



## ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของร้าน Castella Taiwan Satisfaction with the service quality of Castella Taiwan

มณีนุช ไชยวัน<sup>1\*</sup>, เอกณรงค์ วรสีหะ<sup>2</sup>, วิมลศรี แสนสุข<sup>3</sup>, จิราภรณ์ บุญยั้ง<sup>4</sup>, เย็นจิต คงปาน<sup>5</sup>  
และวรีญา คลังแสง<sup>5</sup>

Maneenuch Chaiyawan<sup>1\*</sup>, Ekgnarong Vorasiha<sup>2</sup>, Vimolsri Sansuk<sup>3</sup>, Jiraporn Boonying<sup>4</sup>,  
Yenjit Kongpan<sup>5</sup> and Wareeya Khlungsaeng<sup>5</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี, หลักสูตรบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>1</sup> Student of Bachelor Degree, Business Administration Program, Quality Management, College of Innovation and Management, SuanSunandha Rajabhat University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>2</sup> Assistant Professor, Quality Management, College of Innovation and Management, SuanSunandha Rajabhat University.

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>3</sup> Assistant Professor, Ph.D., Quality Management, College of Innovation and Management, SuanSunandha Rajabhat University.

<sup>4</sup> อาจารย์ ดร., สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>4</sup> Ph.D., Quality Management, College of Innovation and Management, SuanSunandha Rajabhat University.

<sup>5</sup> อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>5</sup> Instructor, Quality Management, College of Innovation and Management, SuanSunandha Rajabhat University.

\*Corresponding author, E-mail: s62127323008@ssru.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของร้าน Castella Taiwan และเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการร้าน Castella Taiwan การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยาย และสรุปผลการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และวิเคราะห์ระดับความ



คิดเห็นปัจจัยจูงใจที่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดย การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน และเพศชาย จำนวน 167 คน ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X}$  = 3.42, S.D. = 0.786 ด้านพนักงานที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X}$  = 3.67, S.D. = 0.703 ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก  $\bar{X}$  = 3.71, S.D. = 0.680 ด้านคุณภาพการให้บริการและคุณภาพเค้กอยู่ในระดับมาก  $\bar{X}$  = 3.84, S.D. = 0.693 ความพึงพอใจในการรับบริการของร้าน Castella Taiwan ด้านคุณภาพการให้บริการและคุณภาพเค้กอยู่ในระดับมาก  $\bar{X}$  = 3.84, S.D. = 0.693 ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, ร้าน Castella Taiwan

### Abstract

This study aims to study the satisfaction with the service quality of Castella Taiwan and to study the problems and suggestions of the customers on the quality of the Castella Taiwan service. An analysis of the general data of the respondents by means of electronic processing. Descriptive Statistics by using the collected data for statistical analysis. which consists of Frequency distribution (Frequency) and percentage (Percentage) presented in tabular form accompanying lecture and a summary of research findings, an analysis of operational performance data and an analysis of opinion levels, motivating factors that promote work efficiency. The collected data were analyzed for statistical values. Descriptive statistics were processed by means of finding the mean. (mean) and fractional value Standard Deviation Most of the samples were 233 females and 167 males. Processes and procedures of service are at a high level  $\bar{X}$  = 3.42, S.D. = 0.786 Employees who provide services are at a high level  $\bar{X}$  = 3.67, S.D. = 0.703 Locations and facilities are at a high level  $\bar{X}$  = 3.71, S.D. = 0.680 in service quality and cake quality at a high level  $\bar{X}$  = 3.84, S.D. = 0.693 Satisfaction with Castella Taiwan's service in service quality and cake quality at a high level  $\bar{X}$  = 3.84, S.D. = 0.693, respectively.

**Keywords:** Satisfaction, the service quality, Castella Taiwan



## บทนำ

ต้นกำเนิด Castella เป็นเค้กฟองน้ำ ของญี่ปุ่นที่เป็นที่นิยม ทำมาจากน้ำตาล แป้ง ไข่ และน้ำเชื่อม มีจำหน่ายทั่วไปตามเทศกาลและร้านค้าริมถนน คัสเทลลานำเข้ามายังญี่ปุ่นโดยพ่อค้าชาวโปรตุเกสเมื่อศตวรรษที่ 16 ปัจจุบันเป็นขนมหวานที่มีชื่อเสียงของนางาซากิ ชื่อ " คัสเทลลา" มีที่มาจากคำในภาษาโปรตุเกสคำว่า "Pão de Castela" แปลว่า "ขนมปังจากกัสติยา" ปกติแล้วจะจำหน่ายในกล่องรูปทรงยาวบรรจุคัสเทลลาขนาดยาวประมาณ 27 เซนติเมตร คัสเทลลามีบางส่วนที่คล้ายคลึงกับเค้กมาเดรา (Madeira cake) ที่มีที่มาจากโปรตุเกสเช่นกัน แต่ขนมหวานที่ใกล้เคียงที่สุดคือ "เปาดีลลอส" ซึ่งเป็นเค้กของโปรตุเกส

