

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ระดับความพึงพอใจของลูกค้า เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ และเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที อโยธยา จำนวน 246 ชุด เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที อโยธยา ผู้วิจัยจึงขอแนะนำเสนอและอภิปรายผล การวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางประกอบด้วยตาราง 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทีอโยธยา โดยหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการการเลือกใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทีอโยธยา โดยหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทีอโยธยา โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทีอโยธยา จำแนกตามพฤติกรรม โดยใช้แบบทดสอบค่าเอฟ (F-test) เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทีอโยธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้แบบทดสอบค่าที่ t-test, F-test เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure

ในการคำนวณค่าทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ซึ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจ
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-test
LSD	แทน	Least Significant Difference
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตีอยุธยา โดยหาค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส

ตาราง 4 จำนวน และร้อยละ ของปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส

(n=246)		
	ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน ร้อยละ
เพศ	ชาย	124 50.40
	หญิง	122 40.60
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	23 9.35
	20 – 30 ปี	76 30.89
	31 – 40 ปี	80 32.52
	41 – 50 ปี	52 21.14
	สูงกว่า 50 ปี	15 6.10

ตาราง 4 (ต่อ)

(n=246)

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน & นักศึกษา	47	19.11
แม่บ้าน	62	25.20
พนักงานบริษัทเอกชน	119	48.37
ธุรกิจส่วนตัว	18	7.32
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	7	2.85
10,000-20,000 บาท	112	45.53
20,001-30,000 บาท	89	36.18
30,000-40,000 บาท	24	9.75
มากกว่า 40,00 บาท	14	5.69
สถานภาพสมรส		
โสด	69	28.05
สมรส	157	63.82
หย่าร้าง/หม้าย	20	8.13

จากตาราง 4 พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 32.52 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 48.37 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 45.53 สถานภาพสมรส จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 63.82

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตี้ยูธยา โดยหาค่าความถี่และร้อยละ

ตาราง 5 ค่าความถี่และร้อยละ ของพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าจำแนกตามพฤติกรรมค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง เหตุผลที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการระยะเวลาในการใช้บริการ และบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหาร

(n=246)

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง		
0 - 100 บาท	11	4.47
101 - 200 บาท	101	41.06
201 - 300 บาท	91	36.99
300 บาทขึ้นไป	43	17.48
เหตุผลในการเลือกใช้บริการ		
อาหารปลอดภัย	58	23.60
อาหารมีคุณภาพ	43	17.50
พนักงานสุภาพ	64	26.00
บริการรวดเร็ว	81	32.90
ความถี่ในการใช้บริการ		
1 ครั้ง / สัปดาห์	46	18.70
2-3 ครั้ง / สัปดาห์	99	40.20
4-5 ครั้ง / สัปดาห์	100	40.70
6-7 ครั้ง / สัปดาห์	1	0.40
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		
06:01 - 10:00	58	23.58
10:01 - 14:00	66	26.83
14:01 - 18:00	55	22.36
18:01 - 22:00	58	23.58
22:01 - 06:00	9	3.65

ตาราง 5 (ต่อ)

(n=246)

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ใช้บริการ		
0 - 30 นาที	72	29.30
31 - 60 นาที	110	44.70
มากกว่า 60 นาที	64	26.00
บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหาร		
เพื่อน	130	52.80
ครอบครัว	107	43.50
อื่น ๆ	9	3.70

