

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านอาหารมายเวียดนาม
ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
- ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหาร
- ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม และข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	93	34.4
หญิง	177	65.6
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.6 เป็นเพศชาย ร้อยละ 34.4

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ

กลุ่มอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	18	6.7
21-30 ปี	136	50.7
31-40 ปี	49	18.3
41-50 ปี	31	11.6
51-60 ปี	29	10.8
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	5	1.9
รวม	268	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี ต่ำกว่าอายุ 20 ปี และ มากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.3 11.6 10.8 6.7 และ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	11.7
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	173	69.8
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	46	18.5
รวม	248	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 69.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 18.5 และ 11.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

กลุ่มอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	78	29.2
พนักงานเอกชน	67	25.1
นักเรียน/นักศึกษา	54	20.2
ธุรกิจส่วนตัว	36	13.5
รับจ้างทั่วไป	15	5.6
อื่นๆ(เช่น พ่อบ้าน/แม่บ้านเกษียณอายุ)	17	6.3
รวม	267	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มอาชีพในสังกัดราชการ/รัฐวิสาหกิจ ที่มีจำนวนผู้ตอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ กลุ่มพนักงานเอกชน นักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ (พ่อบ้าน/แม่บ้าน กลุ่มเกษียณอายุ) คิดเป็นร้อยละ 25.1 20.2 13.5 5.6 และ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	16	5.9
5,001-10,000 บาท	84	31.1
10,001-15,000 บาท	72	26.7
15,001-20,000 บาท	30	11.1
20,001-25,000 บาท	23	8.5
25,001-30,000 บาท	24	8.9
มากกว่า 30,000 บาท	21	7.8
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มที่มีระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 25,001-30,000 บาท 20,001-25,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท และไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 11.1 8.9 8.5 7.8 และ 5.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมาใช้บริการ

การมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามครั้งแรก	71	26.6
เคยมาใช้บริการ (มากกว่า 1 ครั้ง)	199	73.4
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 26.6 มาใช้บริการเป็นครั้งแรก ส่วนกลุ่มที่เคยมาใช้บริการแล้ว ร้อยละ 73.4

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านอาหารเวียดนามที่
รับประทานบ่อยที่สุด

ร้านอาหารเวียดนามที่รับประทานบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
มายเวียดนาม	133	49.3
วีทีแหนมเนือง	69	25.6
มาดามเอียน	48	17.8
อื่นๆ	20	7.4
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ร้านอาหารเวียดนามที่ไปรับประทานบ่อยที่สุดคือ ร้านอาหาร
มายเวียดนาม ร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ ร้านวีทีแหนมเนือง และร้านมาดามเอียน คิดเป็นร้อยละ
25.6 และ 17.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับประทาน
อาหารเวียดนาม

ความถี่ในการรับประทานอาหารเวียดนาม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	146	54.1
เดือนละ 2-3 ครั้ง	83	30.7
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	12	4.4
มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	6	2.2
อื่นๆ	23	8.5
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานอาหารเวียดนามโดย
เฉลี่ยน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
และ มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.7 4.4 และ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่รับประทานอาหารเช้า

วันที่รับประทานอาหารเช้า	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-พฤหัสบดี	35	13.0
ศุกร์	18	6.7
เสาร์	6	2.2
อาทิตย์	20	7.4
วันหยุดนักขัตฤกษ์	11	4.1
ไม่แน่นอน	180	66.7
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีวันไปรับประทานอาหารเช้า เวียดนามที่แน่นอน ร้อยละ 66.7 ส่วนวันที่มีการตอบสูงสุดคือช่วงวันจันทร์ถึงพฤหัสบดี ร้อยละ 13.0 รองลงมาคือ วันอาทิตย์ วันศุกร์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 7.4 6.7 4.1 และ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่มารับประทานอาหารเช้า

เวลาที่มารับประทานอาหารเช้า	จำนวน	ร้อยละ
10.00-13.00น.	51	18.9
13.01-16.00น.	36	13.3
16.01-19.00น.	112	41.5
19.01-22.00น.	60	22.2
อื่นๆ	11	4.1
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมารับประทานอาหารเวียตนามมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 16.01-19.00น. ร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 19.01-22.00น. 10.00-13.00น. 13.01-16.00น. และอื่นๆ (ไม่มีเวลาที่ให้บริการแน่นอนขึ้นอยู่กับโอกาส) คิดเป็นร้อยละ 22.2 18.9 13.3 และ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบในการรับประทานอาหาร

รูปแบบในการรับประทานอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
นั่งรับประทานในร้าน	182	68.2
ซื้อกลับบ้าน	17	6.4
ทั้งสองแบบ	68	25.5
รวม	267	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานที่ร้าน ร้อยละ 68.2 รองลงมาคือ ทั้งซื้อกลับบ้านและนั่งรับประทาน และซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 6.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ไปใช้บริการด้วย

บุคคลที่ไปใช้บริการที่ร้านอาหารมาเวียตนามด้วย	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	15	5.6
สมาชิกในครอบครัว	91	33.8
แฟน/คู่รัก	27	10.0
เพื่อน	131	48.7
อื่นๆ	5	1.9
รวม	269	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า บุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารมาเวียดนามด้วย พบว่า ไปกับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ ไปกับสมาชิกในครอบครัว แฟน/คู่รัก และไปคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 33.8 10.0 และ 5.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุคคลที่มักจะไปรับประทานอาหารเวียดนาม

จำนวนบุคคลที่มักจะไปรับประทานอาหารเวียดนามด้วยกัน	จำนวน	ร้อยละ
1คน	10	3.7
2 - 3 คน	107	39.6
4 – 5 คน	94	34.8
มากกว่า 5 คน	59	21.9
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะไปรับประทานอาหารกับบุคคลอื่นจำนวน 2 - 3 คน มากที่สุด ร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ 4 - 5 คน มากกว่า 5 คน และไปคนเดียว ร้อยละ 34.8 21.9 และ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งในการรับประทานอาหารเวียดนาม

ค่าใช้จ่ายต่อคนที่ใช้ในการรับประทานอาหารเวียดนามต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	13	4.8
100-150 บาท	98	36.3
151-200 บาท	86	31.9
201-300 บาท	57	21.1
อื่นๆ(ไม่แน่นอน บางครั้งมีคนเลี้ยง)	16	5.9
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายต่อคนที่ใช้ในการรับประทาน อาหารเวียดนามต่อครั้ง เฉลี่ย 100-150 บาท ร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ 151-200 บาท 201-300 บาท อื่นๆ (ไม่แน่นอน มีคนเลี้ยง) และน้อยกว่า 100 บาท ร้อยละ 31.9 21.1 5.9 และ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โอกาสที่รับประทาน อาหาร

โอกาสที่รับประทานอาหารเวียดนาม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีโอกาสพิเศษ	187	69.3
รับประทานอาหารนอกบ้านกับบุคคลในครอบครัว	68	25.2
เลี้ยงรับรองแขก/ลูกค้า	32	11.9
เลี้ยงฉลองในโอกาสสำคัญ	20	7.4

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสพิเศษในการ รับประทานอาหารเวียดนาม ร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ รับประทานอาหารนอกบ้านร่วมกับบุคคล ในครอบครัว เลี้ยงรับรองแขก/ลูกค้า และเลี้ยงฉลองในโอกาสสำคัญ ร้อยละ 25.2 11.9 และ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางที่รู้จักร้านอาหาร มายเวียดนาม

ช่องทางที่รู้จักร้านอาหารมายเวียดนาม	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งร้าน	144	53.3
ผู้อื่นแนะนำ	131	48.5
แผ่นพับ โฆษณา	38	14.1
นิตยสาร	7	2.6
เว็บไซต์	5	1.9

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านอาหารมายเวียดนามจากสถานที่ตั้งของร้านมากที่สุด ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ผู้แนะนำ แผ่นพับ โฆษณา นิตยสาร และเว็บไซต์ ร้อยละ 48.5 14.1 2.6 และ 1.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านมายเวียดนามในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ในส่วนนี้จะนำเสนอคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจและระดับความพึงพอใจที่ได้จากการแปลค่าของคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจ ในแต่ละปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาด และคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 10 ปัจจัยย่อย
2. ปัจจัยด้านราคา 5 ปัจจัยย่อย
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 6 ปัจจัยย่อย
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5 ปัจจัยย่อย
5. ปัจจัยด้านบุคคล 6 ปัจจัยย่อย
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ 10 ปัจจัยย่อย
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ 6 ปัจจัยย่อย

ตารางที่ 17 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
2. รสชาติของอาหาร	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
3. ความสะอาดของอาหาร	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
4. ความสดใหม่ของอาหาร	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)
5. ขนาดของอาหารแต่ละเมนู	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)
6. ความสวยงามน่ารับประทาน	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
7. ความหลากหลายของอาหารที่ให้ เลือกรับประทาน	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)
8. อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อ ความต้องการของลูกค้า	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)
9. มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ	3.39 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)	3.44 (มาก)	3.42 (มาก)
10.ชื่อเสียงของร้านอาหารมาย เวียดนาม	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)
ภาพรวม	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 17 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทาง
การตลาดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ความหลากหลาย
ของอาหารที่มีให้เลือกรับประทานมีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.83 คะแนน (ระดับมาก)
รองลงมาคือ อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 3.80 คะแนน (ระดับมาก)

คุณภาพของวัตถุดิบ รสชาติอาหาร ความสะอาดของอาหาร และความสดใหม่ของอาหาร 3.78 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ขนาดของอาหารแต่ละเมนู 3.77 คะแนน (ระดับมาก) ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.62 คะแนน (ระดับมาก) ความสวยงามน่ารับประทาน 3.56 คะแนน (ระดับมาก) และมีรายการอาหารใหม่นำเสนอ 3.42 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ หากพิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.39-3.87 คะแนน โดยปัจจัยย่อยที่มีลักษณะเด่นประกอบด้วย รสชาติของอาหาร 3.87 คะแนน (ระดับมาก) คุณภาพของวัตถุดิบ 3.85 คะแนน (ระดับมาก) ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน 3.83 คะแนน (ระดับมาก) ความสดใหม่ของอาหารและอาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 3.82 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ความสะอาดของอาหาร 3.81 คะแนน (ระดับมาก) ขนาดของอาหารแต่ละเมนู 3.67 คะแนน (ระดับมาก) ความสวยงามน่ารับประทาน 3.63 คะแนน (ระดับมาก) และชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.61 คะแนน (ระดับมาก) มีรายการอาหารใหม่มาแนะนำเสนอ 3.39 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.44-3.90 คะแนน โดยปัจจัยย่อยที่มีลักษณะเด่นประกอบด้วยความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน 3.90 คะแนน (ระดับมาก) ขนาดของอาหารแต่ละเมนู 3.88 คะแนน (ระดับมาก) อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 3.85 คะแนน (ระดับมาก) ความสดใหม่ของอาหาร 3.80 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของอาหาร 3.78 คะแนน (ระดับมาก) คุณภาพของวัตถุดิบ 3.73 คะแนน (ระดับมาก) รสชาติของอาหาร 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.63 คะแนน (ระดับมาก) ความสวยงามน่ารับประทาน 3.56 คะแนน (ระดับมาก) และการเพิ่มรายการอาหารใหม่ 3.44 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.44-3.78 คะแนน โดยปัจจัยย่อยที่มีลักษณะเด่นประกอบด้วยขนาดของอาหารแต่ละเมนู 3.78 คะแนน (ระดับมาก) คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้กับรสชาติของอาหารและความสะอาดของอาหารความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน 3.76 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ความสดใหม่ของอาหารกับอาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.61 คะแนน (ระดับมาก) ความสวยงามน่ารับประทาน 3.50 คะแนน (ระดับมาก) และการเพิ่มรายการอาหาร 3.44 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสาขาแม่วังมีคะแนนเฉลี่ย 3.73 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ส่วนสาขามี

