บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหารมายเวียดนามในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และระดับความความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการและผู้ศึกษา ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.6) มีอายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 50.7) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 69.8) ประกอบอาชีพในกลุ่มราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 29.2 25.1 และ 20.2 ตามลำดับ) และมีรายได้ 5,001-15,000 บาท (ร้อยละ 57.8)

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม

ลูกค้าร้านมายเวียดนามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เคยมารับประทานอาหารที่ร้านมายเวียดนาม (ร้อยละ 73.4) ส่วนกลุ่มที่มาใช้บริการครั้งแรก (ร้อยละ 26.6) ร้านอาหารเวียดนามที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับประทานบ่อยสุด คือ ร้านอาหารมายเวียดนาม (ร้อยละ 49.3) รองลงมาคือ ร้านวีทีแหนมเนือง มาดามเอี่ยน (ร้อยละ 25.6 และ 17.8) ความถี่ในการรับประทานอาหารเวียดนามส่วนใหญ่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง (ร้อยละ 54.1) วันที่รับประทานอาหารเวียดนามส่วนใหญ่จะไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับโอกาสต่างๆ ของผู้บริโภค (ร้อยละ 66.7) ใช้บริการช่วงเวลา 16.01-19.00 น. (ร้อยละ 41.5) และส่วนใหญ่นั่งรับประทานที่ร้าน (ร้อยละ 68.2) บุคคลที่ไปร่วมใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามมากที่สุดคือเพื่อน (ร้อยละ 48.7) รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัว (ร้อยละ 33.8) โดยจำนวนบุคคลที่ไปรับประทานในแต่ละครั้ง พบว่า ไปรับประทานครั้งละ 2-3 คน (ร้อยละ 39.6) และ 4-5 คน (ร้อยละ 34.8) ตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อครั้งเฉลี่ย 100-200 บาท (ร้อยละ 68.2) โดยลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามรู้จักร้านจากสถานที่ตั้งของร้าน และได้รับการแนะนำต่อจากกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการที่ร้านอาหารมายเวียดนามมาก่อน (ร้อยละ 53.3 และ 48.5) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม พบว่า ลูกค้ามีคะแนนความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เป็นลักษณะเด่นคือ ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ รสชาติของอาหาร และความสะอาดและความสดใหม่ของอาหาร

ปัจจัยด้านราคา ที่เป็นลักษณะเด่นคือ มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีราคาถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่เป็นลักษณะเด่นมีเพียงสาขาแม่วังคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย สะดวกต่อการเดินทาง และสถานที่จอดรถมีความสะดวกและเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เพราะร้านอาหารมายเวียดนามไม่ได้มีการจัดทำการส่งเสริมทางการตลาดให้กับลูกค้า จะมีเพียงสาขาแม่วังที่มีการให้ส่วนลดกับพนักงานร้านค้าใกล้เคียง จึงส่งผลให้สาขาดังกล่าวเกิดข้อเปรียบเทียบระหว่างลูกค้าในกลุ่มที่ไม่ได้รับส่วนลด เช่น กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ

ปัจจัยด้านบุคคล มีระดับคะแนนความพึงพอใจในบางหัวข้อและสาขาอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก จึงควรที่จะมีการจัดการเพื่อพัฒนาบุคลากร เช่น สาขาแม่วังกับสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีระดับคะแนนความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยเฉพาะเรื่องการยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน เมื่อพิจารณาภาพรวมของปัจจัยด้านบุคคล พบว่า สาขาแม่วังมีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดใน 3 สาขาของร้านอาหารมายเวียดนาม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีลักษณะเด่นมีเพียงสาขาแม่วังคือ การออกแบบและตกแต่งภายในมีความทันสมัย บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด มีการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย ป้ายร้านสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจน และมีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้เพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีลักษณะเด่นมีเพียงสาขาแม่วังคือ วิธีการสั่งอาหาร/เครื่องดื่มที่ไม่ยุ่งยาก และการได้รับอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้องตามรายการที่สั่ง

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม

จากการศึกษาระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม พบว่า ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยของร้านอาหารมายเวียดนาม มีระดับความสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการในระดับมาก ถ้าพิจารณาภาพรวมในแต่ละสาขา พบว่า สาขาแม่วังจะมีระดับความสำคัญที่สูงสุดใน 3 สาขา รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามลำดับ สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากถึงมากที่สุด โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะอาดของอาหาร รองลงมาคือ รสชาติของอาหาร ความสดใหม่ คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ ความหลากหลายของอาหารมีให้เลือกรับประทาน ขนาดของอาหารแต่ละเมนู ความเพียงพอของอาหารต่อความต้องการของลูกค้า ความสวยงามของอาหารน่ารับประทาน มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ และชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมาก โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีราคาถูกกว่าร้านอื่นที่มีระดับคุณภาพเท่ากัน และมีป้ายบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากถึงมากที่สุด โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางและสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย รองลงมาคือ สถานที่จอดรถมีความสะดวกและเพียงพอ และวันและเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความมีเหมาะสม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากถึงมากที่สุด โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีการให้ส่วนลดหรือให้ของแถม รองลงมาคือ มีการจัดทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล และมีการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากถึงมากที่สุด โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ รองลงมาคือ พนักงานมีมารยาท สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจและช่วยแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส และมีจำนวนพนักงานบริการลูกค้าอย่างเพียงพอต่อการให้บริการ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากถึงมากที่สุด โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ มีจำนวนโต๊ะเก้าอี้สำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด การจัดวางเก้าอี้ โต๊ะ และอุปกรณ์ภายในร้านเป็นระเบียบ การออกแบบและตกแต่งร้านมีความทันสมัย การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย ป้ายร้านสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจน และร้านกว้างขวาง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีระดับความสำคัญมากถึงมากที่สุด โดยเรื่องที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง รองลงมาคือ ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้อง ระยะเวลารออาหาร/เครื่องดื่มรวดเร็ว การคิดเงินมีความรวดเร็ว และวิธีการสั่งอาหาร/เครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก ตามลำดับ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดกับระดับความสำคัญที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามได้ประเมิน โดยเปรียบเทียบระดับคะแนนความสำคัญ 10 อันดับแรกกับคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารมายเวียดนาม (ตารางที่ 41-44) ส่วนปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีคะแนนความสำคัญต่ำสุด 10 อันดับกับคะแนนความพึงพอใจของร้านอาหารมายเวียดนาม (ตารางที่ 45-49) ดังนี้