จากตาราง 5 พบว่าพฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง 101-200 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 41.06 มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือการบริการรวดเร็ว จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 32.90 มีความถี่ในการใช้บริการ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 40.70 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 10.01-14.00 น. จำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 26.83 ระยะเวลาที่ใช้บริการ 31-60 นาทีจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 44.70 บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารคือเพื่อนจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 6 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อาหารสดใหม่	3.42	.645	ปานกลาง
รสชาติความอร่อยของอาหาร	3.16	.644	ปานกลาง
ความสะอาด	3.35	.711	ปานกลาง
คุณค่าทางโภชนาการ	3.49	.540	ปานกลาง
ตู้กดน้ำมีในชุด แสบปี่มีที่น่าสนใจ	3.61	.522	มาก
โดยรวม	3.40	.275	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$, S.D.=0.275) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าเรื่อง อาหารร้อนสดใหม่ รสชาติความอร่อยของอาหาร ความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตู้กดน้ำมีในชุดแสบปี่มีที่น่าสนใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
สั่งอาหารที่เคาน์เตอร์ภายในร้าน	3.67	.602	มาก
บริการส่งอาหารถึงบ้าน	2.93	.736	ปานกลาง
สั่งอาหารโดยไม่ต้องลงจากรถ	3.02	.823	ปานกลาง
โดยรวม	3.09	.409	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.09$, S.D.=.409) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่สั่งอาหารแบบบริการส่งอาหารถึงบ้าน และสั่งอาหารโดยไม่ต้องลงจากรถอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้าสั่งอาหารที่เคาน์เตอร์ภายในร้านอยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
โฆษณาทางโทรทัศน์	3.34	.698	ปานกลาง
ใบปลิวแจ้งสินค้าใหม่	3.48	.637	ปานกลาง
โปสเตอร์ในร้าน	3.44	.795	ปานกลาง
ป้ายตั้งหน้าร้าน	3.45	.714	ปานกลาง
โดยรวม	3.42	.492	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในต่อการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง($\bar{X}=3.42$, S.D.=.492) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

ตาราง 9 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า ร้าน
แมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การแต่งการเรียบร้อย	3.57	.723	มาก
การบริการสุภาพ	4.19	.727	มาก
เต็มใจให้บริการ	3.60	.691	มาก
การสื่อสารชัดเจนเข้าใจง่าย	3.33	.701	มาก
โดยรวม	3.67	.455	มาก

จากตาราง 9 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในด้านพนักงานต่อการใช้บริการที่ร้าน
แมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.455) เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก

ตาราง 10 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า
ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทีอยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการกล่าวต้อนรับและทักทายด้วยความเป็นมิตร	3.72	.793	มาก
รับรายการอาหารถูกต้อง	3.52	.650	มาก
แจ้งเวลาที่ลูกค้าจะได้รับอาหาร	3.51	.786	มาก
มีการแนะนำโปรโมชั่นใหม่	3.58	.852	มาก
จัดอาหารและส่งมอบอาหารถูกต้อง	4.29	.573	มาก
ให้ใบเสร็จลูกค้าทุกครั้ง	3.63	.755	มาก
กล่าวขอบคุณลูกค้า	3.48	.662	ปานกลาง
กล่าวเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการอีก	3.40	.790	มาก
โดยรวม	3.63	.359	มาก

จากตาราง 10 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจการให้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทีอยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$, S.D.=0.359) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับการกล่าวต้อนรับและทักทายด้วยความเป็นมิตร รับรายการอาหารถูกต้อง แจ้งเวลาที่ลูกค้าจะได้รับอาหาร มีการแนะนำโปรโมชั่นใหม่ จัดอาหารและส่งมอบอาหารถูกต้อง ให้ใบเสร็จลูกค้าทุกครั้ง กล่าวเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการอีกอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนกล่าวขอบคุณลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 11 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
เสียงเพลงในร้าน	3.46	.786	ปานกลาง
การตกแต่งร้าน	3.65	.619	มาก
บรรยากาศการทำงานในร้าน	4.00	.720	มาก
โดยรวม	3.70	.466	มาก

จากตาราง 11 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, S.D.=0.466) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการตกแต่งร้าน และบรรยากาศการทำงานในร้านอยู่ในระดับมาก ส่วนเสียงเพลงในร้านอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาจำแนกตามพฤติกรรม

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาจำแนกตามพฤติกรรมได้แก่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง เหตุผลที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ และบุคคลที่ร่วมใช้บริการแสดงในตารางที่ 12 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบดังต่อไปนี้