โซคพลาซ่ามีคะแนนเฉลี่ย 3.68 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีคะแนนสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์คือ ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกรับประทาน 3.83 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีปริมาณอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีคะแนนเฉลี่ย 3.80 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนหัวข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ การเพิ่มรายการอาหารใหม่มาเสนอ 3.42 คะแนน (ระดับมาก)

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่เป็นลักษณะเด่นของร้านอาหารมาเวียคนามคือ มีเมนูอาหารที่หลากหลาย และมีปริมาณอาหารที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า แต่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการให้มีเมนูอาหารใหม่เพื่อมาเสนอให้ลูกค้าได้รับประทานอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 18 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านราคา	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโซคพลาซ่า	ภาพรวม
1.มีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)
2.มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.83 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.86 (มาก)
3.มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน	3.87 (มาก)	4.02 (มาก)	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)
4.มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
5.สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)
ภาพรวม	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 18 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดคือมีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน 3.90 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 3.86 คะแนน (ระดับมาก) ราคาถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน 3.79 คะแนน (ระดับมาก)

ส่วนการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน 3.66 คะแนน (ระดับมาก) และเรื่องที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำสุดคือ การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 3.61 คะแนน (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแยกตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.61-3.87 คะแนน โดยปัจจัยย่อยด้านราคาในหัวข้อการมีป้ายเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน 3.87 คะแนน (ระดับมาก) มีระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 3.83 คะแนน (ระดับมาก) และมีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน 3.70 คะแนน (ระดับมาก) เป็นปัจจัยย่อยที่มีลักษณะเด่นในสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน 3.66 คะแนน (ระดับมาก) และการสามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต 3.61 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.55-4.02 คะแนน โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือ มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน 4.02 คะแนน (ระดับมาก) มีระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 3.96 คะแนน (ระดับมาก) และมีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน 3.90 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้านและสามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิตโดยมีระดับคะแนนความพึงพอใจต่ำที่สุด 3.55 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคปลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.64-3.82 คะแนน โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีเมนูรายการอาหารอย่างชัดเจนเป็นลักษณะเด่นของสาขามีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.82 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมา คือมีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกันและระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 3.78 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ส่วนการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน 3.68 คะแนน (ระดับมาก) และการสามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต 3.64 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาปัจจัยด้านราคาในแต่ละปัจจัยย่อย จำแนกตามสาขาต่างๆของร้านอาหารมายเวียดนาม พบว่า สาขาแม่วังมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุด 3.80 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขามีโชคปลาซ่า 3.74 คะแนน (ระดับมาก) และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.73 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

ถ้าพิจารณาคะแนนภาพรวมของร้านอาหารมายเวียดนามในแต่ละปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า การมีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจนเป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุด 3.90 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ 3.86 คะแนน (ระดับมาก) และมีราคาถูกกว่าร้านอาหารอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน 3.79 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการแสดงป้ายราคาติดบนผนังข้างร้าน 3.66 คะแนน (ระดับมาก) และการชำระเงิน

ด้วยบัตรเครดิต 3.61 คะแนน (ระดับมาก) เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยน้อยกว่าในปัจจัยย่อยอื่นๆ ในปัจจัยราคา

ตารางที่ 19 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.62 (มาก)	3.85 (มาก)	3.53 (มาก)	3.61 (มาก)
2.ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	3.56 (มาก)	3.95 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)
3.มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	3.44 (มาก)	3.55 (มาก)	3.44 (มาก)	3.45 (มาก)
4.มีบริการจองโต๊ะ	3.46 (มาก)	3.35 (มาก)	3.42 (มาก)	3.43 (มาก)
5.วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)
6.สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.20 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.40 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ภาพรวม	3.49 (มาก)	3.71 (มาก)	3.49 (มาก)	3.51 (มาก)

จากตารางที่ 19 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดคือ วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม มีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.62 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง 3.61 คะแนน (ระดับมาก) ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 3.60 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนการบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่มีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.45 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนการมีบริการจองโต๊ะ มีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.43 คะแนน (ระดับมาก) และส่วนสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอมีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.35 คะแนน (ระดับปานกลาง) พิจารณาตามสาขาได้ผลดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.20-3.63 คะแนน โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ วันเวลาเปิด-ปิด มีความเหมาะสม มีคะแนนความพึงพอใจ 3.63 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือสถานที่ตั้งร้านอยู่ในที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง 3.62 คะแนน (ระดับมาก) ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 3.56 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการจองโต๊ะ 3.46 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ 3.44 คะแนน (ระดับมาก) และปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่จอดรถมีอย่างเพียงพอมีระดับคะแนนต่ำสุด 3.20 คะแนน (ระดับปานกลาง)

สาขาแม่วัง พบว่า ระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.35-3.95 คะแนน โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่เป็นลักษณะเด่นคือ สถานที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 3.95 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางกับสถานที่จอดรถมีความเพียงพอ 3.85 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน วันเวลาเปิดปิดให้บริการมีความเหมาะสม 3.70 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ 3.55 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องการมีบริการจองโต๊ะเป็นหัวข้อที่มีระดับคะแนนต่ำสุด 3.35 คะแนน (ระดับปานกลาง)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.40-3.58 คะแนน โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีคะแนนสูงสุดของสาขาคือ เวลาเปิด-ปิดมีความเหมาะสม 3.58 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือสถานที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 3.56 คะแนน (ระดับมาก) ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 3.53 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และบริการจัดส่งถึงที่ 3.44 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการจองโต๊ะ 3.42 คะแนน (ระดับมาก) และส่วนปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอมีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.40 คะแนน (ระดับมาก)

จากการศึกษาปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในแต่ละปัจจัยย่อยจำแนกตามสาขาต่างๆ ของร้านอาหารมายเวียดนาม พบว่า สาขาแม่วังมีระดับความพึงพอใจสูงสุด 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสาขามีโชคพลาซ่ามีคะแนนความพึงพอใจ 3.49 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน จะเห็นว่าระดับคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยการจัดจำหน่ายมีระดับคะแนนในแต่ละปัจจัยย่อยแตกต่างกันตามสาขา เพราะสถานที่ตั้งของร้านและข้อจำกัดเรื่องลักษณะของพื้นที่และที่จอดรถ เช่น สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จะมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่จอดรถที่มีอยู่อย่างจำกัด ส่วนสาขาแม่วังจะมีพื้นที่สำหรับจอดรถที่มีความเพียงพอมากที่สุด ใน 3 สาขา

ตารางที่ 20 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.มีบทความแนะนำร้าน	3.26 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
2.มีการโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น เว็บไซต์ นิตยสาร	3.17 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
3.มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.11 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
4.มีการลดราคาและให้ของแถม	3.08 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
5.มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล	3.04 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ภาพรวม	3.13 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร 3.31 คะแนน (ระดับปานกลาง) รองลงมาคือ มีบทความแนะนำร้าน 3.30 คะแนน (ระดับปานกลาง) การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ 3.28 คะแนน (ระดับปานกลาง) การลดราคาและให้ของแถม 3.23 คะแนน (ระดับปานกลาง) และการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล 3.16 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.04-3.26 คะแนน (ระดับปานกลาง) โดยปัจจัยย่อยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ มีบทความแนะนำร้าน 3.26 คะแนน (ระดับปานกลาง) รองลงมาคือ การมีโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร 3.17 คะแนน (ระดับปานกลาง) การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ 3.11 คะแนน (ระดับปานกลาง) การลดราคาและให้ของแถม 3.08 คะแนน (ระดับปานกลาง) และการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล 3.04 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.18-3.45 คะแนน มีระดับคะแนนอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบทความแนะนำร้าน และการมีโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร 3.45 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน รองลงมาคือ การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ 3.37 คะแนน (ระดับปานกลาง) การลดราคาและให้ของแถม 3.30 คะแนน (ระดับปานกลาง) และการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล 3.18 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ

สาขามีโชคลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.24-3.38 มีระดับคะแนนในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร 3.38 คะแนน (ระดับปานกลาง) รองลงมาคือ การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ 3.37 คะแนน (ระดับปานกลาง) การลดราคาและให้ของแถม กับมีบทความแนะนำร้าน 3.32 คะแนน (ระดับปานกลาง) เท่ากัน และในการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล 3.24 คะแนน (ระดับปานกลาง)

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า สาขาแม่วังมีระดับคะแนนสูงสุด 3.35 คะแนน (ระดับปานกลาง) รองลงมาคือ สาขามีโชคลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.33 คะแนน (ระดับปานกลาง) และ 3.13 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ จากระดับคะแนนที่ได้จากการศึกษาจะเห็นว่าระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยในด้านการส่งเสริมการตลาดจะมีระดับคะแนนเฉลี่ยระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่เพราะร้านอาหารมายเวียดนามไม่ได้มีการจัดทำกรส่งเสริมการตลาดมากนัก จะมีเพียงสาขาแม่วังที่มีการจัดทำส่วนลดให้กับลูกค้าที่ทำงานบริเวณใกล้เคียงกับร้านมายเวียดนามในสาขาดังกล่าวที่ได้รับส่วนลด 10 เปอร์เซ็นต์ แต่จากการให้ส่วนลดในสาขาแม่วัง ทำให้มีลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่ได้รับส่วนลด เช่น นักศึกษาที่ใช้บริการในสาขาดังกล่าวให้ข้อเสนอแนะว่าควรที่จะให้ส่วนลดกับนักศึกษาด้วย

ตารางที่ 21 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยทางด้านบุคคล	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	3.29 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.50 (มาก)	3.48 (มาก)
2. พนักงานมีมารยาท	3.40 (มาก)	3.73 (มาก)	3.49 (มาก)	3.54 (มาก)
3. พนักงานมีความสามารถในการแก้ไข ปัญหาของลูกค้า	3.31 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)	3.47 (มาก)
4. พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจใน การบริการ	3.44 (มาก)	3.63 (มาก)	3.42 (มาก)	3.50 (มาก)
5. พนักงานมีความสามารถสื่อสารกับลูกค้า ได้เข้าใจ	3.44 (มาก)	3.68 (มาก)	3.34 (มาก)	3.49 (มาก)
6. มีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.42 (มาก)	3.58 (มาก)	3.38 (มาก)	3.46 (มาก)
ภาพรวม	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.44 (มาก)	3.49 (มาก)