เค้กไข่ไต้หวัน ขนมเบเกอรี่ ซึ่งมีต้นตำรับมาจากไต้หวัน โดยต้นตำรับจริงของ เค้กไข่ไต้หวัน มาจากในอดีต ไต้หวันเป็นเมืองขึ้นของฝรั่งเศส และเค้กไข่ไต้หวัน เป็นสูตร ไต้หวัน ได้มาจากเมืองฝรั่งเศส ได้มีผู้ประกอบการคนไทยที่ไปอยู่ไต้หวัน นำสูตรการทำเค้กไข่ไต้หวันเข้ามาทำขาย และเปิดร้าน เป็นที่ชื่นชอบ เพราะเนื้อเค้กนุ่มฟู และหนึ่งในผู้ประกอบการที่นำสูตรเค้กไข่ไต้หวัน มาสร้างชื่อในประเทศไทย คือ เค้กไข่ไต้หวัน แบรินด์ Castella Taiwan

ร้าน Castella Taiwan แบรินด์เบเกอรี่ขนมเค้กสไตล์ไต้หวัน อันดับ 1 ในประเทศไทย ดำเนินงานโดยเจ้าของไต้หวันอย่างแท้จริง ด้วยสูตรเบเกอรี่อันมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากนครเจียอี้ Chia-Yi เป็นร้านเค้กไข่ไต้หวัน เค้กไข่ไต้หวัน คัดสรรจากส่วนผสมของวัตถุดิบมาเป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์ของร้าน มีหลากหลายรสชาติ 5 ชนิด เช่น Original, Cheese , Mocha, Chocolate, Matcha ปัจจุบัน ร้าน Castella Taiwan มีสาขาทั้งหมด 4 สาขา 1. Esplanade Ratchadapisek ชั้น B 2. MBK มาบุญครอง 3. อิมพีเรียลสำโรง และ 4. โรบินสัน สมุทรปราการ ผู้วิจัยได้หยิบยก ร้าน Castella Taiwan ซึ่งแบรนด์ขึ้นชื่อเรื่องความอร่อย เนื้อเค้กไม่แห้ง ละลายในปาก เนียน นุ่มฟู กว่าแบรนด์อื่นและที่สำคัญ คนไต้หวันเข้ามาเปิดธุรกิจเอง ได้มีการเปิดเป็นสาขาแรกที่ห้างเอสเพนาตราชดาและได้ดำเนินธุรกิจมา 3 ปีแล้ว ตอนนี้ทำให้มีฐานลูกค้าเป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นปัจจัยความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการเป็นสำคัญของร้าน Castella Taiwan ผู้วิจัยเป็นซึ่งพนักงานของร้าน จึงศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของร้าน Castella Taiwan ที่เข้ามาใช้บริการร้าน Castella Taiwan และปัญหาที่ลูกค้าได้รับจากการบริการของพนักงาน เพื่อเป็นการนำผลและข้อเสนอแนะปรับปรุงพัฒนาร้านต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของร้าน Castella Taiwan
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการ ร้าน

Castella Taiwan



## แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

### ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ

ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และคุณค่าของลูกค้า (customer value) (Cronin, and Taylor, 1992; Oliver, 1993; Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993)

ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยครอนินและเทเลอร์ (Cronin and Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และเป็นสิ่งที่จะช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดดับเบิลสกี รัสท์ และซาร์ฮอริก (Cordupleski, Rust, and Zahorik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือบิทเนอร์ (Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัว

สรุปได้ว่า การให้บริการอย่างมีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในโลกธุรกิจปัจจุบัน นอกจากจะทำให้ลูกค้าเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังสามารถสร้างการบอกต่อ หรือ Word of mouth ได้แบบฟรี ๆ ด้วยเช่นกัน ยิ่งธุรกิจของคุณมีลูกค้าประจำเยอะแค่ไหน นั่นหมายความว่าธุรกิจของคุณจะมีความมั่นคง และลูกค้ากลุ่มนี้แหละ ที่จะสร้างรายได้ให้คุณถึง 80% จากลูกค้าทั้งหมด

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของพนักงานร้าน Castella Taiwan ประกอบด้วย
  - ประเด็นด้านกระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ
  - ประเด็นด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรผู้ให้บริการ
  - ประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และใช้จำนวน 400 คนซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967)
3. ด้านพื้นที่ ดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานหน้าร้าน Castella Taiwan



4. ด้านระยะเวลา ศึกษาการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแหล่งสอบถามและศึกษาข้อมูล ทศตวรรษ  
ภูมิ ระหว่าง มกราคม ถึง มีนาคม 2565