ตารางที่ 41 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	การคิดเงินมีความถูกต้อง	ด้านกระบวนการ	4.24 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)
2	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์	ด้านลักษณะกายภาพ	4.21 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)
3	ความสะอาดของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มากที่สุด)	3.78 (มาก)
3	ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน	ด้านกระบวนการ	4.20 (มากที่สุด)	3.62 (มาก)
3	ความสะอาดของห้องน้ำ	ด้านลักษณะกายภาพ	4.20 (มากที่สุด)	3.56 (มาก)
6	ความสะอาดภายในร้าน	ด้านลักษณะกายภาพ	4.18 (มาก)	3.67 (มาก)
6	ความสดใหม่ของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)	3.78 (มาก)
6	รสชาติของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)	3.78 (มาก)
9	พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ	ด้านบุคคล	4.16 (มาก)	3.50 (มาก)
10	พนักงานมีมารยาท	ด้านบุคคล	4.15 (มาก)	3.54 (มาก)

จากตารางที่ 41 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกและคะแนนความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุดคือ การคิดเงินถูกต้อง (ด้านกระบวนการ) มีระดับความสำคัญ 4.22 คะแนน และมีระดับความพึงพอใจ 3.71 คะแนน รองลงมาคือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.21 คะแนน และมีระดับความพึงพอใจ 3.71 คะแนน ความสะอาดของอาหาร (ด้านลักษณะกายภาพ) ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน (ด้านกระบวนการ) และความสะอาด

ของห้องน้ำ (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.20 คะแนนเท่ากัน และมีระดับความพึงพอใจ 3.78 3.62 และ 3.56 คะแนน ตามลำดับ ความสะอาดภายในร้าน (ด้านลักษณะกายภาพ) ความสดใหม่ของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) และรสชาติของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.18 คะแนน และมีระดับความพึงพอใจ 3.67 3.78 และ 3.78 คะแนนตามลำดับ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ (ด้านบุคคล) มีระดับความสำคัญ 4.16 คะแนน และมีระดับความพึงพอใจ 3.50 คะแนน และพนักงานมีมารยาท (ด้านบุคคล) มีระดับความสำคัญ 4.15 คะแนนและมีระดับความพึงพอใจ 3.54 คะแนน

ตารางที่ 42 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์	ด้านลักษณะกายภาพ	4.02 (มาก)	3.69 (มาก)
1	การคิดเงินมีความถูกต้อง	ด้านกระบวนการ	4.02 (มาก)	3.64 (มาก)
3	ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน	ด้านกระบวนการ	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)
4	รสชาติของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)
5	การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้อง	ด้านกระบวนการ	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)
5	ความสดใหม่ของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)
7	วิธีการสั่งอาหาร/เครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก	ด้านกระบวนการ	3.96 (มาก)	3.62 (มาก)
7	พนักงานมีความสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ	ด้านบุคคล	3.96 (มาก)	3.44 (มาก)

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
7	พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ	ด้านบุคคล	3.96 (มาก)	3.31 (มาก)
7	ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง	ด้านการจัดจำหน่าย	3.96 (มาก)	3.62 (มาก)

จากตารางที่ 42 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกและคะแนนความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารมายเวียดนามสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุดคือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ (ด้านลักษณะกายภาพ) และการคิดเงินมีความถูกต้อง (ด้านกระบวนการ) มีระดับความสำคัญ 4.02 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.69 และ 3.64 คะแนน ตามลำดับ รองลงมาคือลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน (ด้านกระบวนการ) มีระดับความสำคัญ 4.00 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.51 คะแนน รสชาติของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 3.98 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.87 คะแนน การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้อง (ด้านกระบวนการ) และความสดใหม่ของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 3.97 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.71 และ 3.82 คะแนน ตามลำดับ และวิธีการสั่งอาหาร/เครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก (ด้านกระบวนการ) พนักงานมีความสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ (ด้านบุคคล) พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ (ด้านบุคคล) และที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.96 คะแนน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.62 3.44 3.31 และ 3.62 คะแนนตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขาแม่วัง

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขาตลาดแม่วัง	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	การคิดเงินมีความถูกต้อง	ด้านกระบวนการ	4.45 (มากที่สุด)	3.79 (มาก)
2	ความสะอาดของห้องน้ำ	ด้านลักษณะกายภาพ	4.40 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)
2	การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย	ด้านลักษณะกายภาพ	4.40 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)
4	ความสะอาดของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.38 (มากที่สุด)	3.78 (มาก)
5	ความสดใหม่ของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.37 (มากที่สุด)	3.80 (มาก)
6	รสชาติของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.36 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)
7	ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน	ด้านกระบวนการ	4.35 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)
7	การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้อง	ด้านกระบวนการ	4.35 (มากที่สุด)	3.91 (มาก)
7	พนักงานมีมารยาท	ด้านบุคคล	4.35 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)
7	บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด	ด้านลักษณะกายภาพ	4.35 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)

จากตารางที่ 43 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกและคะแนนความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารมายเวียดนามสาขาแม่วัง ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุดคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง (ด้านกระบวนการ) มีระดับความสำคัญ 4.45 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.79 คะแนน รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ (ด้านลักษณะกายภาพ) และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย

(ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.40 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.57 และ 4.02 คะแนน ตามลำดับ ความสะอาดของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.38 คะแนน และระดับอะแนนความพึงพอใจ 3.78 คะแนน ความสดใหม่ของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.37 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.80 คะแนน รสชาติของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.36 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.71 คะแนน และลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน (ด้านกระบวนการ) การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มถูกต้อง (ด้านกระบวนการ) พนักงานมีมารยาท (ด้านบุคคล) และบรรยากาศภายในร้านไม่แออัด (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.35 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.75 3.91 3.73 และ 4.02 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขามีโชคพลาซ่า

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขามีโชคพลาซ่า	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์	ด้านลักษณะกายภาพ	4.42 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)
2	มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่างเพียงพอ	ด้านลักษณะกายภาพ	4.31 (มากที่สุด)	3.62 (มาก)
3	ความสะอาดภายในร้าน	ด้านลักษณะกายภาพ	4.30 (มากที่สุด)	3.61 (มาก)
4	ความสะอาดของห้องน้ำ	ด้านลักษณะกายภาพ	4.27 (มากที่สุด)	3.52 (มาก)
5	ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน	ด้านกระบวนการ	4.26 (มากที่สุด)	3.61 (มาก)
5	การคิดเงินมีความถูกต้อง	ด้านกระบวนการ	4.26 (มากที่สุด)	3.69 (มาก)
5	มีการลดและให้ของแถม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.26 (มากที่สุด)	3.32 (ปานกลาง)