จากตารางที่ 21 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีมารยาท 3.54 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่ 3.50 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ 3.49 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส 3.48 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า 3.47 คะแนน (ระดับมาก) และมีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอมีระดับคะแนนที่น้อยที่สุด 3.46 คะแนน (ระดับมาก) หากพิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.29-3.44 คะแนน (ระดับปานกลางถึงมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขา คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการกับพนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ 3.44 คะแนนเท่ากัน (ระดับมาก) รองลงมาคือมีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ 3.42 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีมารยาท 3.40 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีความสามารถในการ

แก้ไขปัญหาของลูกค้า 3.31 คะแนน (ระดับปานกลาง) พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส 3.29 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.58-3.73 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ พนักงานมีมารยาท 3.73 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือพนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ 3.68 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส 3.66 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ 3.63 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า 3.61 คะแนน (ระดับมาก) และส่วนเรื่องจำนวนพนักงานที่มีอยู่อย่างเพียงพอมีระดับคะแนนความพึงพอใจที่น้อยที่สุด 3.58 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.34-3.50 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสกับพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ 3.50 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน พนักงานมีมารยาท 3.49 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ 3.42 คะแนน (ระดับมาก) จำนวนพนักงานที่มีอยู่อย่างเพียงพอ 3.38 คะแนน (ระดับปานกลาง) ส่วนเรื่องที่มีคะแนนต่ำที่สุดคือ พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ 3.34 คะแนน (ระดับปานกลาง)

จากการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของร้านอาหารมายเวียดนามในปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของสาขาแม่วังมีระดับคะแนนสูงสุด 3.65 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีระดับคะแนน 3.44 คะแนน (ระดับมาก) และ 3.38 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านบุคคลในแต่ละหัวข้อ จะเห็นว่าสาขาแม่วังจะมีระดับคะแนนมากกว่าสาขาอื่นๆที่หัวข้อ

ตารางที่ 22 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยทางด้านลักษณะกายภาพ	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.ร้านกว้างขวาง	3.40 (มาก)	3.91 (มาก)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)
2.ป้ายหน้าร้านสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจน	3.46 (มาก)	3.97 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)
3.การออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัย	3.49 (มาก)	4.09 (มาก)	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)
4.บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด	3.36 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)
5.การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.46 (มาก)	4.02 (มาก)	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)
6.มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่างเพียงพอ	3.43 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)
7.การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย	3.44 (มาก)	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)
8.ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)
9.ความสะอาดภายในร้าน	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)
10.ความสะอาดของห้องน้ำ	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.54 (มาก)
ภาพรวม	3.49 (มาก)	3.85 (มาก)	3.61 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 22 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ระดับมาก) ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดคือ การออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัย 3.76 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ เรื่องป้ายหน้าร้านสวยงามและมองเห็นได้ง่ายกับความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์

3.71 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน การจัดวางโต๊ะเก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย 3.69
 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดภายในร้าน 3.67 คะแนน (ระดับมาก) ร้านกว้างขวางและ
 บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด 3.64 คะแนน (ระดับมาก) มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่าง
 เพียงพอ 3.62 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของห้องน้ำ 3.54 คะแนน (ระดับมาก) และการแต่ง
 กายของพนักงานเรียบร้อย 3.58 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาที่ศึกษาได้ผลดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง
 3.36-3.69 คะแนน (ระดับปานกลางถึงมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ
 ความสะอาดของภาชนะ/ อุปกรณ์ 3.69 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือความสะอาดภายในร้าน
 3.66 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของห้องน้ำ 3.52 คะแนน (ระดับมาก) การออกแบบและ
 ตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัย 3.49 คะแนน (ระดับมาก) ป้ายหน้าร้านสวยงามและมองเห็นได้
 ง่าย 3.46 คะแนน (ระดับมาก) การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 3.44 คะแนน (ระดับมาก) มี
 จำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่างเพียงพอ 3.43 คะแนน (ระดับมาก) และร้านกว้างขวาง 3.40
 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนเรื่องบรรยากาศภายในร้านไม่แออัดเป็นปัจจัยย่อยที่มีคะแนน
 ต่ำสุดในปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ 3.36 คะแนน (ระดับปานกลาง)

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.57- 4.09 คะแนน
 (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดของสาขาคือ การออกแบบภายในมี
 ความทันสมัย 4.09 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านไม่แออัดกับการจัดวาง
 โต๊ะเก้าอี้ 4.02 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ป้ายหน้าร้านมีความสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจน 3.97
 คะแนน (ระดับมาก) ร้านกว้างขวาง 3.91 คะแนน (ระดับมาก) มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอ 3.81
 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ 3.77 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาด
 ภายในร้าน 3.73 คะแนน (ระดับมาก) และการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 3.62 คะแนน (ระดับ
 มาก) ตามลำดับ ส่วนเรื่องที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด คือ ความสะอาดของห้องน้ำ 3.57
 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.52-3.71
 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ การออกแบบและตกแต่ง
 ร้านทันสมัย 3.71 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีป้ายหน้าร้านสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจน
 3.70 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ 3.67 คะแนน (ระดับมาก) ร้าน
 กว้างขวางและมีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอ 3.62 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ความสะอาดภายใน
 ร้าน 3.61 คะแนน (ระดับมาก) การจัดวาง โต๊ะเก้าอี้มีระดับคะแนน 3.59 คะแนน (ระดับมาก)

บรรยากาศภายในร้านไม่แออัดและการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 3.53 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนต่ำสุดคือ ความสะอาดของห้องน้ำ 3.52 คะแนน (ระดับมาก)

จากการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของร้านอาหารมาเวียคอนามในปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ พบว่า ระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของสาขาแม่วังมีระดับคะแนนสูงสุด 3.85 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.61 คะแนน (ระดับมาก) และ 3.49 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า สาขาแม่วังจะมีระดับคะแนนมากกว่าสาขาอื่นๆ เช่น พื้นที่ร้านที่กว้างขวางกว่าสาขาอื่นๆ ป้ายหน้าร้านที่สวยงามมองเห็นได้ง่าย การออกแบบที่ดูทันสมัย การตกแต่งบรรยากาศของร้านที่ดูไม่แออัดการจัดวางโต๊ะเก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อยและจำนวนโต๊ะที่มีอย่างพอเพียง

ตารางที่ 23 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.วิธีการสั่งอาหาร/เครื่องคิดไม่ยุ่งยาก	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)
2.การได้รับอาหาร/เครื่องคิดถูกต้อง	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
3.การได้รับอาหาร/เครื่องคิดรวดเร็ว (ไม่รอนาน)	3.44 (มาก)	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)
4.การคิดเงินมีความถูกต้อง	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
5.การคิดเงินรวดเร็ว	3.46 (มาก)	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)
6.ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)
ภาพรวม	3.56 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 23 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของส่วนประสมทางการตลาดในปัจจุบันด้านกระบวนการ (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ เรื่องการได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้อง 3.79 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ วิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก 3.76 คะแนน (ระดับมาก) วิธีการคิดเงินถูกต้อง 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ลูกค้ำได้รับการอย่างเท่าเทียมกัน 3.62 คะแนน (ระดับมาก) และการได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) และการคิดเงินรวดเร็ว 3.54 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน พิจารณาผลการศึกษานี้ตามสาขาได้ผลดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.46-3.71 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้องตามเมนูที่สั่ง 3.71 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินมีความถูกต้อง 3.64 คะแนน (ระดับมาก) วิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก 3.62 คะแนน (ระดับมาก) ลูกค้ำได้รับการอย่างเท่าเทียมกัน 3.51 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินรวดเร็ว 3.46 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนเรื่องที่มีระดับคะแนนต่ำสุด คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการคิดเงินอย่างรวดเร็ว 3.46 คะแนน (ระดับมาก)

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.61-3.92 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ วิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก 3.92 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้องตามรายการ มีระดับคะแนนความพึงพอใจ 3.91 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินมีความถูกต้อง 3.79 คะแนน (ระดับมาก) ลูกค้ำได้รับการอย่างเท่าเทียมกัน 3.73 คะแนน (ระดับมาก) และการได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) 3.62 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการคิดเงินที่รวดเร็วมีคะแนนความพึงพอใจต่ำสุด 3.61 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.57-3.76 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้อง 3.76 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ วิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ยุ่งยาก 3.74 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินมีความถูกต้อง 3.69 คะแนน (ระดับมาก) ลูกค้ำได้รับการอย่างเท่าเทียมกัน 3.61 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจต่ำสุดคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) และการคิดเงินรวดเร็ว 3.57 คะแนน (ระดับมาก)

จากการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของร้านอาหารมาเวียคอนามในปัจจุบันด้านกระบวนการ พบว่า ระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยของสาขาแม่วังมีระดับคะแนนสูงสุด 3.76 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.66

คะแนน (ระดับมาก) และ 3.56 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในแต่ละหัวข้อ พบว่า สาขาแม่วัง จะมีระดับคะแนนมากกว่าสาขาอื่นๆ โดยเฉพาะเรื่อง วิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ยุ่งยาก การได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้องตามรายการที่สั่ง การคิดเงินที่ถูกต้อง และการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม

ตารางที่ 24 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ 7 ปัจจัยจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	คะแนนความพึงพอใจ(ระดับความพึงพอใจ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
ด้านผลิตภัณฑ์	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
ด้านราคา	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.49 (มาก)	3.71 (มาก)	3.49 (มาก)	3.51 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.13 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.44 (มาก)	3.49 (มาก)
ด้านลักษณะกายภาพ	3.49 (มาก)	3.85 (มาก)	3.61 (มาก)	3.65 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.56 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)
ภาพรวม 7 ปัจจัย	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 24 แสดงคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ 7 ปัจจัยจำแนกตามสถานที่ตั้งของร้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านราคา 3.76 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ด้านกระบวนการมีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.66 คะแนน (ระดับมาก) ด้านลักษณะกายภาพมีระดับ

คะแนนเฉลี่ย 3.65 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่ายมีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 คะแนน (ระดับมาก) ด้านบุคลากรมีระดับคะแนนเฉลี่ย 3.49 คะแนน (ระดับมาก) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยสุด 3.26 คะแนน (ระดับปานกลาง) หากพิจารณาตามสาขาได้ดังนี้

สาขาน้ำดื่มมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีระดับคะแนนสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีคะแนน 3.73 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ด้านกระบวนการ 3.56 คะแนน (ระดับมาก) ด้านลักษณะกายภาพและด้านการจัดจำหน่าย 3.49 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน และส่วนปัจจัยที่มีระดับคะแนนต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.13 คะแนน (ระดับปานกลาง)

สาขาแม่วัง พบว่า ปัจจัยที่มีระดับคะแนนสูงสุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ 3.85 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านราคา 3.80 คะแนน (ระดับมาก) ด้านกระบวนการ 3.76 คะแนน (ระดับมาก) ด้านผลิตภัณฑ์ 3.73 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่าย 3.71 คะแนน (ระดับมาก) และส่วนปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.35 คะแนน (ระดับปานกลาง)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัจจัยที่มีระดับคะแนนสูงสุดคือ ด้านราคา 3.74 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ 3.68 คะแนน (ระดับมาก) ด้านกระบวนการ 3.66 คะแนน (ระดับมาก) ด้านลักษณะกายภาพ 3.61 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่าย 3.49 คะแนน (ระดับมาก) ด้านบุคลากร 3.44 คะแนน และปัจจัยที่มีระดับคะแนนต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.33 คะแนน (ระดับปานกลาง)

