลตัส บิ๊กซี ซึ่งคู่ค้าเหล่านี้ยังมีการเจาะพื้นที่ในกลุ่มอำเภอหรือเมืองใหญ่ๆ มากขึ้น ทำให้ธุรกิจโดนัทเติบโตมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อภาพรวมธุรกิจของประเทศ และมีการจ้างงาน ของคนในพื้นที่นั้นๆ และนอกจากนี้ทางมิสเตอร์โดนัท ยังมีการจ้างงานสำหรับลูกจ้างพิเศษที่พิการ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กับน้องๆ เหล่านั้น ได้มาร่วมเรียนรู้ และพัฒนางานและสามารถร่วมงานกับคนปกติได้ โดยตลอดระยะเวลา 36 ปี ที่ผ่านมามิสเตอร์โดนัทในฐานะผู้นำตลาดโดนัทเมืองไทย ได้มีวิวัฒนาการ พัฒนาปรับปรุงการบริหารให้ครอบคลุม ทั้งรูปลักษณะของร้านให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นภาพลักษณ์ที่มีความสนุกสนาน สดใส ทันสมัย มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายรวมถึงได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ คงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ ตามแบบฉบับจากประเทศญี่ปุ่น และตรงใจผู้บริโภครวมถึงกลยุทธ์การตลาด ยังคงเน้นการทำการตลาดแบบครบวงจร โดยทำโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อทางสถานีรถไฟฟ้า เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ณ จุดขายภายในร้าน การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Website ของมิสเตอร์โดนัทควบคู่กับ Social Network โดยมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มวัยรุ่น, นักศึกษา เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบถึงสินค้าและกิจกรรมต่างๆ และยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนารูปแบบงานบริการให้มีความเป็นเลิศ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทที่ว่า “CRG จะเป็นผู้ดำเนินเครือข่ายธุรกิจร้านอาหารทุกประเภทในภูมิภาคอาเซียน และจะนำเสนอคุณภาพสินค้าและบริการสูงสุดเกินความคาดหมายของลูกค้าด้วยการเติบโต

ที่ยั่งยืนและนำความพึงพอใจมาสู่ ผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจทุกคน” (บริษัทเซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป จำกัด, 2557) และเพื่อสร้างผลประกอบการตามเป้าหมาย เพื่อให้เป็นการบริหารจัดการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ มีสเตอร์โดนัท จึงมีการแบ่งโครงสร้างการทำงานออกเป็นฝ่ายต่างๆ ตามระดับการทำงานตามสายบังคับบัญชา ระดับผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ ระดับผู้จัดการภาค ผู้จัดการเขต และผู้จัดการร้าน โดยมีการติดตามการทำงาน รายงานตามสายบังคับบัญชา ครอบคลุม มาตรฐานการบริหารงาน ทั้ง 3 ด้าน คือคุณภาพสินค้า ความสะอาด และงานบริการ

งานบริการ จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัย ในการชีวิตความสำเร็จของบริษัท และเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นในการให้บริการลูกค้าแบบเหนือความคาดหมายทางร้าน มีสเตอร์โดนัท จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาความรู้ เกี่ยวกับงานบริการ ให้กับพนักงานขาย และผู้จัดการร้าน ซึ่งตำแหน่งที่กล่าวมาถือได้ว่าเป็นด่านแรกในการพบกับลูกค้า ซึ่งทางบริษัทมีแนวคิดในการพัฒนางานบริการจะนำมาซึ่งยอดขาย และผลกำไรของบริษัท เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานงานบริการให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัท จึงมีการใช้แบบประเมินงานบริการ (MC: Mystery Shopper Checklist) สุ่มตรวจงานบริการของแต่ละสาขา ในรอบเดือน โดยพิจารณาการตรวจประเด็นคุณภาพสินค้า ความสะอาด และงานบริการซึ่งตามมาตรฐาน คะแนนที่ตั้งไว้สาขาจะต้องทำคะแนนงานบริการ ให้ได้ 95% ขึ้นไป ซึ่งจากผลคะแนนดังกล่าว ภาพรวมของโซน 14 มีผลคะแนนงานบริการ แต่ละสาขายังไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ผลการประเมินคะแนนงานบริการเฉลี่ย 89% (เอกสารประกอบการประชุมประจำปี, 2558) และการให้บริการของพนักงานขายยังเกิดกรณีลูกค้าร้องเรียน เนื่องจากเกิดความไม่ประทับใจในการให้บริการ

จากสภาพและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะผู้จัดการเขต มีสเตอร์โดนัท โซน 14 ขึ้นตรงสายบังคับบัญชา กับ คุณชุลีพร คชอินทร์ ตำแหน่งผู้จัดการภาค โดยในส่วนของที่ผู้วิจัยรับผิดชอบ และมีบทบาทหน้าที่ ในการบริหารจัดการร้านมีสเตอร์โดนัท ซึ่งดูแลร้านมีสเตอร์โดนัท 13 สาขา ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดสกลนคร นครพนม กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และร้อยเอ็ด จึงสนใจศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมีสเตอร์โดนัท เพื่อใช้เป็นแนวทางใช้ในการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาทีมงานโซนอื่นๆ ต่อไป

## คำถามของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ผู้วิจัยได้กำหนดปัญหาการวิจัยไว้ดังนี้

1. สภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 เป็นอย่างไร
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ที่เหมาะสมเป็นอย่างไร
3. การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ภายหลังจากใช้ยุทธศาสตร์เป็นอย่างไร

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14
2. เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14
3. เพื่อศึกษาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ภายหลังจากใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนา

## ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ผู้วิจัยได้กำหนดความสำคัญของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความรู้ และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14

2. สามารถสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14

3. พนักงานขายและหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 มีความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถขยายผลของยุทธศาสตร์เพื่อนำไปใช้สำหรับโซนอื่นๆ ต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ผู้วิจัยมีความสนใจและมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษา ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

##### 1.1 ความรู้เกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขาย อันประกอบด้วย

- 1.1.1 ความรู้เบื้องต้นในการบริการกับงานขาย
- 1.1.2 การบริการเหนือความคาดหมายของลูกค้า
- 1.1.3 ขั้นตอนงานบริการของมิสเตอร์โดนัท

##### 1.2 ทักษะที่จำเป็นของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน ประกอบด้วย

- 1.2.1 ทักษะในเรื่องบุคลิกภาพกับงานบริการ
- 1.2.2 ทักษะการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขาย
- 1.2.3 ทักษะการใช้เครื่องเก็บเงินในการให้บริการ
- 1.2.4 ทักษะการจัดชุดสินค้า
- 1.2.5 ทักษะการแก้ไขปัญหาขัดข้องขัดแย้งกับลูกค้า

## 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายที่จะพัฒนาให้เกิดยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

2.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มพนักงานร้านมิสเตอร์โดนัท ประกอบด้วยระดับหัวหน้าร้าน ตั้งแต่ตำแหน่งผู้จัดการร้าน ผู้ช่วยผู้จัดการร้าน TL (Team Leader) และพนักงานขาย จากจำนวนทั้งสิ้น 13 สาขาที่อยู่ในโซน 14 รวมทั้งหมด 120 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะ ประกอบด้วย กลุ่มหัวหน้าร้าน จำนวนร้านละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 13 คน และกลุ่มพนักงานขาย จำนวนร้านละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 26 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 39 คน

## 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายที่จะพัฒนาให้เกิดยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรสำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14

### 3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

3.2.1 ความรู้เกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน

3.2.2 ทักษะที่จำเป็นของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน

## 4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ในครั้งนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 9 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน 2558 โดยกำหนดออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาสภาพและปัญหา 2) การสร้างยุทธศาสตร์ 3) การทดลองใช้ยุทธศาสตร์ และ 4) การปรับปรุงเผยแพร่ยุทธศาสตร์ ดังนี้

4.1 การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางในการพัฒนาดำเนินการ ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2558 รวม 2 เดือน