H_0 : พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกัน

ตาราง 12 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่
อยุธยาจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.192	3	.064	.842	.472
	ภายในกลุ่ม	18.400	242	.076		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.012	3	1.337	8.721	.000*
	ภายในกลุ่ม	37.108	242	.153		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	11.332	3	3.777	18.986	.000*
	ภายในกลุ่ม	48.146	242	.199		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	9.710	3	3.237	19.013	.000*
	ภายในกลุ่ม	41.198	242	.170		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.384	3	1.128	9.670	.000*
	ภายในกลุ่ม	28.231	242	.117		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.569	3	1.523	7.566	.000*
	ภายในกลุ่ม	48.717	242	.201		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.823	3	.941	14.994	.000*
	ภายในกลุ่ม	15.186	242	.063		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 5 ด้านแสดงว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกันจึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้าน ผลลัพธ์ดังตาราง 13-17

ตาราง 13 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง	0 - 100 บาท	101-200 บาท	201-300 บาท	300 บาท ขึ้นไป
0 - 100 บาท		.2787*		
101-200 บาท			.2781*	.1875*
201-300 บาท				
300 บาทขึ้นไป				

จากตาราง 13 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาทมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านช่องทางจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท (.2787) และ 2) ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา มากกว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 201-300 บาท (.2781) และมากกว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 300 บาทขึ้นไป (.1875)

ตาราง 14 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการแต่ละครั้ง	0 - 100 บาท	101-200 บาท	201-300 บาท	300 บาท ขึ้นไป
0 - 100 บาท				
101-200 บาท	.6026*			
201-300 บาท	.5142*			
300 บาทขึ้นไป	.9958*	.3932*	.4815*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.6026) 2) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 201-300 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.5142) และ 3) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 300 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.9958) มากกว่า ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท (.3932) และมากกว่า ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 201-300 บาท (.4815)

ตาราง 15 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ทียูธยา
ด้านพนักงาน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการแต่ละครั้ง	0 - 100 บาท	101-200 บาท	201-300 บาท	300 บาท ขึ้นไป
0 - 100 บาท				
101-200 บาท	.3184*			
201-300 บาท	.2952*			
300 บาทขึ้นไป	.7859*	.4675*	.4907*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ทียูธยา ด้านพนักงาน จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ทียูธยา ด้านพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.3184) 2) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 201-300 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ทียูธยา มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.2952) และ 3) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 300 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ทียูธยา มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.7859) มากกว่า ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท (.4675) และมากกว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 201-300 บาท (.4907)

ตาราง 16 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการแต่ละครั้ง	0 - 100 บาท	101-200 บาท	201-300 บาท	300 บาท ขึ้นไป
0 - 100 บาท				
101-200 บาท				
201-300 บาท				
300 บาทขึ้นไป	.2993*	.3095*	.3092*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 300 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.2993) มากกว่า ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท (.3095) และมากกว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 201-300 บาท (.3092)

ตาราง 17 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการแต่ละครั้ง	0 - 100 บาท	101-200 บาท	201-300 บาท	300 บาท ขึ้นไป
0 - 100 บาท				
101-200 บาท				
201-300 บาท	.4249*	.1477*		
300 บาทขึ้นไป	.5814*	.3042*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 201-300 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.4249) และมากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท (.1477) และ 2) ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 300 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา มากกว่าลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 0-100 บาท (.5814) และมากกว่า ลูกค้าที่ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง 101-200 บาท (.3042)

ตาราง 18 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย
จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.090	3	1.030	16.080	.000*
	ภายในกลุ่ม	15.502	242	.064		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.557	3	.852	5.348	.001*
	ภายในกลุ่ม	38.563	242	.159		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.203	3	.401	1.665	.175
	ภายในกลุ่ม	58.275	242	.241		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.163	3	.388	1.886	.132
	ภายในกลุ่ม	49.745	242	.206		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.877	3	.292	2.302	.077
	ภายในกลุ่ม	30.738	242	.127		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.759	3	.253	1.166	.323
	ภายในกลุ่ม	52.527	242	.217		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.042	3	.014	.190	.903
	ภายในกลุ่ม	17.966	242	.074		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเหตุผลที่ใช้บริการแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 19–20