จากผลการเปรียบเทียบร้านอาหารมาเยียดนามทั้ง 3 สาขา พบว่า สาขาแม่วังมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.69 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือสาขาน้ำดื่มมหาวิทยาลัยเชียงใหม่กับสาขามีโชคพลาซ่า 3.50 คะแนนเท่ากัน (ระดับมาก) ส่วนภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านราคามีระดับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด 3.76 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ด้านกระบวนการ 3.66 คะแนน (ระดับมาก) ด้านลักษณะกายภาพ 3.65 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่าย 3.51 คะแนน (ระดับมาก) ด้านบุคลากร 3.49 คะแนน (ระดับมาก) และด้านการส่งเสริมการตลาด 3.26 คะแนน (ระดับปานกลาง) ตามลำดับ

**ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารมายเวียดนาม**

จากการศึกษาความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ซึ่งนำเสนอคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจ และระดับความสำคัญที่ได้จากการแปลค่า ในแต่ละปัจจัยย่อยในแต่ละส่วนประสม และคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 10 ปัจจัยย่อย
2. ปัจจัยด้านราคา 5 ปัจจัยย่อย
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 6 ปัจจัยย่อย
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5 ปัจจัยย่อย
5. ปัจจัยด้านบุคคล 6 ปัจจัยย่อย
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ 10 ปัจจัยย่อย
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ 6 ปัจจัยย่อย

ตารางที่ 25 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามข.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้	3.88 (มาก)	4.32 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)
2. รสชาติของอาหาร	3.98 (มาก)	4.36 (มากที่สุด)	4.20 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
3. ความสะอาดของอาหาร	3.96 (มาก)	4.38 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)	4.20 (มากที่สุด)
4. ความสดใหม่ของอาหาร	3.97 (มาก)	4.37 (มากที่สุด)	4.20 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
5. ขนาดของอาหารแต่ละเมนู	3.77 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)
6. ความสวยงามน่ารับประทาน	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	3.93 (มาก)
7. ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)
8. อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	3.87 (มาก)	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	3.98 (มาก)
9. มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ	3.71 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)
10.ชื่อเสียงของร้านอาหารมาเวียดนาม	3.80 (มาก)	4.10 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)
ภาพรวม	3.86 (มาก)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)

ตารางที่ 25 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะอาดของอาหาร 4.20 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ รสชาติของอาหารกับความสดใหม่ของอาหาร 4.18 คะแนน (ระดับมาก) วัตถุดิบที่นำมาใช้ ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน 4.10 คะแนน (ระดับ

มาก) ขนาดของอาหารแต่ละเมนู 4.00 คะแนน (ระดับมาก) อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 3.99 คะแนน (ระดับมาก) ความสวยงามน่ารับประทานและชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.98 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ส่วนเรื่องที่มีระดับคะแนนความสำคัญน้อยสุดคือ เรื่องชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.86 คะแนน (ระดับมาก) หากพิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาน้ำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.71-3.98 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดของสาขาคือ รสชาติของอาหาร 3.98 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ความสดใหม่ของอาหาร 3.97 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของอาหาร 3.96 คะแนน (ระดับมาก) คุณภาพของวัตถุดิบ 3.88 คะแนน (ระดับมาก) อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 3.87 คะแนน (ระดับมาก) ความสวยงามของอาหาร 3.86 คะแนน (ระดับมาก) ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน 3.84 คะแนน (ระดับมาก) และชื่อเสียงของร้านอาหารมายเวียดนาม 3.80 คะแนน (ระดับมาก) ขนาดของอาหารแต่ละเมนู 3.77 คะแนน (ระดับมาก) และมีรายการอาหารใหม่นำเสนอ 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 4.05-4.38 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดของสาขาคือ ความสะอาดของอาหาร 4.38 คะแนน (ระดับมากถึงที่สุด) รองลงมาคือ ความสดใหม่ของอาหาร 4.37 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รสชาติอาหาร 4.32 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ โดยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องความเหมาะสมของปริมาณอาหารในแต่ละเมนู 4.13 คะแนน (ระดับมาก) และชื่อเสียงของร้านอาหาร 4.10 ตามลำดับ และในส่วนความสวยงามของอาหาร ปริมาณอาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือกรับประทาน 4.05 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากันทั้ง 3 เรื่อง

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.86-4.26 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ ความสะอาดของอาหาร 4.26 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความสดใหม่ของอาหารกับรสชาติอาหาร 4.20 คะแนน (ระดับมาก) ความหลากหลายของอาหารที่ให้เลือก 4.17 คะแนน (ระดับมาก) คุณภาพของวัตถุดิบ 4.11 คะแนน (ระดับมาก) อาหารที่เตรียมมีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า 4.10 คะแนน (ระดับมาก) ขนาดของอาหารแต่ละเมนู 4.08 คะแนน (ระดับมาก) มีรายการอาหารใหม่นำเสนอ 4.00 คะแนน (ระดับมาก) และความสวยงามน่ารับประทาน 3.99 คะแนน (ระดับมาก) ปัจจัยย่อยที่มีคะแนนความสำคัญน้อยที่สุดคือ ชื่อเสียงของร้านอาหาร 3.86 คะแนน (ระดับมาก)

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมาเวียดนามในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขาแม่วังที่มีระดับคะแนนสูงสุด 4.19 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 4.11 คะแนน (ระดับมาก) และ 3.86 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ส่วนใหญ่สาขาแม่วัง จะมีระดับคะแนนมากกว่าสาขาอื่นๆ โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ รสชาติของอาหาร ความสะอาดของอาหาร ความสดใหม่ของอาหาร ขนาดของอาหารในแต่ละเมนู ความสวยงามของอาหาร มีรายการอาหารใหม่มาแนะนำเสนอ และชื่อเสียงของร้านอาหารมาเวียดนาม

ตารางที่ 26 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านราคา	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.มีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน	3.79 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)
2.มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.87 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)
3.มีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
4.มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน	3.74 (มาก)	4.05 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)
5.สามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)
ภาพรวม	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 26 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ 3.99 คะแนน (ระดับ

มาก) รองลงมาคือ มีราคาถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน 3.94 คะแนน (ระดับมาก) และมีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน 3.92 คะแนน (ระดับมาก) การแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน 3.84 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ การสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 3.63 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.69-3.87 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ 3.87 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีเมนูรายการอาหารอย่างชัดเจน 3.83 คะแนน (ระดับมาก) มีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน 3.79 คะแนน (ระดับมาก) และการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน 3.74 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนการชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิตระดับคะแนนความสำคัญน้อยที่สุด 3.69 คะแนน (ระดับมาก)

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.50-4.05 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดของสาขาคือ มีระดับราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีกรแสดงราคาอาหารติดบริเวณผนังร้าน 4.05 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน รองลงมาคือมีเมนูแสดงราคาอาหารชัดเจน 4.00 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญต่ำสุดคือวิธีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 3.50 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.71-4.05 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ มีราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ 4.05 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีราคาที่ถูกกว่าร้านอื่นที่มีระดับคุณภาพเดียวกัน 3.97 คะแนน (ระดับมาก) และมีเมนูบอกรายการอาหารอย่างชัดเจน 3.94 คะแนน (ระดับมาก) การแสดงราคาอาหารติดบริเวณผนังร้าน 3.73 คะแนน (ระดับมาก) และสามารถชำระเงินได้ด้วยบัตรเครดิต 3.71 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมายเวียดนามในปัจจุบันด้านราคา พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขาแม่วังมีระดับคะแนนสูงสุด 3.93 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.88 คะแนน (ระดับมาก) และ 3.78 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านราคาในแต่ละหัวข้อ พบว่า สาขาแม่วังและสาขามีโชคพลาซ่าจะมีระดับคะแนนมากกว่าสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่คือ มีราคาที่ถูกกว่าร้านอาหารอื่นๆที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีเมนูบอกรายการ

อาหารชัดเจน ส่วนวิธีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเป็นเรื่องที่ถูกค้าสาขาแม่วังให้ความสำคัญต่ำกว่าสาขาอื่นๆ

ตารางที่ 27 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง	3.96 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)
2.ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	3.91 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)
3.มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)
4.มีบริการจองโต๊ะ	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)
5.วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)
6.สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.79 (มาก)	4.20 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)
ภาพรวม	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 27 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 4.09 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 4.07 คะแนน (ระดับมาก) สถานที่จอดรถและเพียงพอ 4.05 คะแนน (ระดับมาก) วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม 3.84 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ 3.76 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนบริการจองโต๊ะมีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุด 3.69 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.64-3.96 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง 3.96 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 3.91 คะแนน (ระดับมาก) สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ 3.79 คะแนน (ระดับมาก) วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม 3.76 คะแนน (ระดับมาก) และบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และบริการจัดส่งถึงที่ 3.74 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนเรื่องบริการจองโต๊ะเป็นเรื่องที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด 3.64 คะแนน (ระดับมาก)

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.50-4.30 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดของสาขาคือ ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางและที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 4.30 คะแนน (ระดับมากที่สุด) เท่ากันรองลงมาคือ สถานที่จอดรถมีความสะดวกและเพียงพอ 4.20 คะแนน (ระดับมาก) วันเวลาเปิด-ปิดมีความเหมาะสม 3.85 คะแนน (ระดับมาก) และบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่ 3.70 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนบริการจองโต๊ะมีระดับความสำคัญต่ำสุด 3.50 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.83-4.16 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ สถานที่จอดรถมีความสะดวกและเพียงพอมีราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับคุณภาพ 4.16 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย 4.05 คะแนน (ระดับมาก) ที่ตั้งร้านอยู่ในพื้นที่สะดวกต่อการเดินทาง 4.00 คะแนน (ระดับมาก) มีบริการจองโต๊ะกับวันเวลาเปิด-ปิดให้บริการมีความเหมาะสม 3.92 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน และมีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึง 3.83 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมายเวียดนามในปัจจุบันด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขาแม่วังและสาขามีโชคพลาซ่า มีระดับคะแนนสูงสุด 3.98 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน ส่วนสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.80 คะแนน (ระดับมาก) ผลการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า องค์ประกอบหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม คือ เรื่องสถานที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย วันเวลาเปิด-ปิดมีความเหมาะสม และมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ

ตารางที่ 28 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามข.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.มีบทความแนะนำร้าน	3.51 (มาก)	3.60 (มาก)	3.91 (มาก)	3.67 (มาก)
2.มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร	3.51 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)
3.มีการสมัครเพื่อเป็นสมาชิกเพื่อได้รับ สิทธิพิเศษต่างๆ	3.51 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)	3.98 (มาก)
4.มีการลดราคาและให้ของแถม	3.58 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)
5.มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล	3.57 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.91 (มาก)
ภาพรวม	3.54 (มาก)	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 28 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับความคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ มีการลดและให้ของแถม 4.03 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีการสมัครสมาชิกเพื่อที่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ 3.98 คะแนน (ระดับมาก) มีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาลต่างๆ 3.91 คะแนน (ระดับมาก) การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร 3.77 คะแนน ส่วนปัจจัยย่อยระดับคะแนนความสำคัญต่ำที่สุดคือการมีบทความแนะนำร้าน 3.67 คะแนน (ระดับมาก) หากพิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.51-3.58 คะแนน (ระดับมาก) โดยเรื่องที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ มีการลดราคาและให้ของแถม 3.58 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ มีเมนูพิเศษช่วงเทศกาล 3.57 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษกับการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆและมีบทความแนะนำร้าน 3.51 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากันทั้ง 3 เรื่อง