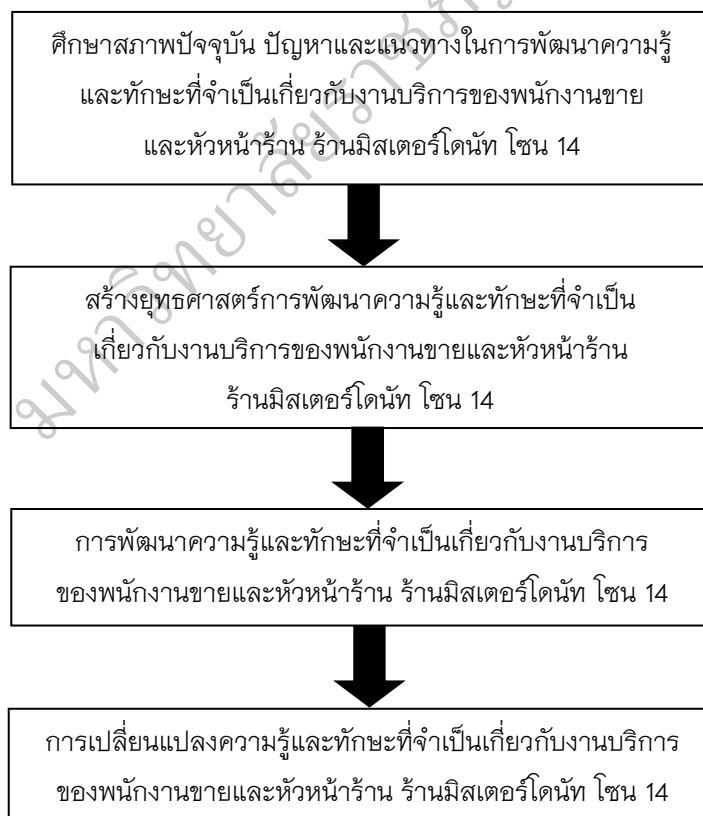
4.2 การสร้างยุทธศาสตร์ดำเนินการในช่วงเดือนมีนาคม 2558 รวม 1 เดือน

4.3 การทดลองใช้ยุทธศาสตร์ดำเนินการในช่วงเดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน 2558 รวม 3 เดือน

4.4 การปรับปรุงเผยแพร่ยุทธศาสตร์ดำเนินการในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายน 2558 รวมเวลา 3 เดือน

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงาน บริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน : กรณีศึกษา ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 ในครั้งนี้ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเนื้อหาที่ศึกษา ผู้วิจัยจึงได้นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้าน หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการของพนักงานขายและหัวหน้าร้านของร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14

2. งานบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการปฏิบัติงานเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพึงพอใจตามขั้นตอนมาตรฐานงานบริการของมิสเตอร์โดนัท ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการต้อนรับ พนักงานทุกคนให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยการกล่าวทักทาย ด้วยรอยยิ้ม สบตา มองหน้าลูกค้า และยกมือไหว้ พร้อมกล่าวทักทายลูกค้า ด้วยประโยคที่ว่า “มิสเตอร์โดนัท สวัสดีค่ะ/ครับ” หรือกล่าวทักทายด้วยประโยคของโปรโมชันที่กำหนดให้ ด้วยน้ำเสียงและอวัชยาศัยที่ดีต่อลูกค้า

2.2 ขั้นตอนการเสนอขาย พนักงานจะต้องแนะนำสินค้าโปรโมชันใหม่ ซึ่งเป็นเมนูหลักในช่วงนั้นๆ หรือแนะนำชุดเมนูเซต ให้ลูกค้าทราบและได้รับผลประโยชน์ พร้อมสามารถอธิบายรายละเอียดอย่างชัดเจน และสอบถามเครื่องดื่มเพิ่มเติมทุกครั้ง

2.3 ขั้นตอนการเก็บเงิน พนักงานจะต้องมีการสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับบัตรสมาชิก ซี อาร์ จี พลัส และคุปองส่วนลดต่างๆ ก่อนการคิดเงิน และแจ้งราคาสินค้า ขานจำนวนเงินที่รับ และขานเงินทอนด้วยน้ำเสียงที่ชัดเจนส่งมอบเงินทอนพร้อมใบเสร็จ ด้วยสองมือ หรือมือหนึ่งแต่สะอึก

2.4 ขั้นตอนการส่งมอบสินค้า พนักงานจะต้องจัดโดนัท บรรจุในกล่อง ถุง ให้เหมาะสมไม่วางซ้อนกัน จนทำให้หน้าโดนัทเสียหายและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ด้วยท่าทางที่สุภาพ