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขามีโชคพลาซ่า

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขามีโชคพลาซ่า	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
5	ความสะอาดของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.26 (มากที่สุด)	3.76 (มาก)
9	พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ	ด้านบุคคล	4.22 (มากที่สุด)	3.42 (มาก)
10	ความสดใหม่ของอาหาร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.20 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 44 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกและคะแนนความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารมายเวียดนามสาขามีโชคพลาซ่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงสุดคือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.42 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.67 คะแนน รองลงมาคือ มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.31 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.62 คะแนน ความสะอาดภายในร้าน (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.30 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.61 คะแนน ความสะอาดของห้องน้ำ (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 4.27 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.52 คะแนน ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน (ด้านกระบวนการ) การคิดเงินมีความถูกต้อง (ด้านกระบวนการ) มีการลดและให้ของแถม (ด้านการส่งเสริมการตลาด) และความสะอาดของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.26 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.61 3.69 3.32 และ 3.76 คะแนน ตามลำดับ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ (ด้านบุคคล) มีระดับความสำคัญ 4.22 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.42 คะแนน และความสดใหม่ของอาหาร (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.20 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.71 คะแนน

ตารางที่ 45 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีคะแนนต่ำสุด 10 อันดับและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต	ด้านราคา	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)
2	มีบทความแนะนำร้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
3	มีบริการจองโต๊ะ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.69 (มาก)	3.43 (มาก)
4	มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	ด้านการจัดจำหน่าย	3.76 (มาก)	3.45 (มาก)
5	มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
6	วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม	ด้านการจัดจำหน่าย	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)
6	มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน	ด้านราคา	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)
8	ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม	ด้านผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	3.62 (มาก)
9	มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.42 (มาก)
10	มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญ10 ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยสุดของร้านอาหารมายเวียดนามและระดับความพึงพอใจ พบว่าปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญน้อยสุดคือ สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต (ด้านราคา) มีระดับความสำคัญ 3.63 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.61 คะแนน รองลงมาคือ มีบทความ

แนะนำร้าน (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.67 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.30 คะแนน มีบริการจองโต๊ะ (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.69 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.43 คะแนน มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.76 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.45 คะแนน มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซด์ นิตยสาร (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.77 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.31 คะแนน วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ด้านการจัดจำหน่าย) และมีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.84 คะแนนเท่ากัน และมีระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.62 และ 3.66 คะแนนตามลำดับ ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 3.86 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.62 คะแนน มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 3.87 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.42 คะแนน และมีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.91 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.16 คะแนน

ตารางที่ 46 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีคะแนนต่ำสุด 10 อันดับและระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
1	มีบทความแนะนำร้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)
1	มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิ์พิเศษ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)
4	มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)
5	มีการลดและให้ของแถม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)
6	มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	ด้านการจัดจำหน่าย	3.74 (มาก)	3.44 (มาก)
7	พื้นที่ร้านกว้างขวาง	ด้านลักษณะกายภาพ	3.68 (มาก)	3.40 (มาก)
7	การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย	ด้านลักษณะกายภาพ	3.68 (มาก)	3.44 (มาก)
9	สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต	ด้านราคา	3.69 (มาก)	3.61 (มาก)
10	มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.71 (มาก)	3.39 (มาก)

จากตารางที่ 46 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญของร้านอาหารมายเวียดนาม 10 ปัจจัยย่อยที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยสุดของสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และระดับความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญน้อยสุดคือ มีการโฆษณาในสื่อ

ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีบทความแนะนำร้าน (ด้านการส่งเสริมการตลาด) และมีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.51 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.17 3.26 และ 3.11 คะแนน ตามลำดับ รองลงมาคือ การทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.57 คะแนน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.04 คะแนน มีการลดและให้ของแถม (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.58 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.08 คะแนน มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.74 คะแนน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.44 คะแนน พื้นที่ร้านกว้างขวาง (ด้านลักษณะกายภาพ) และการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 3.68 คะแนน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.40 และ 3.44 คะแนน ตามลำดับ สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต (ด้านราคา) มีระดับความสำคัญ 3.69 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.61 คะแนน และมีรายการอาหารใหม่นำเสนอ (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 3.71 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.39 คะแนน

ตารางที่ 47 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีคะแนนต่ำสุด 10 อันดับและระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขาแม่วัง

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขาแม่วัง	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต	ด้านราคา	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)
1	มีบริการจองโต๊ะ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.50 (มาก)	3.35 (มาก)
2	มีบทความแนะนำร้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60 (มาก)	3.45 (มาก)
3	มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	ด้านการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)
4	มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.80 (มาก)	3.45 (มาก)
5	วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม	ด้านการจัดจำหน่าย	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)
6	มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน	ด้านราคา	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
6	มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.00 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
7	ความสวยงามน่ารับประทาน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	3.56 (มาก)
7	ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน	ด้านผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 47 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญของร้านอาหารมายเวียดนาม 10 ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยสุดสาขาแม่วังและระดับความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญน้อยสุดคือ สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต (ด้านราคา) และมีบริการจองโต๊ะ (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.50 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.55 และ 3.35 คะแนน ตามลำดับ รองลงมาคือมีบทความแนะนำร้าน (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.60 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.45 คะแนน มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.70 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.55 คะแนน มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.80 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.45 คะแนน วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.85 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.70 คะแนน มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน (ด้านราคา) และมีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 4.00 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 4.20 และ 3.18 คะแนน ตามลำดับ และความสวยงามน่ารับประทาน (ด้านผลิตภัณฑ์) และความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 4.05 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.56 และ 3.90 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงคะแนนเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีคะแนนต่ำสุด 10 อันดับและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดสาขามีโชคพลาซ่า

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	สาขามีโชคพลาซ่า	
			ค่าเฉลี่ยของความสำคัญ (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ (ระดับความพึงพอใจ)
1	สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต	ด้านราคา	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)
2	มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน	ด้านราคา	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)
3	มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	ด้านการจัดจำหน่าย	3.83 (มาก)	3.44 (มาก)
4	ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม	ด้านผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)
5	ร้านกว้างขวาง	ด้านลักษณะกายภาพ	3.90 (มาก)	3.62 (ปานกลาง)
6	มีบทความแนะนำร้าน	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
7	มีบริการจองโต๊ะ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)	3.42 (มาก)
7	วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม	ด้านการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)	3.58 (มาก)
9	มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน	ด้านราคา	3.94 (มาก)	3.52 (มาก)
10	มีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน	ด้านราคา	3.97 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 48 แสดงคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญน้อยที่สุด 10 ปัจจัยย่อยของร้านอาหารมายเวียดนามสาขามีโชคพลาซ่าและระดับความพึงพอใจ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีความสำคัญน้อยสุดคือ สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต (ด้านราคา) มีระดับความสำคัญ 3.71 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.64 คะแนน รองลงมาคือมีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน (ด้านราคา) มีระดับความสำคัญ 3.73 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.68 คะแนน มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.83 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.44 คะแนน ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม (ด้านผลิตภัณฑ์) มีระดับความสำคัญ 3.86 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.61 คะแนน ร้านกว้างขวาง (ด้านลักษณะกายภาพ) มีระดับความสำคัญ 3.96 คะแนน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.62 คะแนน มีบทความแนะนำร้าน (ด้านการส่งเสริมการตลาด) มีระดับความสำคัญ 3.91 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.32 คะแนน มีบริการจองโต๊ะ (ด้านการจัดจำหน่าย) และวันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม (ด้านการจัดจำหน่าย) มีระดับความสำคัญ 3.92 คะแนนเท่ากัน และระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.42 และ 3.58 คะแนน ตามลำดับ มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน (ด้านราคา) มีระดับความสำคัญ 3.94 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.52คะแนน และมีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน (ด้านราคา) มีระดับความสำคัญ 3.97 คะแนนและระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.78 คะแนน

1. ปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม

ปัญหาภาพรวมของร้านอาหารมายเวียดนามที่ลูกค้าพบมากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ร้อยละ 29.8) รองลงมาคือ ด้านบุคคล (ร้อยละ 26.8) ด้านลักษณะกายภาพ (ร้อยละ 21.5) ด้านการจัดจำหน่าย (ร้อยละ 20.0) ด้านกระบวนการ (ร้อยละ 18.1) ด้านผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 16.3) และด้านราคา (ร้อยละ10.6) ตามลำดับ พิจารณาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ทางร้านไม่มีการจัดทำรายการอาหารใหม่มานำเสนอ (ร้อยละ 23.7) รองลงมาคือ รายการอาหารที่มีให้เลือกน้อยเกินไป (ร้อยละ 19.7) และอาหาร/ผักไม่สด (ร้อยละ 19.2) ตามลำดับ พิจาณาตามสาขา พบว่า สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นสาขาที่มีปัญหามากที่สุด (ร้อยละ 26.4) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า (ร้อยละ 18.8) ส่วนสาขาแม่วังมีปัญหาน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.7)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีการแสดงราคาติดบริเวณผนังข้างร้าน (ร้อยละ 16.5) รองลงมาคือ มีราคาแพงกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน (ร้อยละ 10.8) ถ้า

พิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาที่มีปัญหามากที่สุดคือ สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ร้อยละ 16.0) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า (ร้อยละ 12.6) ส่วนสาขาแม่วังมีปัญหาน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.2)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ เรื่องสถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ (ร้อยละ 33.2) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก (ร้อยละ 23.2) และที่ตั้งของร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง (ร้อยละ 22.6) พิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นสาขาที่มีปัญหามากที่สุด (ร้อยละ 28.9) รองลงมาคือสาขามีโชคพลาซ่า (ร้อยละ 20.4) ส่วนสาขาแม่วังมีปัญหาน้อยที่สุด (ร้อยละ 10.6) แต่ปัญหาที่พบในแต่ละสาขานั้นพบปัญหาที่แตกต่างกันไปอย่างชัดเจน เช่น ปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถและที่ตั้งของร้านเป็นปัญหาหลักของสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และสาขามีโชคพลาซ่า ส่วนสาขาแม่วัง พบว่าไม่มีการบริการจองโต๊ะเป็นปัญหาหลักเพราะสาขาดังกล่าวกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนทำงานในร้านหรือสำนักงานใกล้กับสาขาทำให้มีเวลาจำกัดในการรับประทานอาหาร จึงต้องการบริการการจองโต๊ะเพื่อลดเวลาการรอคิวในการเข้าใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีการส่งเสริมทางการตลาด เช่น ส่วนลดหรือของแถม (ร้อยละ 37.2) รองลงมาคือ ไม่มีการจัดทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาลพิเศษ (ร้อยละ 33.0) ไม่มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ (ร้อยละ 31.8) ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ (ร้อยละ 26.3) และไม่มีบทความแนะนำร้าน (ร้อยละ 20.7) ตามลำดับ จากปัญหาที่พบ มีสัดส่วนของลูกค้าผู้ประสบปัญหาในเรื่องดังกล่าวสูง เพราะร้านอาหารมายเวียดนามไม่มีการจัดทำการส่งเสริมการตลาด จึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่จะได้รับส่วนลด หรือการส่งเสริมการตลาดจากทางร้าน

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ (ร้อยละ 30.9) รองลงมาคือ พนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้า (ร้อยละ 30.2) และจำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ (ร้อยละ 29.2) จากสัดส่วนของผู้ที่ประสบปัญหาในแต่ละสาขา พบว่า สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นสาขาที่พบปัญหามากที่สุด รองลงมาคือสาขามีโชคพลาซ่า ส่วนสาขาแม่วังพบปัญหาน้อยสุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ไม่เพียงพอ (ร้อยละ 29.4) รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านแออัด (ร้อยละ 27.8) ห้องน้ำไม่สะอาด (ร้อยละ 25.1) พิจารณาตามสาขา พบว่า สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่จะมีปัญหาหลักที่ลูกค้าประสบปัญหาคือ ความแออัดของร้าน จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ สาขามีโชคมีปัญหาหลักคือห้องน้ำไม่สะอาด

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ การคิดเงินล่าช้า (ร้อยละ 29.2) รองลงมาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้า (ร้อยละ 27.4) โดยสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และสาขาแม่วังมีสัดส่วนของผู้ประสบปัญหามากกว่าสาขามีโชคพลาซ่าทั้ง 2 ปัญหา โดยเฉพาะปัญหาการได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้าที่สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบสัดส่วนของผู้ที่ประสบปัญหาถึงร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ สาขาแม่วัง (ร้อยละ 27.8) ส่วนสาขามีโชคพลาซ่า (ร้อยละ 15.6)