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญในช่วง 3.60-4.30 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ 4.30 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) รองลงมาคือ มีการลดราคาและให้ของแถม 4.25 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) มีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาล 4.00 คะแนน (ระดับมาก) มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ 3.80 คะแนน (ระดับมาก) และมีบทความนำร้าน 3.60 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.91-4.26 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ มีการลดราคาและให้ของแถม 4.26 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) รองลงมาคือ มีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาล 4.17 คะแนน (ระดับมาก) มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ 4.13 คะแนน (ระดับมาก) มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ 4.00 คะแนน (ระดับมาก) และมีบทความนำร้าน 3.91 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมายเวียดนามในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขามีโชคพลาซ่า มีระดับคะแนนสูงสุด 4.09 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ สาขาแม่วัง และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.99 คะแนน (ระดับมาก) และ 3.54 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนผลการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยเรื่องการลดราคาและของแถม มีการทำเมนูพิเศษช่วงเทศกาล มีการจัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ในสาขาแม่วังและมิโชคพลาซ่า มีระดับคะแนนความสำคัญที่สูงกว่าสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างชัดเจน

ตารางที่ 29 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยทางด้านบุคคล	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	น้ำหนัก.	แม่วิ่ง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส	3.89 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)
2. พนักงานมีมารยาท	3.93 (มาก)	4.35 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)
3. พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า	3.87 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.10 (มาก)
4. พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ	3.96 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.22 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
5. พนักงานมีความสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจ	3.96 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)
6. มีจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.89 (มาก)	4.20 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)
ภาพรวม	3.92 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)

จากตารางที่ 29 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ 4.16 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ พนักงานมีมารยาท 4.15 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ 4.12 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า 4.10 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส 4.08 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ 4.06 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.87-3.96 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ และสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ 3.96 คะแนน (ระดับมาก)

เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานมีมารยาท 3.93 คะแนน (ระดับมาก) ยิ้มแย้มแจ่มใส 3.89 คะแนน (ระดับมาก) และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า 3.87 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 4.25-4.35 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขา คือ มารยาทของพนักงาน 4.35 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ 4.30 คะแนน (ระดับมากที่สุด) พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เข้าใจกับพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ 4.25 คะแนน (ระดับมากที่สุด) และจำนวนพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ 4.20 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.10-4.22 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขา คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจในการบริการ 4.22 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า 4.19 คะแนน (ระดับมาก) มารยาทของพนักงาน 4.17 คะแนน (ระดับมาก) พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ 4.14 คะแนน (ระดับมาก) และยิ้มแย้มแจ่มใส 4.10 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมายเวียดนามในปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขาแม่วัง มีระดับคะแนนสูงสุด 4.27 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า 4.15 คะแนน (ระดับมาก) และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.92 คะแนน (ระดับมาก) ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลของร้านอาหารมายเวียดนามจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล โดยเฉพาะพนักงานที่บริการในร้านเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจจากการใช้บริการ

ตารางที่ 30 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยทางด้านลักษณะกายภาพ	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.ร้านกว้างขวาง	3.68 (มาก)	4.15 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
2.ป้ายหน้าร้านสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจน	3.78 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
3.การออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัย	3.78 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)
4.บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด	3.81 (มาก)	4.35 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
5.การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.77 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
6.มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่างเพียงพอ	3.80 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.31 (มากที่สุด)	4.14 (มาก)
7.การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย	3.68 (มาก)	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)
8.ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์	4.02 (มาก)	4.20 (มากที่สุด)	4.42 (มากที่สุด)	4.21 (มากที่สุด)
9.ความสะอาดภายในร้าน	3.94 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.30 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
10.ความสะอาดของห้องน้ำ	3.93 (มาก)	4.40 (มากที่สุด)	4.27 (มากที่สุด)	4.20 (มากที่สุด)
ภาพรวม	3.82 (มาก)	4.26 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 30 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในด้านลักษณะกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า เรื่องที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ ความสะอาดของภาชนะ/อุปกรณ์ 4.21 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ

ความสะอาดของห้องน้ำ 4.20 (ระดับมากที่สุด) ความสะอาดภายในร้าน 4.18 คะแนน (ระดับมาก) มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้สำหรับใช้อย่างเพียงพอ 4.14 คะแนน (ระดับมาก) บรรยากาศภายในร้านไม่แออัดกับการจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย 4.10 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน การออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัย 4.02 คะแนน (ระดับมาก) การแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 3.97 คะแนน (ระดับมาก) และป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ 3.96 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนต่ำสุดคือ ร้านกว้างขวาง 3.91 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาน้ำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.68-4.02 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ 4.02 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ความสะอาดภายในร้าน 3.94 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของห้องน้ำ 3.93 คะแนน (ระดับมาก) บรรยากาศภายในร้านที่ไม่แออัด 3.81 คะแนน (ระดับมาก) และมีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอ 3.80 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ป้ายหน้าร้านสวยงามและมองเห็นได้ชัดเจนและการออกแบบและตกแต่งภายในร้านมีความทันสมัย 3.78 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน การจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย 3.77 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือเรื่องพื้นที่ร้านกว้างขวาง และการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 3.68 คะแนน (ระดับมาก) เท่ากัน

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 4.10-4.40 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ มีการจัดวาง โต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์ต่างๆเรียบร้อยกับเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ 4.40 คะแนน (ระดับมากที่สุด) เท่ากัน รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านไม่แออัด 4.35 คะแนน (ระดับมากที่สุด) มีจำนวน โต๊ะและเก้าอี้เพียงพอต่อจำนวนลูกค้ากับความสะอาดภายในร้าน 4.30 คะแนน (ระดับมากที่สุด) การออกแบบและตกแต่งร้านมีความทันสมัย 4.25 คะแนน (ระดับมากที่สุด) ความสะอาดของภาชนะ 4.20 คะแนน (ระดับมาก) ความสะอาดของอุปกรณ์ภายในร้าน 4.15 คะแนน (ระดับมาก) ป้ายหน้าร้านสวยงามมองเห็นได้ชัดเจนและการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 4.10 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ เท่ากัน

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.90-4.42 คะแนน(ระดับมากที่สุดถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ภายในร้าน 4.42 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ มีจำนวน โต๊ะ เก้าอี้และอุปกรณ์ที่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า 4.31 คะแนน (ระดับมากที่สุด) ความสะอาดภายในร้าน 4.30 คะแนน (ระดับมากที่สุด) ความสะอาดของห้องน้ำ 4.27 คะแนน (ระดับมากที่สุด) บรรยากาศของ

ร้านที่ไม่แออัดกับการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย 4.14 คะแนนเท่ากัน (ระดับมาก) การจัดวางโต๊ะเก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย 4.13 คะแนน (ระดับมาก) การออกแบบร้านและการตกแต่งร้านมีความทันสมัย 4.03 คะแนน (ระดับมาก) ป้ายหน้าร้านมีความสวยงามและชัดเจน 4.00 คะแนน (ระดับมาก) และพื้นที่ร้านกว้างขวาง 3.90 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมาเวียคนามในปัจจุบันด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขาแม่วัง มีระดับคะแนนสูงสุด 4.26 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า 4.16 คะแนน (ระดับมาก) และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.82 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญคือ ความสะอาดของภาชนะและอุปกรณ์ ความสะอาดภายในร้าน ความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนโต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และบรรยากาศภายในร้านที่ไม่แออัด มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.01-4.20 คะแนน

ตารางที่ 31 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.วิธีการสั่งอาหาร/เครื่องคั้นไม่ยุ่งยาก	3.96 (มาก)	4.15 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
2.การได้รับอาหาร/เครื่องคั้นถูกต้อง	3.97 (มาก)	4.35 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)	4.14 (มาก)
3.การได้รับอาหาร/เครื่องคั้นรวดเร็ว (ไม่รอนาน)	3.90 (มาก)	4.25 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)
4.การคิดเงินมีความถูกต้อง	4.02 (มาก)	4.45 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)	4.24 (มากที่สุด)
5.การคิดเงินรวดเร็ว	3.92 (มาก)	4.30 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)
6.ลูกค้าได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.00 (มาก)	4.35 (มากที่สุด)	4.26 (มากที่สุด)	4.20 (มากที่สุด)
ภาพรวม	3.96 (มาก)	4.31 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 31 แสดงคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง 4.24 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ลูกค้ำได้รับการบริการอย่างเท่าเทียม 4.20 คะแนน (ระดับมากที่สุด) การได้รับอาหารและเครื่องดื่ม ถูกต้องมีระดับคะแนนความสำคัญ 4.14 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินรวดเร็ว 4.13 คะแนน (ระดับมาก) การได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) 4.11 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนเรื่องที่มีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ วิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก 4.05 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาน้ำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 3.92-4.02 คะแนน (ระดับมาก) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง มีระดับคะแนนความสำคัญ 4.02 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ลูกค้ำได้รับการบริการอย่างเท่าเทียม 4.00 คะแนน (ระดับมาก) ได้รับอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกต้อง 3.97 คะแนน (ระดับมาก) ขั้นตอนและวิธีการสั่งอาหารไม่ยุ่งยาก 3.96 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินมีความรวดเร็ว และได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) 3.90 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญอยู่ในช่วง 4.15-4.45 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง 4.45 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มถูกต้องกับลูกค้ำได้รับการบริการอย่างเท่าเทียมกัน 4.35 คะแนน (ระดับมากที่สุด) เท่ากัน การคิดเงินอย่างรวดเร็ว 4.30 คะแนน (ระดับมากที่สุด) การได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) 4.25 คะแนน (ระดับมากที่สุด) และขั้นตอนและวิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มไม่ยุ่งยาก 4.15 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า มีระดับคะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.05-4.26 คะแนน (ระดับมากถึงมากที่สุด) โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับคะแนนสูงสุดของสาขาคือ การคิดเงินมีความถูกต้อง และลูกค้ำได้รับการบริการอย่างเท่าเทียม 4.26 คะแนน (ระดับมากที่สุด) เท่ากัน รองลงมาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว (ไม่รอนาน) 4.19 คะแนน (ระดับมาก) การคิดเงินรวดเร็ว 4.17 คะแนน (ระดับมาก) ได้รับอาหารที่ถูกต้อง 4.09 คะแนน (ระดับมาก) และขั้นตอนและวิธีการสั่งอาหารไม่ยุ่งยาก 4.05 คะแนน (ระดับมาก) ตามลำดับ

จากการศึกษาถึงระดับความสำคัญของร้านอาหารมาเวียดนามในปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ระดับคะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสาขาแม่วัง 4.31 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ สาขามีโชคพลาซ่า 4.17 คะแนน (ระดับมาก) และสาขาน้ำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3.96 คะแนน (ระดับมากที่สุด) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้งของร้าน

