

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ 5) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาตั้งอยู่เลขที่ 69/3 ถนนสายเอเชียกิโลเมตรที่ 62 ตำบลบ้านหว้า อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 246 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบใช้สถิติแบบทดสอบค่าที (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยแบบทดสอบค่าเอฟ (F-test) เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธี Fisher's LSD procedure สรุปผล ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา

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

2. พฤติกรรมของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา

พฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง 101 ถึง 200 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคือการบริการรวดเร็วจำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 32.90 มีความถี่ในการใช้บริการ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 40.70 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 10.01-14.00 น.จำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 26.80 ระยะเวลาที่ใช้บริการ 31-60 นาที จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหาร คือ เพื่อนจำนวน

130 คนคิดเป็นร้อยละ 52.80

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา

ลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยแยกเป็นรายข้อพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอาหารร้อนสดใหม่ รสชาติความอร่อยของอาหาร ความสะอาด คุณค่าทางโภชนาการ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนตู้กดน้ำที่มีในชุดแสบปี่มีที่น่าสนใจอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยแยกเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าที่สั่งอาหารแบบบริการส่งอาหารถึงบ้านและสั่งอาหารโดยไม่ต้องลงจากรถอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนช่องทางสั่งอาหารที่เคาน์เตอร์ภายในร้านอยู่ในระดับมาก ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยแยกเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ด้านพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยแยกเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแยกเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าที่ได้รับการกล่าวต้อนรับและทักทายด้วยความเป็นมิตร รับรายการอาหารถูกต้อง แจ้งเวลาที่ลูกค้าจะได้รับอาหาร มีการแนะนำโปรโมชั่นใหม่ จัดอาหารและส่งมอบอาหารถูกต้อง ให้ใบเสร็จลูกค้าทุกครั้ง กล่าวเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการอีก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนขั้นตอนการกล่าวขอบคุณอยู่ในระดับปานกลาง และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยแยกเป็นรายข้อพบว่าการตกแต่งร้านและบรรยากาศการทำงานในร้านอยู่ในระดับมาก ส่วนเสียงเพลงภายในร้านอยู่ในระดับปานกลาง

4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า

4.1 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งต่างกันระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

4.2 เหตุผลที่ใช้บริการต่างกันระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางจัดจำหน่าย

4.3 ความถี่ในการใช้บริการต่างกันระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน

4.4 ช่วงเวลาในการใช้บริการต่างกันระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

4.5 ระยะเวลาในการใช้บริการต่างกันระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

4.6 บุคคลที่ร่วมใช้บริการต่างกันระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านกระบวนการให้บริการ

5. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า

5.1 เพศที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

5.2 อายุที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

5.3 อาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการ

5.4 รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

5.5 สถานภาพสมรสต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง 101-200 บาท มีเหตุผลในการใช้บริการคือการบริการรวดเร็ว ช่วงเวลาที่ให้บริการ 10.01-14.00 น. ระยะเวลาที่ใช้บริการ 31-60 นาที บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารคือเพื่อน อาจเนื่องมาจากช่วงเวลา 10.01-14.00 น. เป็นช่วงเวลาที่พักรับประทานอาหารกลางวัน และมีระยะเวลาที่จำกัด คือ ประมาณ 1 ชั่วโมง ลูกค้าและเพื่อนจึงใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตีอูธยา เพราะรวดเร็วและอาหารมีการจัดเป็นชุด คือเบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟรายส์ และเครื่องดื่มราคาชุดละ 102-150 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมชนก วัฒนากร (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการบริหารจัดการและการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารจานด่วน (Fast food) ของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและปทุมธานีผลการวิจัยพบว่าประชาชนที่มาบริโภคอาหารจานด่วนส่วนใหญ่เป็นเพศชายค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารจานด่วน 101-200 บาท และงานวิจัยของ ปองพรรณ พนมสารรินทร์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมบริโภคเฟรนช์ฟรายด์ร่วมกับไก่ทอดและเบอร์เกอร์ นอกจากนี้วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมสั่งแบบชุดประหยัด ใช้เวลาในการบริโภค 30 นาที-1 ชั่วโมง

2. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตีอูธยา ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาตรฐานเหมือนกันทุกวัน ส่วนตุ๊กตาที่มีในชุดแฮปปี้มีลน่าสนใจอยู่ในระดับมากอาจเนื่องมาจากมีการเปลี่ยนตุ๊กตาใหม่ทุกเดือน และมีลูกค้าสะสมตุ๊กตาของแมคโดนัลด์