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของร้านอาหารมายเวียดนามที่มีสัดส่วนของผู้ที่ประสบปัญหาสูง พิจารณาตามสาขาสรุปได้ดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ (ร้อยละ 44.4) รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก ไม่มีการให้ส่วนลดหรือของแถม และร้านคับแคบเกินไป (ร้อยละ 43.3) ไม่มีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาลกับจำนวนเก้าอี้และโต๊ะไม่เพียงพอ (ร้อยละ 41.1) ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งไม่สะดวกต่อการเดินทาง ไม่มีการจัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ และการได้รับอาหาร/เครื่องดื่มช้า (ร้อยละ 38.9)

สาขาแม่วัง ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ การคิดเงินช้า (ร้อยละ 33.3) รองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดและให้ของแถม (ร้อยละ 31.6) การได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้า (ร้อยละ 27.8) ไม่มีการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ ขาดความเต็มใจและความเอาใจใส่ในการบริการลูกค้า และมีจำนวนพนักงานที่บริการไม่เพียงพอ (ร้อยละ 26.3)

สาขามีโชคพลาซ่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ (ร้อยละ 39.5) รองลงมาคือ ไม่มีการให้ส่วนลดและของแถม และไม่มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล (ร้อยละ 36.8) ห้องน้ำไม่สะอาด (ร้อยละ 32.5) ไม่มีการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ (ร้อยละ 30.3) พนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้า (ร้อยละ 28.6) พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ (ร้อยละ 27.3) ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร (ร้อยละ 26.3) จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ และภายในร้านไม่สะอาด (ร้อยละ 26.0)

อภิปรายผลการศึกษา

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและการวิเคราะห์ ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) ของร้านอาหารมายเวียดนาม 7 ปัจจัยคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (Person) ลักษณะทางกายภาพ (Physical) และกระบวนการ (Process) ที่ลูกค้ารับรู้หรือเกิดความความพึงพอใจหลังจากเข้าใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม และประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้ามีความคาดหวัง และปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดร้านอาหารมายเวียดนาม จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับคือ เรื่องความสะอาดของอาหาร รองลงมาคือ รสชาติของอาหารกับความสดใหม่ของอาหาร คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงอาหาร ความหลากหลายของเมนูอาหารที่ให้เลือกรับประทาน และขนาดของอาหารแต่ละเมนู ตามลำดับ โดยวัดความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับคือ ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกรับประทาน รองลงมาคือ อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า คุณภาพของวัตถุดิบ รสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร และความสดใหม่ของเมนูอาหาร จากปัจจัยย่อยข้างต้น พบว่า ลูกค้ามีความต้องการลองรับประทานอาหารเมนูใหม่ๆ เพราะรายการอาหารที่มีปัจจุบันกลุ่มลูกค้าเก่าเคยรับประทานหมดแล้ว และเรื่องความสด สะอาดของอาหารเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่ควรปรับปรุงโดยเฉพาะสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารกรณีศึกษา ภัตตาคารซูกิชิ โดยเฉพาะเรื่องความหลากหลายของรายการอาหารที่ลูกค้าอยากให้มีการเพิ่มเมนูพิเศษหรือเพิ่มรายการอาหารในร้านอาหารมายเวียดนาม และความสะอาดและความสดของวัตถุดิบ อย่างไรก็ตามกลุ่มลูกค้าของร้านอาหารมายเวียดนามกับร้านซูกิชินั้นมีประเภทอาหารนำเสนอที่แตกต่างกัน โดยร้านซูกิชิ จะเน้นอาหารประเภทปิ้งย่าง รูปแบบญี่ปุ่นกับเกาหลี ส่วนกรณีของร้านอาหารมังสวิรัติจะเป็นกลุ่มที่รับประทานอาหารที่มีองค์ประกอบของผักเป็นส่วนผสมหลัก ซึ่งพบว่า ลูกค้าที่รับประทานเป็นประจำเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ

ปัจจัยด้านราคา(Price)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับคือ ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีราคาถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน

และมีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน โดยความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดคือ มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน รองลงมาคือ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน ซึ่งพบว่า การตั้งราคาของร้านอาหารมายเวียดนามจะมีราคาถูกกว่าร้านอาหารเวียดนามอื่นๆที่มีคุณภาพที่เท่าเทียมกัน โดยลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เคยมาใช้บริการอยู่แล้ว ส่วนลูกค้าร้านอาหารซูกิชิจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เลือกรับประทานอาหารที่มีคุณภาพเป็นหลัก ถึงแม้ราคาของอาหารที่ร้านมีราคาสูง แต่ก็จะลดความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับคือ เรื่องที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ และวันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม ส่วนความพึงพอใจของปัจจัยย่อยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตได้ง่าย แต่ผลการศึกษาความพึงพอใจและการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบ พบว่า ร้านอาหารมายเวียดนามโดยเฉพาะสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่และสาขามีโชคพลาซ่าประสบปัญหาเรื่องที่ตั้งของร้านที่เดินทางไม่สะดวก เช่น สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีที่จอดรถจำนวนจำกัด และการเดินทางด้วยรถยนต์ไปร้านรถค่อนข้างติดโดยเฉพาะเวลาตอนเย็น ซึ่งพบว่าทำเลที่ตั้งของร้านอาหารมายเวียดนามจะมีการเลือกที่ตั้งของร้านแตกต่างจากของร้านอาหารซูกิชิที่มีร้านสาขาอยู่ในห้างสรรพสินค้า ทำให้ไม่มีผลกระทบเรื่องสถานที่จอดรถเหมือนกับร้านอาหารมายเวียดนามที่มีข้อจำกัดเรื่องที่จอดรถ ส่วนกรณีศึกษาร้านอาหารมังสวิรัติบริเวณถนนสีลม พบว่าที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้กับบริเวณที่ตั้งของหลายสำนักงาน ทำให้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้รถยนต์เพื่อการเดินทาง เพราะสามารถเดินไปใช้บริการที่ร้านได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับคือ มีการลดและให้ของแถม รองลงมาคือ มีการสมัครสมาชิกเพื่อที่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ และมีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาลต่างๆ โดยผลของการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับคือ มีการให้ส่วนลดและของแถม มีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาล และมีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆซึ่งผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามมีความเห็นว่าทางร้านควรจัดทำส่วนลดราคาหรือการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ แต่มีเพียงกลุ่มพนักงานสำนักงานที่ทำงานใกล้เคียงกับ