ปัจจัย	คะแนนความสำคัญ(ระดับความสำคัญ)			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
ด้านผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)
ด้านราคา	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.80 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54 (มาก)	3.99 (มาก)	4.09 (มาก)	3.87 (มาก)
ด้านบุคลากร	3.92 (มาก)	4.27 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)
ด้านลักษณะกายภาพ	3.82 (มาก)	4.26 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.96 (มาก)	4.31 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)
ภาพรวม 7 ปัจจัย	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	4.01 (มาก)

จากตารางที่ 32 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุด 4.15 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร 4.11 คะแนน (ระดับมาก) ด้านลักษณะกายภาพ 4.08 คะแนน (ระดับมาก) ด้านผลิตภัณฑ์ 4.05 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่าย 3.92 คะแนน (ระดับมาก) และด้านการส่งเสริมการตลาด 3.87 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านราคา 3.86 คะแนน (ระดับมาก) พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ 3.96 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้าน

บุคลากร 3.92 (ระดับมาก) ด้านผลิตภัณฑ์ 4.05 คะแนน (ระดับมาก) ด้านกายภาพ 3.82 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการจัดจำหน่าย 3.80 คะแนน (ระดับมาก) และด้านราคา 3.78 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนเรื่องที่มีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.54 คะแนน (ระดับมาก)

สาขาแม่วัง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับคะแนนความสำคัญสูงสุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.31 คะแนน (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร 4.27 คะแนน (ระดับมากที่สุด) ด้านลักษณะทางกายภาพ 4.26 คะแนน (ระดับมากที่สุด) ด้านผลิตภัณฑ์ 4.19 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.99 คะแนน (ระดับมาก) และด้านการจัดจำหน่าย 3.98 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีระดับคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ ปัจจัยด้านราคา 3.93 คะแนน (ระดับมาก)

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับคะแนนสูงสุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.17 คะแนน (ระดับมาก) รองลงมาคือ ด้านลักษณะกายภาพ 4.16 คะแนน (ระดับมาก) ด้านบุคลากร 4.15 คะแนน (ระดับมาก) ด้านผลิตภัณฑ์ 4.11 คะแนน (ระดับมาก) ด้านการส่งเสริมการตลาด 4.09 คะแนน (ระดับมาก) และด้านการจัดจำหน่าย 3.98 คะแนน (ระดับมาก) ส่วนปัจจัยที่มีคะแนนความสำคัญต่ำสุดคือ ด้านราคา 3.88 คะแนน (ระดับมาก)

ถ้าพิจารณาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า สาขาแม่วังจะมีระดับคะแนนความสำคัญสูงกว่าสาขาอื่นๆ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนด้านการจัดจำหน่าย สาขาแม่วังและสาขามีโชคพลาซ่ามีระดับคะแนนที่สูงเท่ากัน และด้านการส่งเสริมการตลาดของสาขามีโชคพลาซ่ามีระดับความสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามและข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนาม จำแนกตามปัจจัยที่เป็นส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการ และภาพรวมของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน และข้อเสนอแนะจากลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม

ตารางที่ 33 แสดงร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการใช้บริการจำแนกตามสาขา

ปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1. ไม่มีรายการอาหารใหม่มานำเสนอ	35.6	10.5	25.0	23.7
2. มีเมนูให้เลือกรับประทานน้อยเกินไป	28.9	15.8	14.5	19.7
3.อาหาร/ผักไม่สด	32.6	0.0	25.0	19.2
4. อาหารรสชาติไม่อร่อย	28.9	5.3	20.8	18.3
5. อาหารไม่น่ารับประทาน	27.8	0.0	21.1	16.3
6. ร้านอาหารมายเวียดนามไม่ค่อยมีชื่อเสียง	25.6	5.3	15.8	15.6
7. อาหารแต่ละเมนูมีปริมาณน้อยเกินไป	26.7	0.0	13.2	13.3
8. อาหารไม่สะอาด	20.0	0.0	19.5	13.2
9. วัตถุดิบที่นำมาใช้ทำอาหารคุณภาพต่ำ	17.8	0.0	19.5	12.4
10.อาหารที่เตรียมไว้มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ำ	20.0	0.0	13.2	11.1
ภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	26.4	3.7	18.8	16.3

จากตารางที่ 33 แสดงร้อยละของลูกค้ำร้านอาหารมายเวียดนามที่ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัญหาที่มีร้อยละของลูกค้ำตอบมากที่สุดคือ ไม่มีรายการอาหารเมนูใหม่มาเสนอ ร้อยละ 23.7 รองลงมาคือ เมนูรายการอาหารที่มีให้เลือกรับประทานมีน้อยเกินไป ร้อยละ 19.7 อาหารและผักไม่สด ร้อยละ 19.2 รสชาติอาหารไม่อร่อย ร้อยละ 18.3 อาหารไม่น่ารับประทาน ร้อยละ 16.3 ร้านอาหารมายเวียดนามไม่ค่อยมีชื่อเสียง ร้อยละ 15.6 อาหารแต่ละเมนูมีปริมาณน้อยเกินไป ร้อยละ 13.3 อาหารไม่สะอาดร้อยละ13.2 วัตถุดิบที่นำมาใช้ทำอาหารคุณภาพต่ำ ร้อยละ 12.4 และอาหารที่เตรียมไว้มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้ำร้อยละ 11.1 ตามลำดับ พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่มีพบมากที่สุดคือ ไม่มีรายการอาหารใหม่มาเสนอ ร้อยละ 35.6 รองลงมาคือ อาหารและผักไม่สด ร้อยละ 32.6 มีเมนูอาหารให้เลือกรับประทานน้อยไปกับอาหารรสชาติไม่อร่อย ร้อยละ 28.9 เท่ากัน อาหารไม่น่ารับประทาน ร้อยละ

27.8 อาหารแต่ละเมนูมีปริมาณน้อยเกินไป ร้อยละ 26.7 ร้านอาหารมายเวียดนามไม่ค่อยมีชื่อเสียง ร้อยละ 25.6 อาหารไม่สะอาดกับอาหารที่เตรียมไว้มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 20.0 เท่ากัน และวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำอาหารคุณภาพต่ำ ร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ มีเมนูอาหารให้เลือกรับประทานน้อยเกินไป ร้อยละ 15.8 รองลงมาคือ ไม่มีรายการอาหารใหม่มาแนะนำเสนอ ร้อยละ 10.5 ส่วนอาหารรสชาติไม่อร่อยและร้านอาหารมายเวียดนามไม่ค่อยมีชื่อเสียง ร้อยละ 5.3 เท่ากัน

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีรายการอาหารใหม่มาแนะนำเสนอ กับอาหารและผักไม่สด ร้อยละ 25.0 รองลงมาคืออาหารไม่น่ารับประทาน ร้อยละ 21.1 รสชาติอาหารไม่อร่อย ร้อยละ 20.8 อาหารไม่สะอาดกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำอาหารคุณภาพต่ำ ร้อยละ 19.5 เท่ากัน ร้านอาหารมายเวียดนามไม่ค่อยมีชื่อเสียง ร้อยละ 15.8 มีเมนูให้เลือกรับประทานน้อยเกินไป ร้อยละ 14.5 และอาหารแต่ละเมนูมีปริมาณน้อยเกินไปกับอาหารที่เตรียมไว้มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 13.2 เท่ากัน ตามลำดับ

จากภาพรวมของปัญหาที่พบจาก 3 สาขา พบว่าปัญหาหลักปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านเวียดนามคือ ไม่มีรายการอาหารใหม่มาแนะนำ รองลงมาคือ มีเมนูอาหารให้เลือกน้อยเกินไป และอาหารและผักไม่สด จากปัญหาที่พบดังกล่าวทางร้านอาหารมายเวียดนามควรที่จะพัฒนาสูตรอาหารและนำเสนอออกมาให้ลูกค้าพบกับอาหารเมนูใหม่ให้ลูกค้าได้ทดลองรับประทานเพื่อเพิ่มความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนเรื่องอาหารที่ไม่สดทางร้านควรควบคุมและเพิ่มความเอาใจใส่เรื่องความสดของผักเพิ่มมากขึ้น และควรปรับปรุงมาตรฐานของร้านในแต่ละสาขาให้มีมาตรฐานที่เหมือนกัน โดยการมีการตั้งระบบวัดประเมินผลเพื่อตรวจสอบคุณภาพในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความประทับใจ ให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ

ตารางที่ 34 แสดงร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหาด้านราคาที่พบในการใช้บริการจำแนกตามสาขา

ปัญหาของปัจจัยด้านราคา	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามข.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1. ไม่มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน	16.7	15.8	17.1	16.5
2. มีราคาแพงกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน	17.8	0.0	14.5	10.8
3. ไม่มีเมนูบอกราคาอาหารอย่างชัดเจน	17.8	0.0	10.5	9.4
4. มีราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	14.4	0.0	11.8	8.7
5. ไม่สามารถชำระได้เงินได้ด้วยบัตรเครดิต	13.5	0.0	9.2	7.6
ภาพรวมปัจจัยด้านราคา	16.0	3.2	12.6	10.6

จากตารางที่ 34 แสดงร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหาด้านราคาที่พบในการใช้บริการร้านอาหารมายเวียดนามพบว่า ปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ ไม่มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน ร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ มีราคาแพงกว่าร้านอื่นที่มีคุณภาพระดับเดียวกัน ร้อยละ 10.8 ไม่มีเมนูบอกราคาอาหารอย่างชัดเจน ร้อยละ 9.4 มีราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 8.7 และไม่สามารถชำระได้เงินได้ด้วยบัตรเครดิต ร้อยละ 7.6 พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ มีราคาแพงกว่าร้านอื่นที่มีระดับคุณภาพเท่ากัน กับไม่มีเมนูบอกราคาอย่างชัดเจน ร้อยละ 17.8 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่มีการแสดงราคาติดบนผนังข้างร้าน ร้อยละ 16.7 มีราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 14.4 และไม่สามารถชำระได้เงินได้ด้วยบัตรเครดิต ร้อยละ 13.5

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่พบบมีเพียงปัญหาเรื่องไม่มีป้ายแสดงราคาของอาหารที่ผนังของร้าน คิดเป็นร้อยละ 15.8

สาขามิโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ ไม่มีป้ายราคาติดบริเวณผนังของร้าน ร้อยละ 17.1 รองลงมาคือ มีราคาแพงกว่าร้านอื่นๆที่ระดับคุณภาพที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 11.8 ไม่มีเมนูบอกราคาอาหารอย่างชัดเจน ร้อยละ 10.5 และไม่สามารถชำระได้เงินได้ด้วยบัตรเครดิต ร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาด้านการจัดจ้ําหน่ายที่พบในการใช้บริการจ้ําเนกตามสาขา

ปัญหาของบ้จจยด้านการจัดจ้ําหน่าย	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.สถานที่จ้จจรดไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	44.4	15.8	39.5	33.2
2.ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก	43.3	5.3	21.1	23.2
3.ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	38.9	5.3	23.7	22.6
4.ไม่มีบริการจองโต๊ะ	14.4	21.1	11.8	15.8
5.ไม่มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และจัดส่งถึงที่	15.7	15.8	11.8	14.4
6.วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม	16.7	0.0	14.5	10.4
ภาพรวมบ้จจยด้านการจัดจ้ําหน่าย	28.9	10.6	20.4	20.0