ตาราง 19 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

เหตุผลที่ใช้ บริการ	อาหารปลอดภัย	อาหารมีคุณภาพ	พนักงานสุภาพ	บริการรวดเร็ว
อาหารปลอดภัย		.2598*		
อาหารมีคุณภาพ				
พนักงานสุภาพ		.1703*		
บริการรวดเร็ว		.3182*	.1480*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าอาหารปลอดภัยมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าอาหารมีคุณภาพ (.2589) 2) ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าพนักงานสุภาพมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าอาหารมีคุณภาพ (.1703) และ 3) ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าบริการรวดเร็วมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าอาหารมีคุณภาพ (.3182) และมากกว่า พนักงานสุภาพ (.1480)

ตาราง 20 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

เหตุผลที่ใช้ บริการ	อาหารปลอดภัย	อาหารมีคุณภาพ	พนักงานสุภาพ	บริการรวดเร็ว
อาหารปลอดภัย				
อาหารมีคุณภาพ				
พนักงานสุภาพ	.2374*	.2682*		.1905*
บริการรวดเร็ว				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าพนักงานสุภาพมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ลูกค้ามีเหตุผลที่ใช้บริการเพราะว่าอาหารปลอดภัย (.2374) มากกว่าอาหารมีคุณภาพ (.2682) และมากกว่าบริการรวดเร็ว (.1905)

ตาราง 21 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.453	3	.151	2.013	.113
	ภายในกลุ่ม	18.139	242	.075		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.472	3	.824	5.160	.002*
	ภายในกลุ่ม	38.648	242	.160		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.127	3	.709	2.992	.032*
	ภายในกลุ่ม	57.351	242	.237		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4.878	3	1.626	8.549	.000*
	ภายในกลุ่ม	46.030	242	.190		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.638	3	.213	1.662	.176
	ภายในกลุ่ม	30.977	242	.128		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.647	3	.549	2.573	.055
	ภายในกลุ่ม	51.640	242	.213		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.537	3	.179	2.481	.062
	ภายในกลุ่ม	17.471	242	.072		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงานแตกต่างกันจึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 22–24

ตาราง 22 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	1 ครั้ง / สัปดาห์	2-3 ครั้ง / สัปดาห์	4-5 ครั้ง / สัปดาห์	6-7 ครั้ง / สัปดาห์
1 ครั้ง / สัปดาห์				
2-3 ครั้ง/สัปดาห์			.1156*	
4-5 ครั้ง/สัปดาห์				
6-7 ครั้ง/สัปดาห์				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าลูกค้าที่ใช้บริการ 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ (.1156)

ตาราง 23 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	1 ครั้ง / สัปดาห์	2-3 ครั้ง / สัปดาห์	4-5 ครั้ง / สัปดาห์	6-7 ครั้ง / สัปดาห์
1 ครั้ง / สัปดาห์				
2-3 ครั้ง / สัปดาห์				
4-5 ครั้ง / สัปดาห์		.2020*		
6-7 ครั้ง / สัปดาห์				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าลูกค้าที่ใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ (.2020)

ตาราง 24 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา
ด้านพนักงานจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	1 ครั้ง / สัปดาห์	2-3 ครั้ง / สัปดาห์	4-5 ครั้ง / สัปดาห์	6-7 ครั้ง / สัปดาห์
1 ครั้ง / สัปดาห์		.3768*	.1697*	
2-3 ครั้ง/สัปดาห์			.2071*	
4-5 ครั้ง/สัปดาห์				
6-7 ครั้ง/สัปดาห์				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านพนักงาน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้บริการ 1 ครั้ง/สัปดาห์ มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านพนักงาน มากกว่าลูกค้าลูกค้าที่ใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ (.3768) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ (.1697) และ 2) ลูกค้าที่ใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ (.2071)

ตาราง 25 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย
จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.337	4	.584	8.661	.000*
	ภายในกลุ่ม	16.255	241	.067		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.626	4	.156	.931	.447
	ภายในกลุ่ม	40.495	241	.168		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.838	4	2.459	11.941	.000*
	ภายในกลุ่ม	49.640	241	.206		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.082	4	1.270	6.681	.000*
	ภายในกลุ่ม	45.826	241	.190		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.192	4	.548	4.489	.002*
	ภายในกลุ่ม	29.423	241	.122		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.726	4	1.181	5.863	.000*
	ภายในกลุ่ม	48.561	241	.201		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.464	4	.616	9.549	.000*
	ภายในกลุ่ม	15.545	241	.065		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด พนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 26–30