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด  
เกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างข้อเสนอแนะต่อท้ายแบบสอบถามแต่ละส่วนเพื่อถามความคิดเห็น
3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและ  
เสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม ดังรายชื่อต่อไปนี้
  - ดร.จิราภรณ์ บุญยั้ง อาจารย์ประจำสาขาการจัดการคุณภาพ
  - ผศ.เอกณรงค์ วรสีหะ หัวหน้าสาขาการจัดการคุณภาพ
4. ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้ง
5. ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง
6. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อน  
แจกแบบสอบถามออนไลน์
7. แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา  
(Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจก  
แจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบการบรรยาย  
และสรุปผลการวิจัย โดยใช้สูตร (นิคาร์ตัน ศิลปะเดช. 2542:144)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยจูงใจที่  
ส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ
3. ประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดย การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ  
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยายและ  
สรุปผลการวิจัย



## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ค่าสถิติ และร้อยละ (Percentage) แสดงดังตาราง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน 400 (คน)	ร้อยละ 100.00
<b>เพศ</b>		
ชาย	167	41.75
หญิง	233	58.25
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	37	9.25
21-30 ปี	181	45.25
31-40 ปี	177	44.25
มากกว่า 60 ปี	5	1.25
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษา	48	12.00
อาชีวะ/พาณิชย	58	14.50
ปริญญาตรี	281	70.25
ปริญญาโทขึ้นไป	13	3.25
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	53	13.25
นักเรียน/นักศึกษา	82	20.50
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	156	39.00
ค้าขาย/อาชีพอิสระ	102	25.50
ว่างงาน	7	1.75

จากการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 และเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นอายุ 21-30 ปีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาอายุ 31-40 ปีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และน้อยที่สุด อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ปริญญาตรี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมา อาชีวะ/พาณิชย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 มัธยมศึกษา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และน้อยที่สุดปริญญาโทขึ้นไปจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.35 และ





ส่วนใหญ่อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาค้าขาย/อาชีพอิสระจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 นักเรียน/นักศึกษาจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และว่างงานจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ของแบบสอบถามความพึงพอใจในการรับบริการของร้าน Castella Taiwan

ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม	3.32	0.933	ปานกลาง
2. ความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจง	3.58	0.771	มาก
3. การให้บริการมีความถูกต้อง	3.51	0.756	มาก
4. การเข้ารับบริการไม่ซับซ้อน	3.61	0.768	มาก
5. ระยะเวลาเข้ารับบริการไม่ช้าเกินไป	3.52	0.762	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.786</b>	<b>มาก</b>

ความพึงพอใจด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.786 เมื่อพิจารณาข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดการเข้ารับบริการไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.768 รองลงมาความชัดเจนในการอธิบาย ชี้แจงอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.58$ , S.D. = 0.771 ระยะเวลาเข้ารับบริการไม่ช้าเกินไปอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.52$ , S.D. = 0.762 การให้บริการมีความถูกต้องอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 0.756 และ เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง  $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.933 ตามลำดับ

ความพึงพอใจด้านพนักงานที่ให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำ	3.66	0.773	มาก
2. มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	3.69	0.750	มาก
3. มีบุคลิกภาพ กิริยามารยาทและการสื่อสารที่เหมาะสม	3.60	0.753	มาก
4. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม	3.66	0.742	มาก
5. พนักงานตอบคำถามได้ตรงประเด็น	3.61	0.758	มาก
6. พนักงานปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นกลาง เช่น ให้คนมาก่อนได้รับบริการก่อน	3.68	0.741	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.67</b>	<b>0.703</b>	<b>มาก</b>

ความพึงพอใจด้านพนักงานที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.703 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.69$ , S.D. = 0.750 รองลงมาพนักงานปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นกลาง เช่น ให้คนมาก่อนได้รับบริการก่อนอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 0.741 มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.773 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.742 พนักงานตอบคำถามได้ตรงประเด็นอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.758 และมีบุคลิกภาพ กิริยามารยาทและการสื่อสารที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.753 ตามลำดับ

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีที่นั่งสำหรับให้รอเคັค	3.70	0.763	มาก
2. ร้านค้าสะอาด เป็นระเบียบ	3.68	0.734	มาก
3. มีความชัดเจนของป้ายชื่อเคັค และราคาเคັค	3.64	0.743	มาก
4. มีเจลแอลกอฮอล์บริการ	3.72	0.725	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.680</b>	<b>มาก</b>

ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.680 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดมีเจลแอลกอฮอล์บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.72$ , S.D. = 0.725 รองลงมา มีที่นั่งสำหรับให้รอเคັคอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.70$ , S.D. = 0.763 ร้านค้าสะอาด เป็นระเบียบอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.68$ , S.D. = 0.734 และมีความชัดเจนของป้ายชื่อเคັค และราคาเคັค อยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.743 ตามลำดับ