จากตารางที่ 35 แสดงปัญหาด้านการจัดจ้ําหน่ายที่พบในการใช้บริการ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ เรื่องสถานที่จ้จจรดไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 33.2 รองลงมาคือ เรื่องที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก ร้อยละ 23.2 ที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 22.6 ไม่มีบริการจองโต๊ะ ร้อยละ 15.8 ไม่มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และบริการจัดส่ง ร้อยละ 14.4 และวันเวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม ร้อยละ 10.4 พิจาณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่มีพบมากที่สุดคือ สถานที่จ้จจรดไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก ร้อยละ 43.3 ที่ตั้งของร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 38.9 วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม ร้อยละ 16.7 ไม่มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และบริการจัดส่ง ร้อยละ 16.7 และไม่มีบริการจองโต๊ะ ร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ สถานที่จ้จจรดไม่มีความสะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 21.1 รองลงมาคือ สถานที่จ้จจรดไม่สะดวกและไม่เพียงพอกับไม่มีบริการรับส่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์และบริการส่งถึงบ้าน ร้อยละ 15.8 เท่ากัน และที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยากกับที่ตั้งของร้านอยู่ในที่ตั้งที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 5.3 เท่ากัน

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านอยู่ในพื้นที่ที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 23.7 ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก ร้อยละ 21.1 วันเวลาเปิด-ปิดให้บริการไม่มีความเหมาะสม ร้อยละ 14.5 และไม่มีบริการจองโต๊ะกับไม่มีบริการรับซื้อทางโทรศัพท์และบริการจัดส่ง ร้อยละ 11.8 เท่ากัน

จากภาพรวมของปัญหาที่พบจาก 3 สาขา พบว่า ปัญหาหลักปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของร้านเวียดนามคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ร้อยละ 33.2 รองลงมาคือ ที่ตั้งของร้านสามารถสังเกตเห็นได้ยาก ร้อยละ 23.2 และที่ตั้งของร้านไม่สะดวกต่อการเดินทาง ร้อยละ 22.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงร้อยละของลูกค้าที่ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบในการใช้บริการจำแนกตามสาขา

ปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1. ไม่มีการตลาดราคาและให้ของแถม	43.3	31.6	36.8	37.2
2. ไม่มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล	41.1	21.1	36.8	33.0
3. ไม่มีการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	38.9	26.3	30.3	31.8
4. ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆเช่น เว็บไซต์ นิตยสาร	36.7	15.8	26.3	26.3
5. ไม่มีบทความแนะนำร้าน	27.8	10.5	23.7	20.7
ภาพรวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	37.6	21.1	30.8	29.8

จากตารางที่ 36 แสดงปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการพบว่า ปัญหาที่พบสูงสุดคือ เรื่องไม่มีการให้ส่วนลดและให้ของแถม ร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ ไม่มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล ร้อยละ 33.0 ไม่มีการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ร้อยละ 31.8 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร ร้อยละ 26.3 และไม่มีบทความแนะนำร้าน ร้อยละ 20.7 พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีการให้ส่วนลดราคาหรือของแถม ร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ ไม่มีการทำเมนูอาหารพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 41.1 และไม่มีการจัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ร้อยละ 38.9 การไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร ร้อยละ 36.7 และไม่มีความแนะนำร้าน ร้อยละ 27.8 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีการให้ส่วนลดราคาหรือของแถม ร้อยละ 31.6 รองลงมาคือ ไม่มีการจัดทำระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ร้อยละ 26.3 ไม่มีการจัดทำเมนูอาหารพิเศษตามเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 21.1 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร ร้อยละ 15.8 และไม่มีความแนะนำร้าน ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีการให้ส่วนลดราคาและของแถม กับ ไม่มีการทำเมนูพิเศษในช่วงเทศกาล ร้อยละ 36.8 เท่ากัน รองลงมาคือ ไม่มีการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ร้อยละ 30.3 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ นิตยสาร ร้อยละ 26.3 และไม่มีความแนะนำร้าน ร้อยละ 23.7 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามที่ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้ทางร้านจัดการทำการส่งเสริมทางการตลาดโดยการเปิดสมัครสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ส่วนลดราคาเมื่อมาใช้บริการ การจัดทำเมนูพิเศษตามเทศกาลพิเศษต่างๆ

ตารางที่ 37 แสดงร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาด้านบุคคลที่พบในการใช้บริการจำแนกตามสาขา

ปัญหาของปัจจัยด้านบุคคล	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามข.	แม่วัง	มิโซคพลาซ่า	ภาพรวม
1.พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้ำได้อย่างเข้าใจ	38.9	26.3	27.3	30.8
2.พนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้ำ	35.6	26.3	28.6	30.2
3.มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ	36.7	26.3	24.7	29.2
4.พนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้ำ	36.7	21.1	23.7	27.2
5.พนักงานไม่มีมารยาท	30.0	15.8	21.1	22.3
6.พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส	35.6	5.3	22.4	21.1
ภาพรวมปัจจัยด้านบุคคล	35.6	20.2	24.6	26.8

จากตารางที่ 37 แสดงปัญหาด้านบุคคล ในการใช้บริการ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้ำได้อย่างเข้าใจ ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ พนักงานขาดความเอาใจใส่ ร้อยละ 30.2 มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ ร้อยละ 29.2 พนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาของลูกค้ำ ร้อยละ 27.2 พนักงานไม่มีมารยาท ร้อยละ 22.3 และพนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ร้อยละ 21.1 ตามลำดับ พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้ำได้อย่างเข้าใจ ร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ มีจำนวนพนักงานที่บริการไม่เพียงพอกับพนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้ำ ร้อยละ 36.7 เท่ากัน พนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้ำกับพนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ร้อยละ 35.6 เท่ากัน และพนักงานไม่มีมารยาท ร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้ำได้อย่างเข้าใจพนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้ำ และจำนวนพนักงานที่บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ ร้อยละ 26.3 เท่ากันทั้ง 3 ปัญหา พนักงานไม่มีความสามารถในการ

แก้ไขปัญหาลูกค้า ร้อยละ 21.1 พนักงานไม่มีมารยาท ร้อยละ 15.8 และพนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่พบบมากที่สุดคือ พนักงานขาดความเอาใจใส่และความเต็มใจในการดูแลลูกค้า ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ พนักงานไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ ร้อยละ 27.3 และจำนวนพนักงานที่บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ ร้อยละ 24.7 พนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาลูกค้า ร้อยละ 23.7 พนักงานไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ร้อยละ 22.4 และพนักงานไม่มีมารยาท ร้อยละ 21.1 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนามที่ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้ทางร้านอาหารมายเวียดนามเพิ่มเติมในส่วนของการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องการปรับทักษะให้พนักงานสามารถสื่อสารกับลูกค้า หรืออาจปรับปรุงวิธีการสื่อสารกับลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือ การเพิ่มความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อลูกค้าให้มากขึ้น และเพิ่มจำนวนพนักงานให้มีความเพียงพอต่อจำนวน หรือโต๊ะของลูกค้า

ตารางที่ 38 แสดงร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่พบในการใช้บริการ จำแนกตามสาขา

ปัญหาที่พบ	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1. มีจำนวนโต๊ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ	41.1	21.1	26.0	29.4
2. บรรยากาศภายในร้านแออัด	41.6	21.1	20.8	27.8
3. ห้องน้ำไม่สะอาด	27.0	15.8	32.5	25.1
4. ร้านคับแคบเกินไป	43.3	5.3	20.8	23.1
5. การจัดวางโต๊ะเก้าอี้ และอุปกรณ์ภายในร้านไม่เป็นระเบียบ	35.6	15.8	15.6	22.3
6. ภาชนะ/อุปกรณ์ไม่สะอาด	26.7	10.5	26.0	21.1
7. ภายในร้านไม่สะอาด	25.6	10.5	26.0	20.7
8. การแต่งกายของพนักงานไม่เรียบร้อย	21.1	15.8	18.2	18.4
9. ป้ายหน้าร้านไม่สวยงามและมองเห็นไม่ชัดเจน	30.0	5.3	10.4	15.2

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่พบในการใช้
บริการจำแนกตามสาขา

ปัญหาที่พบ	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
10.การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่มี ความทันสมัย	18.9	11.1	6.5	12.2
ภาพรวมปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ	31.1	13.2	20.3	21.5

จากตารางที่ 38 แสดงปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ในการใช้บริการ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ จำนวน โต้ะและเก้าอี้มีไม่เพียงพอ ร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ บรรยากาศภายในร้านแออัด ร้อยละ 27.8 ห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ 25.1 ร้านคับแคบเกินไป ร้อยละ 23.1 การจัดวางโต้ะเก้าอี้ และอุปกรณ์ภายในร้านไม่เป็นระเบียบ ร้อยละ 22.3 ภาชนะและอุปกรณ์ไม่สะอาด ร้อยละ 20.7 การแต่งกายของพนักงานไม่เรียบร้อย ร้อยละ 18.4 ป้ายหน้าร้านไม่สวยงามและมองเห็นไม่ชัดเจน ร้อยละ 15.2 และการออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่มีความทันสมัย ร้อยละ 12.2 พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาน้ำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่มีพบมากที่สุดคือ พื้นที่ร้านคับแคบ ร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ บรรยากาศในร้านแออัด และมีจำนวน โต้ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ ร้อยละ 41.6 เท่ากันการจัดวางโต้ะเก้าอี้ และอุปกรณ์ภายในร้านไม่เป็นระเบียบ ร้อยละ 35.6 ป้ายหน้าร้านไม่สวยงามและมองเห็นไม่ชัดเจน ร้อยละ 30.0 ห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ 27.0 ภาชนะและอุปกรณ์ไม่สะอาด ร้อยละ 25.6 การแต่งกายของพนักงานไม่เรียบร้อย ร้อยละ 21.1 และการออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่มีความทันสมัย ร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ จำนวน โต้ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอและบรรยากาศภายในร้านแออัดมากเกินไป ร้อยละ 21.1 รองลงมาคือ ห้องน้ำไม่สะอาดและการจัดวางโต้ะเก้าอี้ และอุปกรณ์ภายในร้านไม่เป็นระเบียบ ร้อยละ 15.8 ส่วนภาชนะและอุปกรณ์ไม่สะอาด ร้อยละและภายในร้านไม่สะอาด ร้อยละ 10.5 การออกแบบและตกแต่งภายในร้านไม่มีความทันสมัย ร้อยละ 11.1 และส่วนพื้นที่ร้านคับแคบและป้ายหน้าร้านไม่สวยงามและมองเห็นไม่ชัดเจน ร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

สาขามิโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ห้องน้ำไม่สะอาด ร้อยละ 32.5 รองลงมาคือ มีจำนวน โต้ะและเก้าอี้ไม่เพียงพอ กับภาชนะและอุปกรณ์ไม่สะอาด และความไม่สะอาด

ภายในร้าน ร้อยละ 26.0 เท่ากัน บรรยากาศภายในร้านแออัดมากเกินไปกับพื้นที่ร้านคับแคบ ร้อยละ 20.8 เท่ากัน การแต่งกายของพนักงานไม่เรียบร้อย ร้อยละ 18.2 การจัดวางโต๊ะเก้าอี้ และอุปกรณ์ภายในร้านไม่เป็นระเบียบ ร้อยละ 15.6 ป้ายหน้าร้านไม่สวยงามและมองเห็นไม่ชัดเจน ร้อยละ 10.4 และการออกแบบและตกแต่งภายในร้าน ไม่มีความทันสมัย ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา ร้านอาหารมายเวียดนามควรที่ปรับปรุงมากที่สุดคือ เรื่องจำนวน โต๊ะ และเก้าอี้ไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม แต่เนื่องจากพื้นที่ร้านที่คับแคบ จนเกินไปในบางสาขาหรือพื้นที่ที่มีอย่างจำกัดทำให้ในบางสาขาอาจไม่สามารถเพิ่มเติมจำนวน เก้าอี้หรือที่นั่งได้เพิ่มเติมเพราะส่งผลกระทบต่อความแออัดในร้านเพิ่มมากขึ้น ส่วนสาขามีโชค พลาซ่าควรที่จะมีการดูแลเรื่องการทำความสะดวกห้องน้ำให้มากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 39 แสดงร้อยละของลูกค้าที่ประสบปัญหาด้านกระบวนการที่พบในการใช้บริการจำแนก ตามสาขา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
1.การคิดเงินช้า	32.2	33.3	22.1	29.2
2.การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มช้า	38.9	27.8	15.6	27.4
3.ลูกค้าได้รับบริการไม่เท่าเทียมกัน	17.8	22.2	10.4	16.8
4.การคิดเงินไม่ถูกต้อง	21.1	11.1	14.3	15.5
5.การได้รับอาหาร/เครื่องดื่มไม่ถูกต้อง	22.2	5.6	10.4	12.7
6.วิธีการส่งอาหาร/เครื่องดื่มยุ่งยาก	14.4	0.0	6.5	7.0
ภาพรวม	24.4	16.7	13.2	18.1

จากตารางที่ 39 แสดงปัญหาด้านกระบวนการ ในการใช้บริการ พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ เรื่องการคิดเงินช้า ร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้า ร้อยละ 27.4 ลูกค้าได้รับบริการไม่เท่าเทียมกัน ร้อยละ 16.8 การคิดเงินไม่ถูกต้องร้อยละ 15.5 การได้รับอาหารและ เครื่องดื่มไม่ถูกต้อง ร้อยละ 12.7 และวิธีการส่งอาหารและเครื่องดื่มยุ่งยากร้อยละ 7.0 พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาที่มีพบมากที่สุดคือ ระยะเวลารออาหาร และเครื่องดื่มช้ำ ร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ เวลาที่ใช้ในการคิดเงินช้ำ ร้อยละ 32.2 ได้รับอาหารและเครื่องดื่มไม่ตรงกับรายการอาหารที่สั่ง ร้อยละ 22.2 การคิดเงินไม่ถูกต้อง ร้อยละ 21.1 ลูกค้ำได้รับบริการ ไม่เท่าเทียมกัน ร้อยละ 17.8 และวิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มยุ่งยาก ร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัญหาที่มีพบมากที่สุดคือ ใช้เวลาในการคิดเงินช้ำ ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้ำ ร้อยละ 27.8 ได้รับบริการที่ไม่เท่าเทียมกัน ร้อยละ 22.2 การคิดเงินไม่ถูกต้อง ร้อยละ 11.1 และการได้รับอาหารและเครื่องดื่มไม่ตรงตามรายการที่สั่ง ร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

สาขามีโชคพลาซ่า พบว่า ปัญหาที่มีพบมากที่สุดคือ ระยะเวลาที่ใช้คิดเงินช้ำ ร้อยละ 22.1 รองลงมาคือ ได้รับอาหารและเครื่องดื่มช้ำ ร้อยละ 15.6 การคิดเงินไม่ถูกต้อง ร้อยละ 14.3 ลูกค้ำได้รับบริการ ไม่เท่าเทียมกันและการได้รับอาหารและเครื่องดื่มไม่ถูกต้อง ร้อยละ 10.4 และวิธีการสั่งอาหารและเครื่องดื่มยุ่งยาก ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

จากการศึกษา พบว่า ร้านอาหารมาเยียดนามควรที่ปรับปรุงในเรื่องของระบบและวิธีการคิดเงินให้มีความรวดเร็วเพิ่มขึ้นจากเดิม เพราะจากค่าร้อยละของลูกค้ำที่ไม่พึงพอใจ มีค่าที่สูง โดยเฉพาะสาขาแม่วัง และสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และปัญหารองลงมาคือ การได้รับอาหารและเครื่องดื่มที่ล่าช้า ดังนั้นทางร้านจึงควรที่แก้ปัญหาเรื่องดังกล่าวโดยอาจปรับปรุงระบบต่างๆ ภายในร้าน เช่น การสั่งอาหาร ไปจนถึงขั้นตอนการคิดเงินค่าอาหารให้รวดเร็วกว่าเดิม

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามสาขา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มีโชคพลาซ่า	ภาพรวม
ด้านผลิตภัณฑ์	26.4	3.7	18.8	16.3
ด้านราคา	16.0	3.2	12.6	10.6
ด้านการจัดจำหน่าย	28.9	10.6	20.4	20.0
ด้านการส่งเสริมการตลาด	37.6	21.1	30.8	29.8
ด้านบุคคล	35.6	20.2	24.6	26.8

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยร้อยละของลูกค้ำที่ประสบปัญหาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสาขา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยร้อยละของผู้ที่ประสบปัญหา			
	หน้ามช.	แม่วัง	มิโชคพลาซ่า	ภาพรวม
ด้านลักษณะกายภาพ	31.1	13.2	20.3	21.5
ด้านกระบวนการ	24.4	16.7	13.2	18.1
ภาพรวม	28.6	12.6	20.1	20.4

จากตารางที่ 40 แสดงร้อยละของลูกค้ำผู้ที่ประสบปัญหาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละของผู้ประสบปัญหามากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ ด้านบุคคล ร้อยละ 26.8 ด้านลักษณะทางกายภาพ ร้อยละ 21.5 ด้านการจัดจำหน่าย ร้อยละ 20.0 ด้านกระบวนการ ร้อยละ 18.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 16.3 และด้านราคา ร้อยละ 10.6 ตามลำดับ พิจารณาตามสาขาได้ผลการศึกษาดังนี้

สาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 37.6 รองลงมาคือ ด้านบุคคล ร้อยละ 35.6 และด้านลักษณะทางกายภาพ ร้อยละ 31.1 ด้านการจัดจำหน่าย ร้อยละ 28.9 ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 26.4 ด้านกระบวนการ ร้อยละ 24.4 และด้านราคา ร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

สาขาแม่วัง พบว่า ปัจจัยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 21.1 รองลงมาคือ ด้านบุคคล ร้อยละ 20.2 และด้านกระบวนการ ร้อยละ 16.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ ร้อยละ 13.2 ด้านการจัดจำหน่าย ร้อยละ 10.6 ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 3.7 และด้านราคา ร้อยละ 3.2 ด้านผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 18.8 ด้านกระบวนการ ร้อยละ 13.2 และด้านราคา ร้อยละ 12.6

สาขามิโชคพลาซ่า พบว่า ปัจจัยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ด้านบุคคล ร้อยละ 24.6 และด้านการจัดจำหน่าย ร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

จากการศึกษาปัญหาของร้านอาหารมายเวียดนามในแต่ละด้าน พบว่า ในมุมมองของผู้บริโภคร้านอาหารมายเวียดนามควรมีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม เช่น การให้ส่วนลดราคาหรือการสมัครสมาชิกเพื่อได้รับส่วนลดราคา เพราะจากผลการศึกษาพบว่ามีเพียงสาขาแม่วังที่มีการให้ส่วนลดราคาเฉพาะพนักงานที่ทำงานในบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น จึงมีส่วนของผู้ที่ประสบปัญหา

น้อยกว่าสาขาอื่นๆ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีสัดส่วนของผู้ประสบปัญหาน้อยสุดคือ ด้านราคาซึ่งลูกค้ามองว่าราคาอาหารของร้านอาหารมายเวียดนามยังถูกกว่าร้านอื่นๆ ในร้านที่มีระดับของคุณภาพอาหารเท่ากัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่ได้จากลูกค้าร้านอาหารมายเวียดนาม จังหวัด เชียงใหม่ได้ข้อเสนอแนะดังนี้

1 ผักสดไม่สะอาด จากกรณีที่พบคือ ลูกค้าพบเศษดินในผัก ทางร้านจึงควรที่จะให้ความใส่ใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเตรียมส่วนผสม เพราะในอาหารเวียดนาม ผักจัดเป็นส่วนผสมหลัก และองค์ประกอบหลักของอาหารที่ผู้บริโภคให้ความใส่ใจ แต่เนื่องจากลักษณะของผักบางชนิดที่ร้านอาหารมายเวียดนามนำมาเป็นผักที่รับประทานคู่กับอาหารเป็นผักที่ค่อนข้างใหญ่ไม่คุ้นเคย อาจทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจถึงลักษณะของผักบางชนิด ทางร้านน่าจะมีการทำมุมความรู้เกี่ยวกับผักและสรรพคุณทางยาของผักเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและได้รับความรู้เพิ่มเติม

2 สถานที่จอดรถ และการเดินทางโดยเฉพาะสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสาขามีโชคพลาซ่าเป็นสาขาที่ลูกค้าพบกับปัญหา ลูกค้าบางส่วนได้เสนอให้มีการเปิดสาขาในแหล่งชุมชนอื่นบ้าง เพื่อลดความแออัดของบางสาขาที่มีที่จอดรถจำกัด ประกอบกับจำนวนที่นั่งที่ไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้าเพราะพื้นที่ร้านในที่ตั้งกล่าว ไม่สามารถที่จะขยายเพิ่มเติมได้

3 ควรมีการจัดทำส่วนลดราคาให้กับกลุ่มนักศึกษาหรือจัดทำระบบสมาชิก เพราะจากการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ได้รับส่วนลดกับกลุ่มที่ไม่ได้รับส่วนลดในสาขาแม่วังที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มที่ไม่ได้รับส่วนลด โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาคิดว่ามีการได้รับการปฏิบัติที่แตกต่าง

4 ควรที่จะจัดการเรื่องกลิ่นอาหารภายในร้าน เพราะกลิ่นที่มาจากห้องครัวเข้ามาในร้านทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ อาจมีการติดเครื่องดูดควันหรือแยกส่วนครัวให้กลิ่นไม่สามารถผ่านจากห้องครัวสู่ในส่วนของลูกค้าที่รับประทานอาหารได้

5 ร้านอาหารมายเวียดนามควรที่จะมีการปรับปรุงระบบและวิธีการสั่งอาหารและระบบการคิดเงินให้รวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น การเพิ่มหรืออบรมพนักงานที่ช่วยในการคิดเงินให้เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีพนักงานไม่กี่คนที่สามารถคิดเงินลูกค้าได้