2.5 ขั้นตอนการขอบคุณลูกค้า ขั้นตอนนี้ พนักงานงานจะต้องกล่าวขอบคุณลูกค้า ด้วยประโยค “ขอบคุณค่ะ/ครับ สุขภาพดีมีความสุข” ด้วยถ้อยคำและน้ำเสียงที่สุภาพ



3. ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจในงานของพนักงานขายและหัวหน้าร้านที่จำเป็นเกี่ยวกับงานด้านการบริการในด้านต่างๆ ร้านมิสเตอร์โดนัท โชน 14 เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจ และมีผลคะแนนจากแบบประเมินงานบริการ (MC: Mystery Shopper Checklist) ที่สูงขึ้นตามมาตรฐานที่ร้านกำหนด ประกอบด้วย

3.1 ความรู้เบื้องต้นในการบริการกับงานขาย คือ ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมพร้อมในการให้บริการลูกค้าของพนักงานขาย และหัวหน้าร้าน

3.2 การบริการเหนือความคาดหมายของลูกค้า คือ ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ฟังพอใจกับการให้บริการ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย และหัวหน้าร้าน

3.3 ขั้นตอนงานบริการของมิสเตอร์โดนัท คือ ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการที่ถูกต้อง ตามมาตรฐานของทางร้านมิสเตอร์โดนัท ของพนักงานขาย และหัวหน้าร้าน

4. ทักษะที่จำเป็น หมายถึง ความสามารถเฉพาะด้านของพนักงานขาย และหัวหน้าร้าน ร้านมิสเตอร์โดนัท โชน 14 เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านการให้บริการลูกค้า ประกอบด้วย

4.1 ทักษะในเรื่องบุคลิกภาพ กับงานบริการ คือ ความพร้อมในเรื่องของบุคลิกภาพ การแต่งกายที่ถูกต้องตามระเบียบ หากเป็นผู้หญิงจะต้องมีการแต่งหน้าสวยงาม

4.2 ทักษะการสื่อสารเพื่อเพิ่มยอดขาย คือ ความสามารถในการพูดแนะนำสินค้าโปรโมชัน หรือเครื่องดื่ม เพื่อให้ลูกค้ารับเพิ่มในปริมาณที่มากขึ้น

4.3 ทักษะการใช้เครื่องเก็บเงินในการให้บริการ คือ ความสามารถในการใช้งานเครื่องเก็บเงิน POS (Point of Sale) ในรูปแบบต่างๆ และการดูรายงานขายเบื้องต้นอย่างถูกต้อง

4.4 ทักษะการจัดชุดสินค้า คือ ความสามารถในการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม บรรจุโดนัทและเครื่องดื่มให้ลูกค้า ตามแบบที่กำหนด

4.5 ทักษะการแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งกับลูกค้า คือ ความสามารถในการเตรียมความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเพื่อลดข้อขัดแย้งกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

5. พนักงาน หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานในร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 โดยแบ่งออกเป็น 2 ตำแหน่ง ดังนี้

5.1 พนักงานขาย คือ พนักงานร้านมิสเตอร์โดนัท ทุกตำแหน่ง ที่มีบทบาทหน้าที่ในการให้บริการลูกค้า บริการส่วนหน้าร้าน และแคชเชียร์

5.2 หัวหน้าร้าน คือ พนักงานร้านมิสเตอร์โดนัท ตำแหน่งผู้จัดการร้าน ตั้งแต่ระดับ TL (Team Leader) ขึ้นไป ที่มีบทบาทรับผิดชอบในส่วนของการดูแลบริหารจัดการร้าน และให้ความช่วยเหลือลูกค้าส่วนหน้าร้าน

6. ร้านมิสเตอร์โดนัท โซน 14 หมายถึง ร้านมิสเตอร์โดนัทที่ตั้งอยู่ภายในโซน ศูนย์รังษี แสนเจียม ตำแหน่งผู้จัดการเขต โดยมีคุณชูลีพร คชอินทร์ เป็นตำแหน่ง ผู้จัดการภาค โดยมีขอบเขตความรับผิดชอบ รวม 13 สาขา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีร้านมิสเตอร์โดนัท สาขาบึงสีเสกลนคร เป็นร้านศูนย์กลาง