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิฟตีอูธยาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการสั่งอาหารที่เคาน์เตอร์ภายในร้านอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากลูกค้าได้มีการสื่อสารแบบ 2 ทางกับพนักงานโดยตรงทำให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ ลูกค้าที่สั่งอาหารโดยไม่ต้องลงจากรถ ต้องใช้เวลาจำกัดในการเลือกสั่งอาหารทำให้รู้สึกว่าการรื้อรับเกินไปมีข้อจำกัดเรื่องเวลา และลูกค้า ใช้บริการส่งอาหารถึงบ้านมีขั้นตอนในการโทรสั่งที่ยุงยากในครั้งแรกต้องบอกรายละเอียดของที่พักร และจำกัดเรื่องพื้นที่ในการจัดส่ง บางครั้งลูกค้าต้องการสั่งอาหารแต่ไม่อยู่ในเขตพื้นที่จัดส่งของแมคโดนัลด์ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ มาลัยทิพย์ ปริกมวงส์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการส่งอาหารถึงที่ (Delivery) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่สร้างความรู้สึกพอใจให้แก่กลุ่มตัวอย่างมากที่สุด 3 อันดับแรก 1) การที่สามารถโทรศัพท์สั่งอาหารได้ง่าย 2) การที่ได้รับอาหารตรงตามที่สั่งไปทุกครั้ง 3) พนักงานที่รับโทรศัพท์สั่งอาหารและพนักงานส่งอาหารสุภาพให้บริการเป็นที่พอใจ

4. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลางอาจเนื่องมาจากลูกค้าจะได้รับข้อมูลด้านการตลาดของแมคโดนัลด์อย่างสม่ำเสมอ เช่น เมื่อมีโปรโมชันใหม่ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ ใบปลิวแจ้งสินค้าใหม่ โปสเตอร์ในร้านและป้ายตั้งหน้าร้านซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ สุพรรณนิการ์ เหมือนสน (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดส์ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่าโดยภาพรวมแล้วนักศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับความสำคัญมาก

5. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านพนักงานโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากพนักงานแต่งกายเรียบร้อยด้วยเครื่องแบบของบริษัท มีการบริการที่สุภาพ สื่อสารชัดเจนเข้าใจง่ายทำให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ต้องการซื้อ

6. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากลูกค้ารู้ถึงขั้นตอนที่พนักงานให้บริการ และพนักงานทำตามขั้นตอนจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจมาก ส่วนการกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งอยู่ในระดับปานกลางอาจเนื่องมาจากลูกค้ารู้สึกว่าเป็นการกล่าวขอบคุณตามหน้าที่ของพนักงานขาดความจริงใจ

7. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากบรรยากาศการทำงานในร้านสนุกสนาน พนักงานรู้สึกปลอดภัย การตกแต่งร้านทันสมัย สะอาด ส่วนเสียงเพลงในร้านอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากเป็นรายการเพลงและโฆษณาของแมคโดนัลด์ซึ่งเปิดเหมือนกันทุกวัน จะเปลี่ยนเป็นรายเดือน

8. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าซึ่งมีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

8.1 ลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ของแมคโดนัลด์เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกวัน ด้านการส่งเสริมการตลาดจัดทำโดยฝ่ายการตลาดของบริษัทซึ่งเหมือนกันทุกสาขา ด้านพนักงานบริษัทมีการคัดเลือกพนักงาน ฝึกอบรมพนักงานก่อนที่จะบริการลูกค้า พนักงานทุกคนบริการลูกค้าชาย และหญิง ด้วยมาตรฐานเดียวกัน ลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างเนื่องมาจากเพศชายต้องการความรวดเร็วมากและไม่ต้องการรายละเอียดส่วนเกินในการสนทนา ต้องการความสะดวก ไม่สนใจเสียงเพลงในร้านจึงชอบช่องทางการจัดจำหน่ายแบบสั่งอาหารโดยไม่ลงจากรถ (Drive thru) ซึ่งแตกต่างจากเพศหญิงต้องการบรรยากาศในการรับประทานอาหาร เสียงเพลง การตกแต่งร้าน กระบวนการให้บริการของพนักงานต้องเป็นขั้นตอน