ตาราง 26 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	06.00– 10.00 น.	10.01– 14.00 น.	14.01– 18.00 น.	18.01– 22.00 น.	22.01– 06.00 น.
06.01 – 10.00 น.					.2065*
10.01 – 14.00 น.					.2232*
14.01 – 18.00 น.					.2008*
18.01 – 22.00 น.			.2092*		
22.01 – 06.00 น.					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 4 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 06.01-10.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 22.01-06.00 (.2065) 2) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 10.01-14.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 22.01-06.00 (.2232) 3) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 22.01-06.00 (.2008) และ 4) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 (.2092) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 22.01-06.00 (.4100)

ตาราง 27 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา
ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	06.00– 10.00 น.	10.01– 14.00 น.	14.01– 18.00 น.	18.01– 22.00 น.	22.01– 06.00 น.
06.01 – 10.00 น.			.3955*		
10.01 – 14.00 น.			.3045*		
14.01 – 18.00 น.					
18.01 – 22.00 น.					
22.01 – 06.00 น.					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา-06.01-10.00 มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 (.3955) และ 2) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 10.01-14.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น.

ตาราง 28 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา
ด้านพนักงานจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	06.00– 10.00 น.	10.01– 14.00 น.	14.01– 18.00 น.	18.01– 22.00 น.	22.01– 06.00 น.
06.01 – 10.00 น.					
10.01 – 14.00 น.					
14.01 – 18.00 น.					
18.01 – 22.00 น.	.2034*	.1867*	.2092*		
22.01 – 06.00 น.					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านพนักงานจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 1 คู่ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านพนักงาน มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 06.01-10.00 (.3955) มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 10.01-14.00 น.(.1867) และมากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น. (.2092)

ตาราง 29 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	06.00– 10.00 น.	10.01– 14.00 น.	14.01– 18.00 น.	18.01– 22.00 น.	22.01– 06.00 น.
06.01 – 10.00 น.			.1874*		
10.01 – 14.00 น.			.1506*		
14.01 – 18.00 น.					
18.01 – 22.00 น.			.2711*		
22.01 – 06.00 น.					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 06:01-10:00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น.(.1874) 2) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 10.01-14.00 น.(.1506) และ 3) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 (.2711)

ตาราง 30 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	06.00– 10.00 น.	10.01– 14.00 น.	14.01– 18.00 น.	18.01– 22.00 น.	22.01– 06.00 น.
06.01 – 10.00 น.			.1681*		
10.01 – 14.00 น.			.1747*		
14.01 – 18.00 น.					
18.01 – 22.00 น.					
22.01 – 06.00 น.					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 06.01-10.00 น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น.(.1681) และ 2) ลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 10.01-14.00น. มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการช่วงเวลา 14.01-18.00 น.(.1747)

ตาราง 31 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่
อยุธยา จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.137	2	1.068	15.778	.000*
	ภายในกลุ่ม	16.455	243	.068		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.458	2	1.729	11.154	.000*
	ภายในกลุ่ม	37.663	243	.155		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.403	2	3.702	17.274	.000*
	ภายในกลุ่ม	52.075	243	.214		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.687	2	1.343	6.770	.001*
	ภายในกลุ่ม	48.221	243	.198		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.979	2	.490	3.756	.025*
	ภายในกลุ่ม	31.671	243	.130		
	รวม	32.650	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.363	2	3.181	16.475	.000*
	ภายในกลุ่ม	46.924	243	.193		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.648	2	1.324	20.946	.000*
	ภายในกลุ่ม	15.360	243	.063		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้าน ผลลัพธ์ดังตาราง 32-37

ตาราง 32 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	0 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป
0 - 30 นาที			
31 - 60 นาที	.1989*		
60 นาทีขึ้นไป	.2139*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 31-60 นาทีที่มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.1989) และ 2) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 60 นาทีขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.2139)

ตาราง 33 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	0 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป
0 - 30 นาที			
31 - 60 นาที			
60 นาทีขึ้นไป	.2361*	.2865*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 60 นาทีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่ อยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.2361) และ มากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 31-60 นาที (.2865)