ด้านคุณภาพการให้บริการและคุณภาพเคັค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รับเคັคถูกต้องตามต้องการ	3.81	0.759	มาก
2. มีมารยาทในการให้บริการ	3.84	0.732	มาก
3. ความสะอาดภายในร้าน	3.80	0.745	มาก
4. การให้บริการครบถ้วน	3.88	0.711	มาก
5. สะดวกรวดเร็ว	3.87	0.719	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.693</b>	<b>มาก</b>



ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการและคุณภาพเค้กอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.693 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด การให้บริการครบถ้วน อยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.711 รองลงมาสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.87$  S.D. = 0.719 มีมารยาทในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.732 รับผิดชอบต่อความต้องการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.759 และความสะอาดภายในร้าน อยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.745 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการรับบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	3.42	0.786	มาก
2. ด้านพนักงานที่ให้บริการ	3.67	0.703	มาก
3. ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71	0.680	มาก
4. ด้านคุณภาพการให้บริการและคุณภาพเค้ก	3.84	0.693	มาก

ความพึงพอใจในการรับบริการของร้าน Castella Taiwan เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านคุณภาพการให้บริการและคุณภาพเค้กอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.693 รองลงมา ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = 0.680 ด้านพนักงานที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.703 และด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก  $\bar{X} = 3.42$ , S.D. = 0.786 ตามลำดับ

### ปัญหาที่ลูกค้าพบเจอในการให้บริการของพนักงานหรือตัวเค้กผลการวิเคราะห์ของความไม่พึงพอใจ

1. ด้านการให้บริการของพนักงาน: พนักงานอธิบายไม่ละเอียด
2. ด้านปัญหาตัวเค้กที่ได้รับ: เค้กมีปริมาณที่น้อย
3. ด้านความสะอาดของร้าน: มีฝุ่นตรงหน้าร้าน
4. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง: อยากให้เปิดร้านให้ไวกว่านี้

### สรุปและอภิปรายผล

การให้บริการที่เป็นข้อค้นพบในครั้งนี้ พบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (พงษ์เทพ 2546) กล่าวว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอ เนื่องจากเป็นความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค



หลักของการให้บริการเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (กุลธนะ, 2528) ได้ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการที่ดีว่าการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการนั้น คือการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นการที่จะวัดการให้บริการว่าจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่นั้นวิธีหนึ่ง คือ การวัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ เพราะการวัดความพึงพอใจนี้ เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานมีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้หรือไม่ เพียงใด อย่างไรก็ตาม พอสรุปลความหมายของการบริการได้ว่า เป็นการปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าหรือคนที่มาขอรับบริการ บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจ และสามารถช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้

วิวัฒนาการด้านการบริการลูกค้า คือ ความแตกต่างหลักระหว่างการบริการในวันนี้และเมื่อ 10 ปีที่แล้วก็คือลูกค้าคาดหวังการบริการระดับพรีเมียมที่ถูกสร้างขึ้นนับตั้งแต่การขายครั้งแรก หรือการปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด และสืบเนื่องจนถึงช่วงที่ต้องการความช่วยเหลือ ประสบการณ์หลังการซื้อ และการกลับมาซื้ออีกครั้ง ในการสร้างความสำเร็จ ธุรกิจนั้นจะต้องผสมผสานบริการเข้ากับเส้นทางการตัดสินใจของลูกค้าในทุกจุดปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าการให้บริการอย่างมีคุณภาพเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในโลกธุรกิจปัจจุบัน นอกจากนี้จะทำให้ลูกค้าเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังสามารถสร้างการบอกต่อหรือ Word of mouth ได้แบบฟรี ๆ ด้วยเช่นกัน ยิ่งธุรกิจของคุณมีลูกค้าประจำเยอะแค่ไหน นั่นหมายความว่าธุรกิจของคุณจะมีความมั่นคง และลูกค้ากลุ่มนี้แหละ ที่จะสร้างรายได้ให้คุณถึง 80% จากลูกค้าทั้งหมด (ข้อมูลจาก Point Spot, 2019)

### เอกสารอ้างอิง

- กุลธนะ ธนาพงศธร. (2528). การบริหารงานบุคคล. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- นิศารัตน์ ศิลปเดช. (2542). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- พงษ์เทพ สันติพันธ์. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านพร้อม. ที่ดินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานคร.
- Bitner, M.J. (1992). Servicespace: The impact of physical surroundings on customer and employees. *Journal of marketing*, 56(21), 57-72.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(7), 55-68.
- Cordupleski, R., & Zahorik. (1993). Customer satisfaction, customer retention, and market share. *Journal of Retailing*, 69, 193-215.



Parasuraman, V.A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple – Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12 – 40.