ร้านอาหารมายเวียดนามในสาขาแม่วังได้มีการให้ส่วนลด ทำให้กลุ่มที่ไม่ได้รับส่วนลดเกิดความไม่พึงพอใจที่มีการได้รับส่วนลดราคาหรือยกเว้นในระดับราคาที่ไม่เท่ากัน ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ค ที่ยังเข้าไม่ถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเก่า ส่วนร้านอาหารซูกิชิ ที่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต ที่เข้าถึงคนได้มากกว่า และร้านซูกิชิมีการจัดให้มีส่วนลดราคากับลูกค้าในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการน้อย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

ปัจจัยด้านบุคคล (Person)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจ รองลงมาคือ พนักงานมีมารยาท และพนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดคือ เรื่องพนักงานมีมารยาท รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่ พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า และจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ส่วนปัญหาที่พบคือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ พนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้า และมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับร้านอาหารซูกิชิที่มีการอบรมพนักงานเพื่อให้สามารถดูแลลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามจะมีความคาดหวังถึงบริการที่ดีจากพนักงานที่สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ และบริการลูกค้าอย่างเต็มใจ ส่วนของร้านอาหารซูกิชิจะใช้ระบบสายพานเข้ามาช่วยในการเสิร์ฟอาหาร และใช้พนักงานช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเท่านั้น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับคือ ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ ความสะอาดภายในร้าน มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่างเพียงพอ และการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อยโดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 5 อันดับคือ ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนโต๊ะและเก้าอี้ที่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า และบรรยากาศภายในร้านไม่แออัด จากปัจจัยข้างต้น พบว่า ทางร้านควรที่จะเพิ่มจำนวนเก้าอี้และโต๊ะ เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า แต่มีปัญหาเกี่ยวกับพื้นที่ภายในร้านที่มีอย่างจำกัด โดยเฉพาะสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีพื้นที่ของร้านอาหารใช้สอยในร้านอย่างจำกัดเมื่อเทียบกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการทำให้ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเรื่องความแออัดภายในร้านร่วมด้วย ส่วนร้านอาหารซูกิชิมีพื้นที่ของร้าน

จำกัดเช่นเดียวกับร้านอาหารมายเวียดนาม แต่ร้านอาหารซูกิชิตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าทำให้ลูกค้าสามารถเดินหรือทำกิจกรรมอื่นๆได้ระหว่างรอคิวในการรับบริการได้

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง รองลงมาคือ ลูกค้าได้รับการบริการอย่างเท่าเทียม และการได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้อง โดยปัจจัยย่อยของความพึงพอใจที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียม และได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้อง นอกจากนี้ พบว่า ปัญหาที่ร้านควรปรับปรุงคือ การคิดเงินให้มีความรวดเร็วเพิ่มขึ้นจากเดิม และระยะเวลาในการรออาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งพบว่า ด้านกระบวนการของร้านอาหารมายเวียดนามใช้เวลาในการดำเนินการที่นาน เพราะอาหารหลายๆเมนูมีการปรุงสุกใหม่ ซึ่งแตกต่างจากร้านอาหารซูกิชิ ที่มีรูปแบบร้านอาหารเป็นแบบบุฟเฟต์ที่ใช้ระบบสายพานและพื้นที่สำหรับวางอาหารประเภทที่ปรุงสำเร็จไว้บริการลูกค้า เพื่อช่วยลดระยะเวลาการรออาหารของลูกค้า และระบบการคิดเงินเป็นการคิดโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยคิดค่าใช้จ่ายให้อย่างเป็นระบบและรวดเร็ว ซึ่งต่างจากร้านอาหารมายเวียดนามที่คิดโดยการใช้พนักงานช่วยคิดค่าใช้จ่าย ซึ่งแต่ละโต๊ะจะมีเมนูอาหารที่ราคาแตกต่างกัน จึงใช้เวลาในการคิดค่าใช้จ่ายที่นานกว่าร้านอาหารซูกิชิ

ข้อค้นพบ

จากการการศึกษาเกี่ยวกับร้านอาหารมายเวียดนามเป็นร้านอาหารที่เหมาะกับกลุ่มผู้ที่ใส่ใจในสุขภาพ เพราะมีผักเป็นส่วนผสมหลักของอาหารในหลากหลายเมนู โดยลูกค้าของร้านอาหารมายเวียดนามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ และมีการบอกต่อหรือชักชวนเพื่อนฝูงมารับประทานด้วยกัน ตลอดจนรับประทานร่วมกับสมาชิกในครอบครัว โดยร้านอาหารมายเวียดนามทั้ง 3 สาขาประกอบด้วย สาขาแม่วัง สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสาขามีโชคพลาซ่า ซึ่งในแต่ละสาขาอยู่ในทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันออกไป ทำให้กลุ่มลูกค้าในแต่ละสาขามีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างออกไปเช่นกัน เช่น สาขาแม่วังมีลูกค้าเป็นกลุ่มพนักงานจากร้านค้าและสำนักงานที่อยู่ใกล้เคียงกับร้านอาหารมายเวียดนามและนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ส่วนสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีลูกค้าเป็นกลุ่มข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หรือสถานศึกษาใกล้เคียง ตลอดจนเจ้าหน้าที่ตำรวจ และสาขามีโชคพลาซ่ามีลูกค้าที่อยู่ในบริเวณตลาดมีโชคพลาซ่าและผู้ที่มาซื้อสินค้าหรือใช้บริการในตลาดดังกล่าว รวมไปถึงผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้เคียงที่ประกอบด้วยหมู่บ้านจัดสรรหลายโครงการ

ลักษณะเด่นของร้านอาหารมายเวียดนามคือ มีราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอาหารเวียดนามอื่นที่มีระดับของคุณภาพอาหารเท่ากัน มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน อาหารและวัตถุดิบมีความสดและสะอาด ขนาดของอาหารในแต่ละเมนูมีความเหมาะสมกับราคาและการรับประทานของลูกค้า และความหลากหลายของของรายการอาหารที่ให้เลือกรับประทาน

ส่วนเรื่องที่ร้านอาหารมายเวียดนามควรต้องปรับปรุงคือ การเพิ่มเมนูอาหารรายการใหม่ๆ หรืออาหารรายการพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆเพราะลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามที่มารับประทานเป็นประจำต้องการที่รับประทานอาหารรายการใหม่ๆ เพิ่มเติมจากที่มีอยู่ เรื่องถัดมาคือเรื่องสถานที่จอดรถที่ควรปรับปรุงโดยเฉพาะสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสาขามีโชคพลาซ่าให้มีความเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ควรมีการเพิ่มบริการรับซื้อหรือสั่งอาหารผ่านทางโทรศัพท์พร้อมทั้งบริการจัดส่งถึงที่และให้บริการรับจองโต๊ะสำหรับสมาชิกที่มารับประทานอาหารเป็นประจำ และปรับปรุงระบบกระบวนการจัดการต่างๆภายในร้านให้รวดเร็วและยืดหยุ่นมากขึ้น ซึ่งรวมไปถึงการทำงานทดแทนตำแหน่งกันได้ของพนักงานในแต่ละฝ่าย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่ได้จากลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม จังหวัดเชียงใหม่ได้ข้อสรุปหลักดังนี้