ตาราง 34 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	0 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป
0 - 30 นาที			
31 - 60 นาที	.4004*		
60 นาทีขึ้นไป	.3368*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 31-60 นาที มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.4004) และ 2) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 60 นาทีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.3368)

ตาราง 35 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านพนักงานจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	0 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป
0 - 30 นาที			
31 - 60 นาที	.2259*		
60 นาทีขึ้นไป	.2357*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านพนักงานจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 31-60 นาที มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านพนักงานมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.2259) และ 2) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 60 นาทีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.2357)

ตาราง 36 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	0 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป
0 - 30 นาที			
31 - 60 นาที	.1390*		
60 นาทีขึ้นไป	.1380*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 31-60 นาที มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.1390) และ 2) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 60 นาทีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.1380)

ตาราง 37 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	0 - 30 นาที	31 - 60 นาที	60 นาทีขึ้นไป
0 - 30 นาที			
31 - 60 นาที	.1989*		
60 นาทีขึ้นไป	.2139*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ เป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 31-60 นาที มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่ อยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.2021) และ 2) ลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 60 นาทีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่ อยุธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาใช้บริการ 0-30 นาที (.2578)

ตาราง 38 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย
จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.153	2	.077	1.011	.366
	ภายในกลุ่ม	18.439	243	.076		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.109	2	.054	.322	.725
	ภายในกลุ่ม	41.012	243	.169		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.280	2	.140	.574	.564
	ภายในกลุ่ม	59.198	243	.244		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.238	2	.119	.571	.566
	ภายในกลุ่ม	50.669	243	.209		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.911	2	.455	3.603	.029*
	ภายในกลุ่ม	30.705	243	.126		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.459	2	.230	1.057	.349
	ภายในกลุ่ม	52.827	243	.217		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.125	2	.063	.853	.428
	ภายในกลุ่ม	17.883	243	.074		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีบุคคลที่ร่วมใช้บริการแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา กระบวนการให้บริการ จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 39

ตาราง 39 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	เพื่อน	ครอบครัว	อื่นๆ
เพื่อน			.3249*
ครอบครัว			.2848*
อื่นๆ			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมใช้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่ใช้บริการร่วมกับเพื่อนมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านบุคคลที่ร่วมใช้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ร่วมใช้บริการกับบุคคลอื่น ๆ (.3249) และ 2) ลูกค้าที่ใช้บริการร่วมกับครอบครัวมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านบุคคลที่ร่วมใช้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ร่วมใช้บริการกับบุคคลอื่น ๆ (.2578)

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกัน

ตาราง 40 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา
จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจใช้บริการ	เพศ				t	Sig
	ชาย(n=124)		หญิง(n=122)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.317	.243	3.495	.278	-5.322	.136
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.131	.365	3.057	.448	1.426	.001*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.342	.504	3.518	.465	-2.836	.098
ด้านพนักงาน	3.627	.454	3.719	.454	-1.592	.467
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.614	.343	3.644	.675	-.654	.007*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.615	.391	3.797	.517	-3.118	.000*
รวม	3.441	.2437	3.538	.289	-2.582	.029*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig โดยรวมน้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ แสดงว่าลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และพบว่าค่า Sig มากกว่าค่า $\alpha=0.05$ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานแสดงว่าลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานไม่แตกต่างกัน

ตาราง 41 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย
จำแนกตามอายุ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.029	4	.007	.093	.984
	ภายในกลุ่ม	18.563	241	.077		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.285	4	.321	1.944	.103
	ภายในกลุ่ม	39.835	241	.165		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.375	4	.344	1.426	.226
	ภายในกลุ่ม	58.103	241	.241		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.602	4	.400	1.957	.101
	ภายในกลุ่ม	49.306	241	.205		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.853	4	.963	8.362	.000*
	ภายในกลุ่ม	27.763	241	.115		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.145	4	1.036	5.082	.000*
	ภายในกลุ่ม	49.142	241	.204		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.029	4	.257	3.651	.006*
	ภายในกลุ่ม	16.979	241	.070		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 2 ด้านแสดงว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 42-43

ตาราง 42 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	สูงกว่า 50 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี		.1960*			
21-30 ปี					
31-40 ปี		.2215*			
41-50 ปี		.3316*			.2321*
สูงกว่า 50 ปี					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย ด้านกระบวนการให้บริการเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure จำแนกตามอายุ พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย 2) ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าอายุระหว่าง 20-30 ปี (.1960) ลูกค้าที่อายุระหว่าง 31-40 ปีมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าอายุระหว่าง 20-30 ปี (.2215) และ 3) ลูกค้าที่อายุระหว่าง 41-50 ปีมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าช่วงอายุ 20-30 ปี (.3316) และมากกว่า ลูกค้าที่อายุสูงกว่า 50 ปี (.2321)

ตาราง 43 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้
บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	สูงกว่า 50 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี		.2141*			
21-30 ปี					
31-40 ปี			.3230*	.1638*	
41-50 ปี					
สูงกว่า 50 ปี					

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามอายุ พบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ ลูกค้าน้ำที่อายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าอายุระหว่าง 20-30 ปี (.1960) ลูกค้าที่อายุระหว่าง 31-40 ปีมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้าอายุระหว่าง 20-30 ปี (.3230) และมากกว่าลูกค้าที่อายุระหว่าง 41-50 ปี (.1638)

ตาราง 44 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยู่อาศัย
จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.775	3	.258	3.511	.016*
	ภายในกลุ่ม	17.817	242	.074		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.320	3	.440	2.675	.047*
	ภายในกลุ่ม	39.800	242	.164		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	13.964	3	4.655	24.748	.000*
	ภายในกลุ่ม	45.514	242	.188		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4.494	3	1.498	7.811	.000*
	ภายในกลุ่ม	46.413	242	.192		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.840	3	2.280	22.269	.000*
	ภายในกลุ่ม	24.776	242	.102		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.330	3	.110	.502	.681
	ภายในกลุ่ม	52.957	242	.219		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.080	3	.360	5.145	.001*
	ภายในกลุ่ม	16.929	242	.070		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ มี 2 ด้านแสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 32-36

ตาราง 45 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
นักเรียน / นักศึกษา				.1931*
แม่บ้าน				.1981*
พนักงานบริษัทเอกชน				.2225*
ธุรกิจส่วนตัว				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา จำแนกตามอาชีพพบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าอาชีพนักเรียน / นักศึกษามีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.1931) 2) ลูกค้าอาชีพแม่บ้านมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.1981) และ 3) ลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีที่อยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2225)

ตาราง 46 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้
บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
นักเรียน / นักศึกษา				.2786*
แม่บ้าน				.2855*
พนักงานบริษัทเอกชน				.2053*
ธุรกิจส่วนตัว				

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามอาชีพ พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าอาชีพนักเรียน / นักศึกษามีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2786) 2) ลูกค้าอาชีพแม่บ้านมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2855) และ 3) ลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.2053)

ตาราง 47 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้
บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
นักเรียน / นักศึกษา				
แม่บ้าน				
พนักงานบริษัทเอกชน				
ธุรกิจส่วนตัว	.9588*	.5175*	.6047*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามอาชีพพบว่า มี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้านักเรียน/นักศึกษา (.9885) มากกว่าลูกค้าอาชีพแม่บ้าน (.5175) และมากกว่าลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.6047)

ตาราง 48 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้
บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
นักเรียน / นักศึกษา				
แม่บ้าน				
พนักงานบริษัทเอกชน				
ธุรกิจส่วนตัว	.5092*	.5076*	.5267*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยุธยา ด้านพนักงาน จำแนกตามอาชีพพบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยุธยา ด้านพนักงานมากกว่าลูกค้าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.5092) มากกว่าลูกค้าอาชีพแม่บ้าน (.5076) และมากกว่าลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.5267)

ตาราง 49 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิที่ที่อยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว
นักเรียน / นักศึกษา				
แม่บ้าน			.1152*	
พนักงานบริษัทเอกชน				
ธุรกิจส่วนตัว	.6118	.5394*	.6546*	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอาชีพพบว่ามี 2 คู่ ได้แก่ 1) ลูกค้าอาชีพแม่บ้านมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่า ลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.1152) และ 2) ลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิที่ที่อยุธยา ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (.6118) มากกว่าลูกค้าอาชีพแม่บ้าน (.5394) และมากกว่าลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (.6546)