8.2 ลูกค้ายที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน พบว่าลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 20 ปีมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าลูกค้าอายุระหว่าง 20-30 ปี อาจเนื่องมาจากลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่สนใจเรื่องกระบวนการขั้นตอนการบริการสนใจว่าได้รับอาหารครบตามที่ซื้อ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น เสียงเพลง การตกแต่งร้าน บรรยากาศการทำงานในร้าน เป็นสไตล์เดียวกับลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งแตกต่างกับลูกค้าอายุระหว่าง 20-30 ปี ที่มีประสบการณ์มากจึงมีความคาดหวังที่แตกต่างไป

8.3 ลูกค้ายที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน พบว่านักเรียน นักศึกษามีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาจเนื่องมาจากลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัวต้องการความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากกว่าอาหารประเภทเบอร์เกอร์ เช่น อาหารไทย อาหารจีน ซึ่งแตกต่างจากนักเรียน นักศึกษา ที่คุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ของแมคโดนัลด์

8.4 ลูกค้ายที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ลูกค้าอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน มากกว่าลูกค้าอาชีพนักเรียน นักศึกษา อาจเนื่องมาจากอาชีพธุรกิจส่วนตัวมุ่งเน้นผลกำไรของบริษัท จึงวิเคราะห์การตลาด และพนักงาน ของแมคโดนัลด์ว่าทำอย่างไรที่ลูกค้าพอใจ แล้วนำไปเป็นแนวทางในด้านการตลาดและพนักงานของบริษัทตนเอง จึงมีความพึงพอใจและสนใจด้านนี้มากกว่านักเรียน นักศึกษา

8.5 ลูกค้ายที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน แม้บ้านมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าลูกค้าอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน อาจเนื่องมาจากแม่บ้านมีความถี่ในการไปใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์น้อยจึงต้องการได้รับการบริการตามลำดับขั้นตอนเพื่อให้ได้อาหารที่ถูกต้องซึ่งต่างจากพนักงานบริษัทเอกชน ที่คิดว่าบางกระบวนการไม่ต้องการรู้เช่น การแจ้งเวลาที่จะได้รับอาหาร การแนะนำโปรโมชันใหม่เป็นการเสียเวลา

8.6 ลูกค้ายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อาจเนื่องมาจากลูกค้ายที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีกำลังในการซื้อมากกว่าจึงต้องการผลิตภัณฑ์ รสชาติความอร่อยที่หลากหลายมีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้นซึ่งแตกต่างจากลูกค้ายที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท

8.7 ลูกค้ายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ลูกค้ายที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์สาขาฟิทีทียูธยา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท อาจเนื่องมาจากลักษณะของร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา มีเสียงเพลง การตกแต่งร้าน และบรรยากาศไม่หรูหราจนเกินไปตรงตามความคิดของลูกค้ายที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จึงรู้สึกพึงพอใจ

8.8 ลูกค้ายที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยาแตกต่างกันด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลูกค้ายที่มีสถานภาพโสดมีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าลูกค้ายที่มีสถานภาพสมรสเพราะว่าสามารถใช้บริการได้สะดวกรวดเร็ว ส่วนลูกค้ายที่มีสถานภาพสมรสมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าลูกค้ายที่มีสถานภาพโสด และหม้าย/หย่าร้างเพราะว่ามีการจัดโปรโมชันทุกเดือนและมีชุดอาหารสำหรับเด็กซึ่งมีของเล่นรวมอยู่ในชุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงร้าน

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้ายผู้มาใช้บริการที่ร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางควรจะ

ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ควรมีการเพิ่มสารอาหารที่เป็นประโยชน์แก่ร่างกายให้ครบ 5 หมู่ และเพิ่มรายการอาหารให้มากขึ้น

1.2 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางควรขยายเวลาการส่งอาหารถึงบ้านและขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นในการส่งสินค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกไม่ต้องเสียเวลาไปทานข้างนอกบ้าน

1.3 ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ควรให้ความสำคัญต่อการโฆษณาสินค้าน่าสนใจ ทั้งนี้เป็นวิธีการที่เข้าถึงลูกค้าได้เร็วและสามารถครอบคลุมได้มาก เพิ่มการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามาใช้บริการบ่อยขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทราบปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการศึกษาและมีข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไปดังนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมและความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ สาขาฟิทีทียูธยา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สาขาเดียวเท่านั้นไม่มีการศึกษาที่สาขาอื่น ๆ ดังนั้นผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อไป ทำการศึกษาอย่างต่อเนื่องและควรจะศึกษาในสาขาต่าง ๆ ของแมคโดนัลด์