ภาพรวมของร้านอาหารมายเวียดนาม

1.การจัดให้ส่วนลดราคาหรือของแถมให้กับลูกค้า เช่น การจัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิส่วนลด เพราะจากปัญหาที่ร้านอาหารมายเวียดนามในบางสาขามีการให้ส่วนลดกับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่ไม่ได้รับส่วนลดมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่ยุติธรรมหรือไม่เท่าเทียมกันในการได้รับส่วนลด

2. การจัดสถานที่จอดรถ ควรที่จะจัดหาสถานที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งอาจไปขอใช้สถานที่บริเวณใกล้เคียง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยอาจทำเป็นข้อตกลงขอเช่าพื้นที่เพิ่มเติม เนื่องจากลูกค้าที่ไปรับประทานอาหารจะไปรับประทานเป็นหมู่คณะ ทำให้จำเป็นต้องมียานพาหนะเพื่อใช้ในการเดินทางไปรับประทานอาหาร ซึ่งปัจจัยเรื่องที่จอดรถเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร

3. การจัดทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาลเพื่อเป็นการตอบสนองให้กับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการรับประทานอาหารรายการใหม่ๆ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่รับประทานอาหารที่ร้านมายเวียดนามเป็นประจำต้องการที่รับประทานอาหารเมนูที่แปลกใหม่ ดังนั้นการจัดทำรายการอาหารพิเศษที่เป็นอาหารที่มีเฉพาะเทศกาลพิเศษเพิ่มเติมจากช่วงปกติ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความถี่ในการเข้าใช้บริการของ

ลูกค้าประจำ และช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้ากลุ่มใหม่ที่อยากทดลองรับประทานอาหารเวียดนามที่มีความหลากหลายในแต่ละเทศกาลได้

4. การจัดการอบรมให้กับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีศักยภาพ ความเข้าใจในด้านต่างๆ ของร้านอาหารมายเวียดนามเพิ่มขึ้น และเต็มใจบริการเสมือนเป็นธุรกิจของครอบครัวของพนักงาน เพื่อนำความรู้หรือประสบการณ์ที่ได้รับจากการอบรมไปใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสมให้กับลูกค้าในทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะพนักงานสามารถทำงานทดแทนตำแหน่งของกันและกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถทำงานได้หลากหลายทักษะ เช่น พนักงานสามารถรับรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งได้ พร้อมกับสามารถคิดเงินค่าใช้จ่ายได้อย่างแม่นยำ ตลอดจนการแก้ปัญหาหรือตอบคำถามจากข้อสงสัยของลูกค้าในเรื่องของเมนูอาหาร ราคา และระยะเวลาในการทำอาหารได้อย่างชัดเจน

5. เพิ่มจำนวนโต๊ะและเก้าอี้ให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และเพิ่มจำนวนของพนักงานให้สอดคล้องกับจำนวนโต๊ะที่บริการ เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ควบคู่กับการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาระบบการสั่งอาหาร และการคิดเงินให้รวดเร็วขึ้น เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามมีจำนวนมากเกินความสามารถของร้านที่จะตอบสนองลูกค้าในบางเวลา ทางร้านอาหารมายเวียดนามจึงควรที่จะพิจารณาให้มีการปรับปรุงร้านเพื่อให้เกิดความเหมาะสม โดยอาจมีการเพิ่มจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับลูกค้า แต่การเพิ่มจำนวนโต๊ะและเก้าอี้ควรคำนึงถึงพื้นที่ร้านที่มีจำกัด ดังนั้นจึงควรตัดสินใจเรื่องการจัดพื้นที่ใช้สอยของร้านร่วมกับรูปแบบการจัดร้านเพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัด

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า เป็นสาขาที่ลูกค้าประสบกับปัญหาในด้านต่างๆมากเป็นอันดับ 2 โดยปัญหาที่ร้านอาหารมายเวียดนามสาขาดังกล่าวควรมีการปรับปรุงประกอบด้วย

1. การเพิ่มจำนวนที่จอดรถ โดยพื้นที่บริเวณร้านอาหารมายเวียดนามในสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีพื้นที่จอดรถที่จำกัด เพราะร้านค้าข้างเคียงเป็นร้านอาหารที่จำเป็นต้องมีพื้นที่จอดรถให้กับลูกค้าเหมือนกัน ประกอบกับพื้นที่จอดรถที่มีอยู่น้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนลูกค้า จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบกับสาขาอื่นพบว่าสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีปัญหาเรื่องความไม่เพียงพอของที่จอดรถของลูกค้ามากที่สุด ทางร้านควรที่จะหาที่จอดรถเพิ่มเติม เช่น ขอเช่าพื้นที่เพื่อการจอดรถเพิ่มเติมให้กับลูกค้าในบริเวณใกล้เคียง

2. การจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนหรือจัดทำป้ายบอกทางให้เห็นชัดเจน เพราะที่ตั้งของร้านในสาขาดังกล่าวสามารถสังเกตเห็นได้ยาก เนื่องจากมีต้นไม้ และ

ร้านอาหารในบริเวณดังกล่าวหลายร้านที่เปิดอยู่ข้างเคียงและพื้นที่จอดรถหน้าร้านที่ทำให้ภูมิทัศน์ของร้านอาหารมายเวียดนามถูกบดบัง ทำให้ลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามในสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ไม่สามารถสังเกตเห็นร้านอาหารมายเวียดนามได้อย่างชัดเจน

3. การรับสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ส่วนลดราคาให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกได้รับส่วนลดหรือการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม เช่น การให้ส่วนลดเพิ่มเติมในช่วงเปิดภาคการศึกษาใหม่ เนื่องจากจะมีการจัดเลี้ยงนักศึกษาใหม่โดยนักศึกษารุ่นพี่ และในช่วงเทศกาลรับปริญญา เพื่อให้มีลูกค้าหน้าใหม่รู้จักร้านอาหารมายเวียดนามมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่ให้ความสนใจและใส่ใจต่อสุขภาพ