ตาราง 50 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตี้ยูธยา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.345	4	.336	4.700	.001*
	ภายในกลุ่ม	17.247	241	.072		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.061	4	.265	1.596	.176
	ภายในกลุ่ม	40.059	241	.166		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.623	4	.156	.637	.636
	ภายในกลุ่ม	58.855	241	.244		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	.440	4	.110	.525	.717
	ภายในกลุ่ม	50.467	241	.209		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.671	4	.168	1.307	.268
	ภายในกลุ่ม	30.944	241	.128		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.124	4	.531	2.501	.043*
	ภายในกลุ่ม	51.163	241	.212		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.399	4	.100	1.364	.246
	ภายในกลุ่ม	17.610	241	.073		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One way ANOVA ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ มี 2 ด้านแสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกันจึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 38-39

ตาราง 51 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า	10,001- 10,000	20,001- 20,000	30,001- 40,000	มากกว่า 40,000
		บาท	บาท	บาท	บาท
ต่ำกว่า10,000 บาท					
10,000-20,000 บาท			.1009*		
20,001-30,000 บาท					
30,000-40,000 บาท				.1492*	
มากกว่า 40,000 บาท		.1875*	.2884*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ามี 3 คู่ ได้แก่ 1.) ลูกค้าที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท (.1009) 2.)ลูกค้าที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท (.1492) 3.) ลูกค้าที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท (.1875) และมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท (0.2284)

ตาราง 52 ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้
บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามจำแนกตาม
รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท
ต่ำกว่า10,000 บาท		.3750*	.4473*		.5476*
10,000-20,000 บาท					
20,001-30,000 บาท					
30,000-40,000 บาท					
มากกว่า 40,000 บาท					
*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05					

จากตาราง 52 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้ำที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท (.3750) มากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท (.4473) และมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 บาท (.5476)

ตาราง 53 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตี้ยูธยา จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ		SS	df	Ms	F	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.328	2	.164	2.179	.115
	ภายในกลุ่ม	18.265	243	.075		
	รวม	18.592	245			
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.895	2	.948	5.870	.003*
	ภายในกลุ่ม	39.225	243	.161		
	รวม	41.120	245			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	9.015	2	4.507	21.704	.000*
	ภายในกลุ่ม	50.463	243	.208		
	รวม	59.478	245			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.023	2	.511	2.491	.085
	ภายในกลุ่ม	49.885	243	.205		
	รวม	50.908	245			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.768	2	.384	3.025	.050
	ภายในกลุ่ม	30.847	243	.127		
	รวม	31.615	245			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.336	2	1.668	8.115	.000*
	ภายในกลุ่ม	49.951	243	.206		
	รวม	53.287	245			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.191	2	.595	8.603	.000*
	ภายในกลุ่ม	16.818	243	.069		
	รวม	18.008	245			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One Way Anova ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig มากกว่า $\alpha=0.05$ จำนวน 3 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านพนักงาน แสดงว่า ลูกค้าสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาไม่ต่างกัน ส่วนค่า Sig น้อยกว่าค่า $\alpha=0.05$ จำนวน 3 ด้านคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แสดงว่าลูกค้าที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยาแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure เป็นรายด้านผลลัพธ์ดังตาราง 41-43

ตาราง 54 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			.3159*
สมรส			.3231*
หม้าย / หย่าร้าง			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่ามี 2 คู่ได้แก่ 1) ลูกค้าที่มีสถานภาพโสดมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง (.3159) และ 2) ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง (.3231)

ตาราง 55 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส	.4138*		.3357*
หม้าย / หย่าร้าง			

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่ามี 1 คู่ ได้แก่ ลูกค้ายที่มีสถานภาพสมรส มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้ายที่มีสถานภาพโสด (4138) และมากกว่าลูกค้ายที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง (.3357)

ตาราง 56 เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส	.2063*		
หม้าย / หย่าร้าง	.4083*		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's LSD procedure ระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่ามี 2 คู่ได้แก่ 1) ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรส มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพโสด (.2063) และ 2) ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง (.4083)