4. การดูแลและทำความสะอาดห้องน้ำ เนื่องจากลูกค้าที่รับประทานอาหารเวียดนามที่รับประทานผักทุกคนจะต้องไปล้างมือเพื่อทำความสะอาดมือก่อนรับประทานอาหาร เพื่อหยิบผักหรือหยิบอาหารและเครื่องปรุงต่างๆ เช่น แหนมเนือง เมื่อลูกค้าไปล้างมือหรือใช้บริการในห้องน้ำพบว่า ห้องน้ำไม่สะอาดทำให้ลูกค้าเกิดความกังวลเรื่องสุขอนามัยของผู้ที่มาใช้บริการและความสะอาดของอาหารที่รับประทาน

5. ควรปรับปรุงระบบการจัดการในร้านอาหารมายเวียดนาม เช่น ขั้นตอนการสั่งอาหารและเครื่องดื่มให้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม และพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถแก้ไขปัญหาและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ เนื่องจากร้านอาหารมายเวียดนามเน้นการปรุงอาหารที่สดใหม่ให้กับลูกค้า ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการประกอบอาหารในแต่ละเมนู จึงทำให้เกิดความล่าช้า และการอบรมพนักงานให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของร้านอาหารมายเวียดนามในหลายๆ ตำแหน่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในระบบของงานและสามารถทำงานได้หลากหลายทักษะ เช่น ในสถานการณ์ที่เร่งด่วนหรือเกิดเหตุสุดวิสัย

สาขาแม่วัง พบว่า ลักษณะเด่นของร้านอาหารมายเวียดนามสาขาแม่วังคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นและเดินทางได้ง่ายที่สุด สถานที่จอดรถสะดวกและความเพียงพอ การจัดวางองค์ประกอบภายในร้านและพื้นที่ร้านเหมาะสม ส่วนสิ่งที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติมมีดังนี้

1. การปรับปรุงระบบการคิดเงินให้มีความรวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามในสาขานี้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มพนักงานที่มารับประทานอาหารกลางวันที่ต้องกลับไปทำงานต่อหลังจากช่วงพักรับประทานอาหารกลางวัน

2. การจัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิส่วนลดหรือของแถมให้กับลูกค้า เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้รับส่วนลด เช่น นักศึกษามีข้อเสนอแนะที่ต้องการได้รับส่วนลดเหมือนกับกลุ่มพนักงานที่อยู่ใกล้เคียงร้านอาหารมายเวียดนาม เพราะนักศึกษายังอยู่ในวัยที่กำลังศึกษาจึงควรที่จะพิจารณาให้ส่วนลดกับนักศึกษาด้วย และเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันทุกกลุ่ม

3. การพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม และบริการลูกค้าแต่ละคนอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากทักษะในการแก้ไขปัญหาของพนักงานร้านอาหารมายเวียดนามยังไม่สามารถนำเสนอหรือแนะนำตลอดจนตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างชัดเจน และไม่สามารถทดแทนตำแหน่งกันได้ ในกรณีที่พนักงานบางตำแหน่งมีภาระงานมากเกินปกติ เช่น การคิดเงิน พนักงานทุกคนควรคิดเงินค่าอาหารให้กับลูกค้าได้อย่างแม่นยำได้

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า เป็นสาขาที่มีปัญหาที่พบมากที่สุด จึงมีสิ่งที่ควรปรับปรุงดังต่อไปนี้

1. การเพิ่มหรือจัดหาสถานที่จอดรถให้สอดคล้องและเหมาะสมกับจำนวนลูกค้า เนื่องจากพื้นที่ของสาขามีโชคพลาซ่าเป็นพื้นที่ที่มีการจัดตลาดนัด ดังนั้นจึงควรประสานงานเรื่องสถานที่จอดรถกับเจ้าของสถานที่ และควรแนะนำสถานที่จอดรถให้กับลูกค้าเพื่อลูกค้าจะได้จอดรถได้อย่างสะดวก

2. การสมัครสมาชิกเพื่อได้รับส่วนลดราคาหรือของแถมให้กับลูกค้า เนื่องจากร้านอาหารต่างๆ ในบริเวณใกล้เคียงมีการทำการส่งเสริมการตลาดอยู่สม่ำเสมอในแต่ละเทศกาลพิเศษ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ดังนั้นร้านอาหารมายเวียดนามจึงควรจัดให้มีระบบสมาชิกเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและได้รับสิทธิพิเศษเพิ่มเติม

3. การพัฒนาความสามารถและศักยภาพของพนักงาน เช่น ควรพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้า และเพิ่มความเอาใจใส่กับลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่จะได้รับเพียงเงินค่าจ้างหรือเงินเดือนเท่านั้น ทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ จึงควรสร้างแรงจูงใจในการทำงานโดยการจัดสรรเงินโบนัส หรือมีการให้รางวัลแก่พนักงานดีเด่นประจำเดือน

4. ควรหาช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดผลดีที่สุดในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ค ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ควรมีการให้สมัครสมาชิก โดยการกดปุ่มถูกใจ (Like) ในเฟซบุ๊ค เพื่อช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อแลกกับส่วนลดในการใช้บริการของร้านอาหารมายเวียดนาม

5. การเพิ่มจำนวนโต๊ะและเก้าอี้ให้สอดคล้องและเหมาะสมต่อจำนวนลูกค้า ซึ่งต้องคำนึงถึงข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ใช้สอยภายในร้านร่วมกัน เนื่องจากจำนวนลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามที่มีมากเกินความสามารถของร้านที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อาจมีการหาพื้นที่เพิ่มเติมเพื่อขยายร้าน เพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าที่มีมากกว่าจำนวนโต๊ะและที่นั่งในร้าน

6. ควรปรับปรุงและควรเพิ่มความเอาใจใส่เรื่องความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากลูกค้าบางรายพบว่าภาชนะหรืออุปกรณ์ภายในร้านบางครั้งไม่สะอาด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ควรลดจำนวนข้อคำถามในแบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม ตรวจทานแบบสอบถามแต่ละชุดว่าผู้ตอบแบบสอบถามตอบให้ครบทุกข้อคำถาม และควรมีการกระจายวันที่เก็บแบบสอบถามและกระจายเวลาที่เก็บแบบสอบถามให้ครอบคลุมในแต่ละช่วงเวลา จึงควรที่จะมีการฝึกอบรมพนักงานหรือจัดหาคนมาช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เพิ่มขึ้น เพื่อที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล ในแต่ละสาขาได้ในเวลาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก และลดเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล