



Factors Affecting Towards Decision to Use Services of Luang Prabang Night Garden

Bounthany BOUNTHACHIT*, Chahue YANGSENXY** and Oulavieng SOMSACKXAYSOMPHEENG***

Department of Business Administration, Souphanouvong University, Lao PDR

***Correspondence:** *Bounthane*
BOUNTHACHIT, Luang
Prabang City Health Office
Tel: +856 20 56 429 695,
E-mail:
[*nyny.bouthajit@gmail.com*](mailto:nyny.bouthajit@gmail.com)

Submitted: July 03, 2024
Revised: July 28, 2024
Accepted: August 18, 2024

Abstract

The purpose of this research is to: 1) to study the situation of using restaurant services in Luangprabang Night garden restaurant, 2) to study the opinions of customers about Luangprabang Night garden restaurant 3) to find out the factors affect the decision to use services of Luangprabang Night garden restaurant. It was a survey research by using a questionnaire as a tool to collect and compile data from a sample group of 385 people. Use the SPSS version 20 program to find the frequency, percentage, mean value, standard deviation, and multiple regression equation to analyze the factors that affect the decision to use services this restaurant. The results of the research found that the situation of the Luangprabang Night garden restaurant are that most of the consumers go to use service 1-2 times per month, and some go to there every day for a week. The busiest time is between 6 o'clock and 8 o'clock in the evening. The opinion from the service users about Lat Lat Restaurant in the capital city is that after the customers have eaten at Luangprabang Night garden restaurant, they have the idea of recommending, persuading, and rewarding people they know to use the service and they think that they will come back to this place again. Also, the customers have taken photos and record videos of Luangprabang Night garden restaurant to share on Facebook (Facebook), Page, Website, etc. in order to persuade others to come to service. At the same time, they also think that Luangprabang Night garden restaurant is the best place for having dinner outside of home and they are very satisfied after the customers decide to use Luangprabang Night garden restaurant. The factors affect the decision to use Luangprabang Night garden restaurant are product factors, price factors, marketing promotion factors, operational process factors, physical characteristics factors and location factors with a statistical significance level of Sig <0.05.

Keywords: Situation of using services, decision to use services, Luang Prabang Night Garden

1. ພາກສະເໜີ

ອາຫານ ເປັນປັດໄຈພື້ນຖານໃນຊີວິດປະຈຳວັນຂອງມະນຸດ ທີ່ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຮ່າງກາຍ (Brown, 2024). ສະໄໝກ່ອນອາຫານຖືກປຸງຂຶ້ນເພື່ອຮັບປະທານກັນພຽງພາຍໃນຄອບຄົວເທົ່ານັ້ນ ມາຮອດ ປັດຈຸບັນໄດ້ມີການພັດທະນາດ້ວຍນະວັດຕະກຳທາງອາຫານ, ມີການປ່ຽນແປງໄປຕາມຍຸກສະໄໝເພື່ອຕອບສະໜອງຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຕະຫຼາດ. ອຸດສາຫະກຳອາຫານແມ່ນມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງໄວວາໂດຍສະເພາະຮ້ານອາຫານ ແລະ ຟາສຟຸດ ເຊິ່ງມີຜົນກະທົບຕໍ່ເສດຖະກິດໃນໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວ ທຸລະກິດອາຫານ ໄດ້ຮັບການພັດທະນາໄປຄຽງຄູ່ກັບການພັດທະນາເສດຖະກິດ - ສັງຄົມ (Johnson, 2022).

ທຸລະກິດຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ເປັນທຸລະກິດທີ່ສ້າງລາຍໄດ້ໃຫ້ກັບຊຸມຊົນທ້ອງຖິ່ນ, ຈາກການຊື້ວັດຖຸດິບ, ການຈ້າງແຮງງານພາຍໃນພື້ນທີ່, ການເຊົ່າພື້ນທີ່ ທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ ເປັນທຸລະກິດທີ່ເປີດດຳເນີນກິດຈະການໄດ້ງ່າຍ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມໃນໄລຍະຜ່ານມາ ຜູ້ປະກອບການແມ່ນພົບບັນຫາທີ່ເກີດຈາກຍອດຂາຍທີ່ມີຄວາມຜັນຜວນໃນແຕ່ລະຊ່ວງເວລາທີ່ຕ່າງກັນ ໂດຍຜູ້ປະກອບການອາດຈະຕ້ອງມີການປັບປຸງປັດໄຈທາງການຕະຫຼາດ ຫຼື ປ່ຽນວິທີການຂາຍ ມີການຕິດຕາມປະເມີນຜົນຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ເພື່ອທັນຕໍ່ສະຖານະການໃນປັດຈຸບັນ (Lee, 2024). ດັ່ງນັ້ນ, ໃນການສຶກສາປັດໄຈ ແລະ ຄຸນລັກສະນະທີ່ສຳຄັນສຳລັບການເປັນຜູ້ປະກອບການທີ່ດີຈະຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ປະກອບການມີຄວາມພ້ອມໃນການດຳເນີນງານ ແລະ ບໍລິຫານງານໄດ້ຢ່າງເປັນປະໂຫຍດຕໍ່ການສ້າງຄວາມສຳເລັດໃນທຸລະກິດນັ້ນໃຫ້ກັບຜູ້ປະກອບການຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ຍັງຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ທີ່ຈະຄິດລິເລີ່ມສ້າງທຸລະກິດ ຫຼື ຜູ້ປະກອບການລາຍໃຫມ່ໄດ້ມີໂອກາດກຽມຄວາມພ້ອມຂອງຕົນເອງໃນເງິນທຶນ, ຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດ, ການວາງແຜນທີ່ດີ, ສາມາດຍຶດຢູ່ໄປຕາມສະຖານະການໄດ້. ປັດໄຈທາງການຕະຫຼາດ 7P's ຖືວ່າມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ທຸລະກິດບໍລິການເປັນແນວທາງສຳລັບເຈົ້າຂອງທຸລະກິດບໍລິການເພື່ອສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈເຖິງຜົນທີ່ສຳຄັນຂອງປັດໄຈການຕະຫຼາດໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ ແລະ ເພື່ອນຳມາປະຍຸກໃຊ້ກັບທຸລະກິດ, ສ່ວນປະສົມທາງການຕະຫຼາດມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈຊື້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນເຊັ່ນ: ດ້ານ

ຜະລິດຕະພັນເປັນສິ່ງທີ່ສາມາດຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໄດ້ຫຼາຍ ຫຼື ໜ້ອຍຂຶ້ນກັບຜູ້ບໍລິໂພກຈະວິເຄາະ ແລະ ຄຳນຶງເຖິງປະໂຫຍດທີ່ໄດ້ຮັບຫຼາຍທີ່ສຸດ ຈຶ່ງເກີດການຕັດສິນໃຈຊື້ (Harris, 2024).

ສວນລາດແລງ ເລີ່ມປະກົດຕົວຂຶ້ນ ແລະ ໃຫ້ການບໍລິການອາຫານໃນປີ 2019 ມີເປົ້າໝາຍເພື່ອໃຫ້ບໍລິການດ້ານອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມແກ່ລູກຄ້າທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ໂດຍສະເພາະແມ່ນນັກທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ມາທ່ຽວຫຼວງພະບາງ, ສວນລາດແລງຕັ້ງຢູ່ເຂດບໍລິເວນດຽວກັບຕະຫຼາດກາງຄືນ ເຊິ່ງເປັນສະຖານທີ່ຈຳໜ່າຍຜະລິດຕະພັນຊົນເຜົ່າ. ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຕ້ອງການແກ່ລູກຄ້າ ທຸລະກິດຮ້ານອາຫານ ຈຳເປັນຕ້ອງມີການພັດທະນາການບໍລິການ ແລະ ຄິດຄົ້ນປັດໄຈທາງການຕະຫຼາດໃຫມ່ໆ ເພື່ອໃຫ້ເກີດຄວາມພໍໃຈ (Wong, 2023). ເຊິ່ງມີສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ບໍລິການດັ່ງນີ້ ມີອາຄານ 3 ຫຼັງ ຫຼັງທີ່ໜຶ່ງແມ່ນຫ້ອງນ້ຳລວມມີ 4 ຫ້ອງ, ອີກສອງຫຼັງ ລວມມີ 21 ຫ້ອງ (ຫ້ອງຂາຍອາຫານເບົາ - ເຄື່ອງດື່ມ 14 ຫ້ອງ, ຫ້ອງຂາຍເຄື່ອງຫັດຖະກຳ ຫ້ອງ ແລະ ຫ້ອງຊັກລ້າງ 1 ຫ້ອງ), ນອກນັ້ນ ຍັງປະກອບມີເວທີສະແດງ, ເດີນສຳລັບວາງໂຕະຕັ້ງ, ເສົາໄຟຟ້າເຍືອງສວນ, ດອກໄຟປະດັບສວນ, ຮົ່ວຕົ້ນຊາກ້ຽງທອງ, ສວນດອກໄມ້ ແລະ ຕົ້ນໄມ້ຈຳນວນໜຶ່ງ. ເຊິ່ງໃນບໍລິເວນຕະຫຼາດມືດແຫ່ງນີ້ຍັງເຮັດໃຫ້ນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ມາບໍລິການ ແລະ ມີຄວາມພໍໃຈຫຼາຍ (Inthaleuxay et al., 2024).

ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ນຳໃຊ້ 1 ຫ້ອງ ໃນຈຳນວນ 21 ຫ້ອງເພື່ອນຳໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ໂຄສະນາການທ່ອງທ່ຽວ (ຕາມຈຸດປະສົງເປົ້າໝາຍຂອງສະຖາບັນຍຸດທະສາດເພື່ອສິ່ງແວດລ້ອມໂລກ ຫຼື JAIF-IGES) ທີ່ເປັນຜູ້ໃຫ້ທຶນຊ່ວຍເຫຼືອລ້າໃນການປັບປຸງພື້ນຖານໂຄງລ່າງພັດທະນາສວນລາດແລງ), ໃນນັ້ນ ຫ້ອງຂາຍເຄື່ອງ 20 ຫ້ອງ (ຫ້ອງຂາຍອາຫານເບົາ 14 ຫ້ອງ, ຫ້ອງຂາຍເຄື່ອງຫັດຖະກຳ 5 ຫ້ອງ ແລະ ຫ້ອງຊັກລ້າງ 1 ຫ້ອງ); ຫ້ອງນ້ຳ 4 ຫ້ອງ; ເວທີສະແດງ; ເດີນສຳລັບວາງໂຕະຕັ້ງ (ໂຕະ 52 ໜ່ວຍ, ຕັ້ງໂຄງເຫຼັກໜ້າໄມ້ 208 ໜ່ວຍ, ດອກໄຟປະດັບສວນ 30 ຊຸດ; ເສົາໄຟຟ້າເຍືອງສວນ 13 ຊຸດ ໂດຍ

ພາກສ່ວນລັດ ເປັນຜູ້ສະ ໜອງໃຫ້, ສ່ວນຕົ້ນຊາກັງທອງ; ສວນດອດໄມ້ ແລະ ຕົ້ນໄມ້ຈຳນວນໜຶ່ງ ແມ່ນມີຢູ່ເດີມ).

ການຈັດງານຫາລາຍໄດ້ສຳລັບກິດຈະກຳ ແລະ ງານ ເທດສະການຕ່າງໆປະຈຳປີຂອງແຂວງ/ນະຄອນຫຼວງພະ ບາງ ທີ່ຈະນຳໃຊ້ພື້ນທີ່ສວນລາດແລງ (ຊົ່ວຄາວ) ເປັນຕົ້ນ: ວັນສິ່ງທ້າຍປີເກົ່າຕ້ອນຮັບປີໃໝ່, ບຸນປີໃໝ່ລາວ, ເທດສະ ການຮູບເງົາ, ການສະເຫຼີມສະຫຼອງມໍລະດົກໂລກຫຼວງພະ ບາງ ແລະ ວັນສຳຄັນຕ່າງໆຂອງຊາດ, ແຂວງຫຼວງພະບາງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ (Seng, 2024).

ສວນລາດແລງ ເປັນຮ້ານອາຫານໃຫ້ບໍລິການອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງດື່ມ ຕັ້ງຢູ່ບ້ານປ່າຂາມ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແຂວງຫຼວງພະບາງ ເປີດໃຫ້ບໍລິການຈົນເຖິງປັດຈຸບັນ ສາ ມາດຮອງຮັບໄດ້ບໍ່ເກີນ 400 ຄົນ ສວນລາດແລງເປີດໃຫ້ບໍ ລິການທຸກວັນ ເລີ່ມແຕ່ເວລາ 17:00 - 23:30 ໂມງ. ໄດ້ ເຊົ່າສະຖານທີ່ດຳເນີນທຸລະກິດ ເນື່ອງຈາກຮ້ານອາຫານມີ ລູກຄ້າຈຳນວນຫຼາຍ, ມີລະບົບລະບຽບໃນການດຳເນີນການ ຈາກຜູ້ສຳປະທານສວນລາດແລງ ທີ່ສະໜອງລະບົບການ ບໍລິຫານຄຸ້ມຄອງທີ່ດີ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ວິທີການສ້າງ ສຳພັນທີ່ດີກັບຜູ້ບໍລິໂພກໂດຍທາງຮ້ານຕ້ອງການປັດໄຈ ຫຼື ວິທີການດຳເນີນງານມາບໍລິຫານຈັດການຮ້ານເຊັ່ນ: ດ້ານ ການສົ່ງເສີມການຂາຍ, ການໂຄສະນາຕ່າງໆ ເພື່ອດຶງດູດ ຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃຫ້ເຂົ້າມາໃຊ້ບໍລິການສວນ ລາດແລງໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ຄາດຫວັງໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກເກີດ ຄວາມພໍໃຈສູງສຸດ ແລະ ກັບມາໃຊ້ບໍລິການອີກຄັ້ງ ຈຶ່ງເຮັດ ໃຫ້ຜູ້ສຶກສາມີຄວາມຕ້ອງການທີ່ຈະໃຊ້ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ຄວບຄຸມໄປເຖິງການຈັດການບໍລິຫານພາຍໃນຮ້ານໃຫ້ມີ ປະສິດທິພາບ (Chou, 2024). ໂດຍຜູ້ສຶກສາໄດ້ກຳນົດ ຈຸດປະສົງຂອງການຄົ້ນຄວ້າ 1) ສຶກສາສະພາບການໃຊ້ ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະ ບາງ, 2) ສຶກສາປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ ຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ແລະ 3) ສຶກສາຄວາມຄິດເຫັນຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຕໍ່ສວນລາດແລ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

2. ອຸປະກອນ ແລະ ວິທີການ

2.1 ເຄື່ອງມືໃນການຄົ້ນຄວ້າ

ການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ ເຊິ່ງເປັນການສຶກສາໃນ ລັກສະນະການສຳຫຼວດ (Survey research) ໂດຍໃຊ້

ແບບສອບຖາມແບບມາດຕາສ່ວນ (Ratio Questionnaires) ໂດຍແບ່ງອອກເປັນ 3 ສ່ວນຄື:

ສ່ວນທີ 1 ພຶດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນ ສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ

ສ່ວນທີ 2 ລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງ ພະບາງ

ສ່ວນທີ 3 ລະດັບການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການຮ້ານ ອາຫານໃນສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເປັນຂໍ້ມູນ ແບບຄຸນນະພາບ ໂດຍໃຊ້ມາດຕາສ່ວນ Likert (Likert Scale) ເຊິ່ງກຳນົດເປັນ 5 ລະດັບຂອງທາງເລືອກຄຳຕອບ ໂດຍມີມາດຖານສຳລັບການໃຫ້ຄະແນນລະດັບຄວາມສຳ ຄັນປັດໄຈທີ່ສຳຄັນ ດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ຄະແນນ ຄວາມໝາຍຂອງຄະແນນ

ຄະແນນ 5 ລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ໃຊ້ບໍລິການ ຢູ່ໃນລະດັບຄວາມສຳຄັນຫຼາຍທີ່ສຸດ

ຄະແນນ 4 ລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ໃຊ້ບໍລິການ ຢູ່ໃນລະດັບຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ

ຄະແນນ 3 ລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ໃຊ້ບໍລິການ ຢູ່ໃນລະດັບຄວາມສຳຄັນປານກາງ

ຄະແນນ 2 ລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ໃຊ້ບໍລິການ ຢູ່ໃນລະດັບຄວາມສຳຄັນໜ້ອຍ

ຄະແນນ 1 ລະດັບປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈ ໃຊ້ບໍລິການ ຢູ່ໃນລະດັບຄວາມສຳຄັນໜ້ອຍທີ່ສຸດ

2.2 ປະຊາກອນ ແລະ ກຸ່ມຕົວຢ່າງ

ກຸ່ມຕົວຢ່າງທີ່ຈະໃຊ້ເຂົ້າໃນການສຶກສາ ຄື ລູກຄ້າຜູ້ ໃຊ້ບໍລິການຜ່ານເຄືອຂ່າຍໂທລະສັບມືຖືຂອງລູກຄ້າບໍລິສັດ ລາວໂທລະຄົມມະນາຄົມ ມະຫາຊົນ ແຂວງອຸດົມໄຊ, ເຊິ່ງ ການສຶກສາໄດ້ສຸ່ມຕົວຢ່າງແບບສະດວກ (Convenient sampling) ເນື່ອງຈາກບໍ່ຮູ້ຈຳນວນປະຊາກອນແນ່ນອນ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຫາຈຳນວນປະຊາກອນຕົວຢ່າງດ້ວຍວິທີການຄຳ ນວນດ້ວຍສູດການຫາປະຊາກອນຕົວຢ່າງກໍລະນີບໍ່ຮູ້ ຈຳນວນປະຊາກອນຂອງ (ສີສະອາດ, 1992) ໃນການສຸ່ມ

ຕົວຢ່າງປະຊາກອນໃນລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95 ສ່ວນ
ຮ້ອຍ ຫຼື ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ $P < 0.05$

❖ **ສູດ:**

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

n = ຈຳນວນຂະໜາດຂອງກຸ່ມຕົວຢ່າງ

P = ສັດສ່ວນຂອງປະຊາກອນທີ່ຜູ້ສຶກສາກຳນົດສູ່ມ

z = ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ

e = ຄວາມຄາດເຄື່ອນທີ່ຍອມໃຫ້ເກີດຂຶ້ນ

Z = ມີຄ່າເທົ່າກັບ 1.96 ລະດັບຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ 95% (ລະດັບ 0.05)

ແທນຄ່າ:

$$n = \frac{(0.45)(1-0.45)}{(0.05)^2} = \frac{(0.45)(0.55)}{(0.05)^2} = \frac{0.9504}{0.0025} = 380.16$$

ເພື່ອຮັບປະກັນການຕົກເຮ່ຍເສຍຫາຍຂອງແບບສອບຖາມ
ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ຢາຍເພີ່ມແບບສອບຖາມຈຳນວນ 5 ສະບັບ
ສະນັ້ນກຸ່ມຕົວຢ່າງໃນການສຶກສາໃນຄັ້ງນີ້ທັງໝົດມີ 385
ຄົນ

2.3 ການເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນ

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ຂໍ້ມູນທັງໝົດແມ່ນມີລັກສະນະ
ເປັນຂໍ້ມູນປະຖົມພູມ (Primary Data). ດັ່ງນັ້ນ, ການ
ລວບລວມຂໍ້ມູນເພື່ອໃຊ້ເຂົ້າໃນການວິເຄາະ ຜູ້ສຶກສາໄດ້ມີ
ການລົງເກັບຂໍ້ມູນໂດຍການແຈກຢາຍແບບສອບຖາມນຳ
ລູກຄ້າທີ່ມາໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ
ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງມີຈຳນວນທັງໝົດ 385 ຄົນ.

2.4 ການຫາຄຸນນະພາບຂອງເຄື່ອງມື

ຜູ້ຄົນຄວ້າໄດ້ນຳຜົນການປະເມີນແບບສອບຖາມ
ຈາກຜູ້ຊ່ຽວຊານ ເພື່ອມາປະເມີນຫາຄ່າທ່ຽງຕົງຈາກ
ຈຸດປະສົງ ແລະ ທຽບກັບເກນທີ່ກຳນົດ. ແບບສອບຖາມທີ່
ໃຊ້ຕ້ອງມີຄ່າ IOC ຕັ້ງແຕ່ 0.5-1.00 ຈຶ່ງຖືວ່າແບບສອບ
ຖາມນີ້ສາມາດໄປທົດລອງນຳໃຊ້ໄດ້ ແລະ ໄດ້ມີການ
ປັບປຸງຕາມຄຳແນະນຳຂອງຜູ້ຊ່ຽວຊານ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ແບບ
ສອບຖາມທີ່ດີ, ເຊິ່ງຄຳເຫັນຈາກຜູ້ຊ່ຽວຊານ 3 ທ່ານ

ໂດຍລວມແລ້ວມີຄ່າ IOC = 0.92 ເຊິ່ງຢູ່ໃນເກນທີ່ສາມາດ
ນຳໄປໃຊ້ໃນການເກັບຂໍ້ມູນຈິງໄດ້.

2.5 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນ

ພາຍຫຼັງເກັບລວບລວມຂໍ້ມູນ ຈາກແບບສອບຖາມ
ທັງໝົດຕາມຈຳນວນ, ກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງ ແບບ
ສອບຖາມແຕ່ລະຊຸດ. ຈາກນັ້ນ, ເອົາຂໍ້ມູນທັງໝົດໄປ
ວິເຄາະໂດຍໂປຣແກຣມທາງສະຖິຕິສຳເລັດຮູບ (SPSS
Version 27) ເພື່ອວິເຄາະຫາຄ່າສະເລ່ຍ ແລະ ຄ່າຜັນ
ປ່ຽນມາດ ຕະຖານຂອງລະດັບຄວາມສຳຄັນໃນການເລືອກ
ໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງ
ພະບາງ ແລະ ໂດຍໃຊ້ການວິເຄາະຄວາມທົດຖອຍພະຫຸ
ຄຸນ (Multiple Regression Analysis) ເພື່ອວິເຄາະ
ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການເລືອກໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນ
ສວນລາດແລງ ນະ ຄອນຫຼວງພະບາງ ເຊິ່ງໄດ້ມີການກຳນົດ
ຄ່າລະດັບຄວາມສຳຄັນ $\text{sig} \leq 0.05$.

3. ຜົນໄດ້ຮັບ

ຈາກຜົນການສຶກສາ ພົບວ່າ ສະພາບການໃຊ້ບໍລິການ
ຮ້ານອາຫານສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ
ສ່ວນໃຫຍ່ຮູ້ຈັກສວນອາຫານລາດແລງຈາກ ຄອບຄົວ,
ຍາດຕີພີ່ນ້ອງ, ຄູ່ຮັກ ຈຳນວນ 144 ຄົນ ກວມເອົາ 37.40%,

ຄວາມຖີ່ໃນການຮັບປະທານອາຫານລະຫວ່າງ 1 - 3 ຄັ້ງ ຕໍ່ ເດືອນ ຈຳນວນ 221 ຄົນ ກວມເອົາ 57,40%, ຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ຕໍ່ຄັ້ງ ຈຳນວນ 100,001-500,000 ກີບ ຈຳນວນ 235 ຄົນ ກວມເອົາ 61.04%, ໄປທຸກມື້ 1 ອາທິດຕິດຕໍ່ກັນ ຈຳນວນ 100 ຄົນ ກວມເອົາ 25.97%, ໄປດ້ວຍເອງ ຈຳນວນ 157 ຄົນ ກວມເອົາ 40.78%, ໄປແຕ່ວັນເສົາ-ທິດ ຈຳນວນ 226 ຄົນ ກວມເອົາ 58.70%, ເວລາທີ່ໄປໃຊ້ບໍລິການແມ່ນ 18:00 - 20:00 ໂມງ ຈຳນວນ 196 ຄົນ ກວມເອົາ 5.91%, ສັ່ງອາຫານ 1-3 ຢ່າງ ຈຳນວນ 214 ຄົນ ກວມເອົາ 55.58%, ອາຫານທີ່ມັກຊື້ກິນແມ່ນ ປະເພດດາດ, ບຸບເຟ່, ພິດຊ່າ, ຈຳ ນວນ 180 ຄົນ ກວມເອົາ 14.07%, ການຊຳລະຄ່າອາຫານ ເປັນເງິນສົດ ຈຳນວນ 241 ຄົນ ກວມເອົາ 62.60%.

ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການ ສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມຢູ່ ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X}=3.46$; $SD=0.51$), ໃນນັ້ນ ປັດໄຈທີ່ ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນໃນລະດັບຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນປັດໄຈ ດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ ($\bar{X}=3.65$; $SD=0.63$), ຖັດມາແມ່ນປັດໄຈດ້ານລາຄາ ($=\bar{X}3.64$; $SD=0.62$), ປັດໄຈດ້ານດ້ານສະຖານທີ່ ($\bar{X}=3.63$; $SD=0.68$), ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການ ($\bar{X}=3.62$; $SD=0.64$), ປັດໄຈດ້ານທາງກາຍະພາບ ($\bar{X}=3.54$; $SD=0.68$) ແລະ ປັດໄຈດ້ານພະນັກງານ ($\bar{X}=3.51$; $SD=0.65$), ປັດໄຈດ້ານ ບັນຍາກາດ, ອາກາດ ແລະ ທີ່ຕັ້ງ ພະນັກງານ ($\bar{X}=2.71$; $SD=0.85$), ມີລະດັບຄວາມສຳ ຄັນໃນລະດັບໜ້ອຍແມ່ນດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ ($\bar{X}=2.60$; $SD=0.90$) ຕາມລຳດັບ.

ຄວາມຄິດເຫັນຈາກຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຕໍ່ກັບສວນອາຫານ ລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ ($\bar{X}=3.53$; $SD=0.62$), ໃນນັ້ນ, ຫຼາຍກວ່າໝູ່ແມ່ນຫຼັງ ຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຮັບປະທານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ແລ້ວມີແນວຄິດຈະແນະນຳ, ຊັກຊວນ, ໃຫ້ບຸນຄົນທີ່ລູກຄ້າ ຮູ້ຈັກມາໃຊ້ບໍລິການ ($\bar{X}=3.73$; $SD=0.86$), ຖັດມາ

ແມ່ນຫຼັງຈາກທີ່ລູກຄ້າຮັບປະທານອາຫານໃນສວນລາດ ແລງຄິດວ່າຈະກັບມາໃຊ້ບໍລິການຊ້າອີກຄັ້ງ ($\bar{X}=3.62$; $SD=0.82$), ໄດ້ຖ່າຍຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອ ບັນຍາກາດ ສວນລາດແລງລົງ ເຟສບຸກ (Facebook), Page, ເວັບໄຊ້ ແລະ ອື່ນໆ ($\bar{X}=3.59$; $SD=1.05$), ມີຄວາມເຊື່ອວ່າ ສວນລາດແລງມີສິ່ງທີ່ພິເສດ ຫຼື ດີກວ່າຮ້ານອາຫານໃນ ບໍລິເວນດຽວກັນເຊັ່ນ: ເລື່ອງຂອງລົດຊາດອາຫານ, ລາຄາ ອາຫານ ແລະ ການບໍລິການພາຍໃນຮ້ານ ($\bar{X}=3.56$; $SD=0.83$), ຄິດວ່າຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ໂດຍລວມແລ້ວນັ້ນ ຖືເປັນທາງເລືອກທີ່ດີທີ່ສຸດໃນການ ບໍລິໂພກອາຫານນອກບ້ານ ($\bar{X}=3.41$; $SD=0.87$) ແລະ ມີຄວາມພໍໃຈຫຼາຍຫຼັງຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຕັດສິນໃຈ ເລືອກໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ($\bar{X}=3.41$; $SD=0.91$), ມີລະດັບຄວາມສຳຄັນໃນລະດັບປານ ກາງແມ່ນຫຼັງຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຂໍ້ມູນຮ້ານອາຫານຕ່າງໆໃນ ບໍລິເວນດຽວກັບຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງແລ້ວ ລູກ ຄ້າບໍ່ຄິດລັງເລທີ່ຈະຕັດສິນໃຈ ເລືອກໃຊ້ບໍລິການ ($\bar{X}=3.38$; $SD=0.87$) ຕາມລຳດັບ.

ຜົນການວິເຄາະບັນດາປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນ ໃຈຊື້ບໍລິການສວນລາດແລງດັ່ງສົມຜົນຂ້າງລຸ່ມນີ້:

$$Y = 0.094 + 0.186X_1 + 0.164X_2 + 0.080X_3 + 0.086X_4 + 0.036X_5 + 0.226X_6 + 0.199X_7 + e$$

$$0.751 \quad +4.290^{***} + 3.428^{***} + 2.301^{**} + 4.115^{***} + 0.855 \quad + 4.480^{***} + 4.483^{***}$$

ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ (X_1), ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X_2), ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X_4), ປັດໄຈ ດ້ານຂະບວນການປະຕິບັດງານ (X_6), ປັດໄຈດ້ານ ລັກສະນະກາຍະພາບ (X_7) ແລະ ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ (X_3). ເມື່ອພິຈາລະນາຈາກຄ່າຄວາມເຊື່ອໜັ້ນທາງສະຖິຕິ ພົບວ່າ ຄ່າຂອງຕົວປ່ຽນ x_1 ປັດໄຈທາງດ້ານຜະລິດຕະພັນ ມີຄ່າຄວາມເຊື່ອໜັ້ນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ 0.000, x_2 ປັດໄຈ ທາງດ້ານລາຄາ ມີຄ່າຄວາມເຊື່ອໜັ້ນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ

0.001, x_4 ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ ເຊິ່ງມີຄ່າຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ 0.000, x_6 ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການປະຕິບັດງານ ມີຄ່າຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ 0.000, x_7 ປັດໄຈດ້ານລັກສະນະກາຍຍະພາບ ມີຄ່າຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ 0.000, x_3 ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ ເຊິ່ງມີຄ່າຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນທາງສະຖິຕິເທົ່າກັບ 0.022 ນັ້ນໝາຍຄວາມວ່າທຸກຕົວປ່ຽນທີ່ກ່າວມານັ້ນ ປະຕິເສດສົມມຸດຖານ (H_0) ໃນລະດັບຄວາມເຊື່ອຫມັ້ນທາງສະຖິຕິ 95%.

ຜົນການວິເຄາະຂ້າງເທິງພົບວ່າ R^2 ມີຄ່າເທົ່າກັບ 0.684 ໝາຍເຖິງຕົວປ່ຽນອິດສະຫຼະທັງໝົດສາມາດສົ່ງຜົນໄດ້ 68.4%, ໄດ້ຮູ້ວ່າ ຄ່າ B ແທນສຳປະສິດຖືດຖອຍ, ຄ່າ Beta ແທນສຳປະສິດຖືດຖອຍຄະແນນມາດຕະຖານ, ຄ່າ t ແທນສະຖິຕິທົດສອບ, ຄ່າ Sig ລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິທົດສອບ ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ຍອມຮັບ H_0 ຫຼື ປະຕິເສດ H_1) ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ (X_1), ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X_2), ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ (X_3) ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X_4), ປັດໄຈດ້ານພະນັກງານ (X_5), ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການປະຕິບັດງານ (X_6), ປັດໄຈດ້ານສິ່ງນຳສະເໜີທາງກາຍຍະພາບ (X_7) ແລະ ຕົວປ່ຽນຕາມລວມຄືການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ (Y). ຈາກຂໍ້ມູນຂ້າງເທິງ ສາມາດອະທິບາຍໂອກາດຂອງປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການເລືອກໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໄດ້ດັ່ງນີ້:

ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ (X_1) ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.186$, $Beta = 0.189$, $t = 4290$, $Sig = 0.000$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ($Sig = 0.000 < 0.01$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ປະຕິເສດ H_0 ຍອມຮັບ H_1) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ (X_1) ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X_2) ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.164$, $Beta = 0.164$, $t = 3.428$, $Sig = 0.001$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ($Sig = 0.001 < 0.01$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ປະຕິເສດ H_0 ຍອມຮັບ H_1) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າ ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X_2) ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ (X_3) ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.080$, $Beta = 0.087$, $t = 2.301$, $Sig = 0.022$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.05 ($Sig = 0.022 < 0.05$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ປະຕິເສດ H_0 ຍອມຮັບ H_1) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າ ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ (X_3) ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X_4) ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.086$, $Beta = 0.125$, $t = 4.115$, $Sig = 0.000$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ($Sig = 0.000 < 0.01$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ປະຕິເສດ H_0 ຍອມຮັບ H_1) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X_4) ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ປັດໄຈດ້ານພະນັກງານ (X_5) ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.036$, $Beta = 0.037$, $t = 0.855$, $Sig = 0.393$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.1 ($Sig = 0.393 > 0.1$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ຍອມຮັບ H_0 ປະຕິເສດ H_1) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າປັດໄຈດ້ານພະນັກງານ (X_5) ບໍ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການປະຕິບັດງານ (X_6) ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.226$, $Beta = 0.232$, $t = 4.480$, $Sig = 0.000$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສຳຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ($Sig = 0.000 < 0.01$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ປະຕິເສດ H_0 ຍອມຮັບ H_1) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າປັດໄຈດ້ານຂະບວນການ

ປະຕິບັດງານ (X₆) ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນ
ອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

ປັດໄຈດ້ານສິ່ງນໍາສະເໜີທາງກາຍຍະພາບ (X₇)
ເຫັນວ່າຄ່າ $B = 0.199$, $Beta = 0.218$, $t = 4.483$, $Sig = 0.000$, ເຊິ່ງລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຖິຕິ 0.01 ($Sig = 0.000 < 0.01$) ເຊິ່ງສາມາດສະແດງວ່າ (ປະຕິເສດ H₀
ຍອມຮັບ H₁) ສະນັ້ນ ເຫັນວ່າປັດໄຈດ້ານສິ່ງນໍາສະເໜີທາງ
ກາຍຍະພາບ (X₇) ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນ
ອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ.

4. ວິພາກຜົນ

ຈາກຜົນການຄົ້ນຄວ້າສະພາບໃຊ້ບໍລິການຮ້ານ
ອາຫານສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເຫັນ
ວ່າຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນຫຼາຍແມ່ນໄປບໍລິການ 1-2 ຄັ້ງຕໍ່ເດືອນ
ອີກຈໍານວນໜຶ່ງກະໄປທຸກມື້ເປັນອາທິດ ສອດຄ່ອງກັບການ
ຄົ້ນຄວ້າຂອງ Thunticha (2559) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່
ການຕັດສິນໃຈຂອງຜູ້ບໍລິໂພກໃນການເລືອກໃຊ້ຮ້ານ
ອາຫານຍີ່ປຸ່ນ ໃນສູນການຄ້າອະຍຸດທະຍາຊີຕີ້ພາກ
ຈັງຫວັດນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ພົບວ່າ: ສ່ວນໃຫຍ່ມີ
ພຶດຕິກຳການໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານຍີ່ປຸ່ນ ມີຄວາມຖີ່ໃນ
ການໃຊ້ບໍລິການ 1-2 ຄັ້ງຕໍ່ເດືອນ, ວັນທີ່ມັກໃຊ້ບໍລິການ
ແມ່ນເສົາ ແລະ ວັນອາທິດ.

ຄວາມຄິດເຫັນຈາກຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຕໍ່ກັບສວນອາຫານ
ລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມຢູ່ໃນລະດັບຫຼາຍ
ໃນນັ້ນ ຫຼາຍກວ່າໜູ່ແມ່ນຫຼັງຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຮັບປະທານ
ອາຫານໃນສວນລາດແລງແລ້ວມີແນວຄິດຈະແນະນໍາ, ຊັກ
ຊວນ, ໃຫ້ບຸນຄົນທີ່ລູກຄ້າຮູ້ຈັກມາໃຊ້ບໍລິການ ຫຼັງຈາກທີ່
ລູກຄ້າຮັບປະທານອາຫານໃນສວນລາດແລງແລ້ວພວກເຂົາ
ຄິດວ່າຈະກັບມາໃຊ້ບໍລິການຊ້າອີກ ນອກຈາກນີ້ຜູ້ບໍລິການ
ໄດ້ຖ່າຍຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອ ບັນຍາກາດສວນລາດແລງ
ລົງ ເຟສບຸກ (Facebook), Page, ເວັບໄຊ້ ແລະ ອື່ນໆ
ເພື່ອເປັນການຊັກຊວນຜູ້ອື່ນໄດ້ມາບໍລິການ ພວກເຂົາຍັງ ມີ
ຄວາມເຊື່ອວ່າສວນລາດແລງມີສິ່ງທີ່ພິເສດ ຫຼື ດີກວ່າຮ້ານ
ອາຫານໃນບໍລິເວນດຽວກັນເຊັ່ນ: ເລື່ອງຂອງລົດຊາດ

ອາຫານ, ລາຄາອາຫານ ແລະ ການບໍລິການພາຍໃນຮ້ານ
ພ້ອມນັ້ນພວກເຂົາຍັງຄິດວ່າຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ
ໂດຍລວມແລ້ວນັ້ນ ຖືເປັນທາງເລືອກທີ່ດີທີ່ສຸດໃນການ
ບໍລິໂພກອາຫານນອກບ້ານ ແລະ ມີຄວາມພໍໃຈຫຼາຍຫຼັງ
ຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານ
ໃນສວນລາດແລງ. ເຊິ່ງສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ
Thunticha (2559) ພົບວ່າຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ມາໃຊ້ບໍລິການຮ້ານ
ອາຫານຍີ່ປຸ່ນ ໃນສູນການຄ້າອະຍຸດທະຍາຊີຕີ້ພາກ
ຈັງຫວັດນະຄອນສີອະຍຸດທະຍາ ມີການຊັກຊວນຜູ້ອື່ນມາ
ບໍລິການນໍາອີກດ້ວຍ.

ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນ
ອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ໂດຍລວມ
ປະກອບມີ: ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ບໍລິການ (X₁)
 $Sig = 0.000$, ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X₂) $Sig = 0.001$, ປັດ
ໄຈດ້ານສະຖານທີ່ (X₃) $Sig = 0.022$, ປັດໄຈດ້ານການ
ສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X₄) $Sig = 0.000$, ປັດໄຈດ້ານ
ຂະບວນການປະຕິບັດງານ (X₆) $Sig = 0.000$, ປັດໄຈ
ດ້ານສິ່ງນໍາສະເໜີທາງກາຍຍະພາບ (X₇) $Sig = 0.000$ ມີ
ຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການສວນອາຫານລາດແລງ
(Y). ສອດຄ່ອງກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Nguyen (2015)
ຜົນການຄົ້ນພົບເຫັນວ່າປັດໄຈຜະລິດຕະພັນມີອິດທິພົນ
ຫຼາຍທີ່ສຸດຕໍ່ການຕັດສິນໃຈການຊື້ຂອງຜູ້ບໍລິໂພກ, ຮອງມາ
ແມ່ນຄວາມສະດວກໃນການຊື້ເຄື່ອງ, ບັນຍາກາດຮ້ານ, ລາ
ຄາ, ການສົ່ງເສີມແລະບຸກຄະລາກອນຕາມລໍາດັບ.
ພາບລວມສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານ
ວາສນາຊີຟູດເມື່ອພິຈາລະນາຈາກປັດໄຈພົບວ່າສ່ວນໃຫຍ່
ໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນໄປທີ່ 5 ດ້ານທີ່ສິ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້
ບໍລິການທີ່ຮ້ານອາຫານທະເລ ວາສະນາ ໄດ້ແກ່ ດ້ານ
ຜະລິດຕະພັນ, ດ້ານລາຄາ, ດ້ານສະຖານທີ່ຕັ້ງ, ດ້ານການ
ສົ່ງເສີມການຂາຍ ແລະ ດ້ານຂະບວນການ ໃນຂະນະທີ່ດ້ານ
ພະນັກງານຜູ້ໃຫ້ບໍລິການບໍ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້
ບໍລິການທີ່ຮ້ານອາຫານຄົວວາສນາຊີຟູດ ແລະ ສອດຄ່ອງ
ກັບບົດຄົ້ນຄວ້າຂອງ Klinsukon (2567) ໄດ້ສຶກສາ ປັດ

ໄຈຜົນທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານຂອງຄົນໃນກຸ່ມເທບມະຫານະຄອນພົບວ່າ: ສ່ວນປະສົມທາງດ້ານການຕະຫຼາດ (7P's) ດ້ານລາຄາ, ດ້ານລັກສະນະທາງກາຍຍະພາບ ແລະ ດ້ານຂະບວນການອອກແບບບໍລິການທີ່ມີຜົນກັບການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານຂອງຄົນໃນກຸ່ມເທບມະຫານະຄອນສອດຄ່ອງກັບ ການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Sanjutha (2559) ທີ່ສຶກສາປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນຕໍ່ການເລືອກໃຊ້ການບໍລິການລົດອາຫານເຄື່ອນທີ່ ພົບວ່າ: ປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການເລືອກໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໄດ້ແກ່ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ ແລະ ລາຄາ. ນອກນີ້ຍັງສອດຄ່ອງກັບການຄົ້ນຄວ້າຂອງ Nathatchaphong (2552) ໄດ້ ພົບວ່າ ຜູ້ບໍລິໂພກໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນແຕ່ລະປັດໄຈໃນລະດັບຫຼາຍປະກອບມີດ້ານບຸກຄະລາກອນ, ດ້ານຂະບວນການໃຫ້ບໍລິການ, ດ້ານລາຄາ, ດ້ານການຈັດຈໍາໜ່າຍ ແລະ ດ້ານສິ່ງນໍາສະເໜີທາງກາຍຍະພາບ.

5. ສະຫຼຸບ

ຈາກຜົນການຄົ້ນຄວ້າສະພາບໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ເຫັນວ່າຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນຫຼາຍແມ່ນໄປບໍລິການ1-2 ຄັ້ງຕໍ່ເດືອນອີກຈໍານວນໜຶ່ງກະໄປທຸກມື້ເປັນອາທິດ ສະພາບການຄຶກຄັກມີຄົນມາຫຼາຍແມ່ນໃນຊ່ວງຕອນແລງລະຫວ່າງ 6 ໂມງ ຫາ 8 ໂມງກາງຄືນ.

ຄວາມຄິດເຫັນຈາກຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຕໍ່ກັບສວນອາຫານລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນຫຼັງຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຮັບປະທານອາຫານໃນສວນລາດແລງແລ້ວມີແນວຄິດຈະແນະນໍາ, ຊັກຊວນ, ໃຫ້ບຸນຄົນທີ່ລູກຄ້າຮູ້ຈັກມາໃຊ້ບໍລິການ ແລະພວກເຂົາຄິດວ່າມາແລ້ວຈະກັບມາໃຊ້ບໍລິການຊ້ໍາອີກ ນອກຈາກນີ້ຜູ້ບໍລິການໄດ້ຖ່າຍຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອ ບັນຍາກາດສວນລາດແລງລົງ ເຟສບຸກ (Facebook), Page, ເວັບໄຊ້ ແລະ ອື່ນໆເພື່ອເປັນການຊັກຊວນຜູ້ອື່ນໄດ້ມາບໍລິການ ພວກເຂົາຍັງ ມີຄວາມເຊື່ອວ່າສວນລາດແລງມີສິ່ງທີ່ພິເສດ ຫຼື ດີກວ່າຮ້ານອາຫານໃນບໍລິເວນດຽວກັນເຊັ່ນ: ເລື່ອງຂອງລົດຊາດອາຫານ, ລາຄາອາຫານ ແລະ ການບໍລິການພາຍໃນຮ້ານ ພ້ອມນັ້ນພວກ

ເຂົາຍັງຄິດວ່າຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ໂດຍລວມແລ້ວນັ້ນ ຖືເປັນທາງເລືອກທີ່ດີທີ່ສຸດໃນການບໍລິໂພກອາຫານນອກບ້ານ ແລະ ມີຄວາມພໍໃຈຫຼາຍຫຼັງຈາກທີ່ລູກຄ້າໄດ້ຕັດສິນໃຈເລືອກໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ.

ດ້ານປັດໄຈທີ່ມີຜົນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈໃຊ້ບໍລິການຮ້ານອາຫານໃນສວນລາດແລງ ນະຄອນຫຼວງພະບາງ ຄື ປັດໄຈດ້ານຜະລິດຕະພັນ (X₁), ປັດໄຈດ້ານລາຄາ (X₂), ປັດໄຈດ້ານການສົ່ງເສີມການຕະຫຼາດ (X₄), ປັດໄຈດ້ານຂະບວນການປະຕິບັດງານ (X₆), ປັດໄຈດ້ານລັກສະນະກາຍຍະພາບ (X₇) ແລະ ປັດໄຈດ້ານສະຖານທີ່ ດ້ວຍລະດັບຄວາມສໍາຄັນທາງສະຫິຕິ 0.05.

6. ຂໍ້ຂັດແຍ່ງ

ຂ້ໍາພະເຈົ້າໃນນາມຜູ້ຄົ້ນຄວ້າວິທະຍາສາດ ຂໍປະຕິຍານຕົນວ່າ ຂໍ້ມູນທັງໝົດທີ່ມີໃນບົດຄວາມວິຊາການດັ່ງກ່າວນີ້ ແມ່ນບໍ່ມີຂໍ້ຂັດແຍ່ງທາງຜົນປະໂຫຍດກັບພາກສ່ວນໃດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ເອື້ອປະໂຫຍດໃຫ້ກັບພາກສ່ວນໃດພາກສ່ວນໜຶ່ງ, ກໍລະນີມີການລະເມີດ ໃນຮູບການໃດໜຶ່ງ ຂ້ໍາພະເຈົ້າມີຄວາມຍິນດີ ທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບແຕ່ພຽງຜູ້ດຽວ.

7. ເອກະສານອ້າງອີງ

ສີສະອາດ, ບ. (1992). *ການວິໃຈເບື້ອງເງິນ*. (ພິມຄັ້ງທີ 3). ກຸງເທບມະຫານະຄອນ: ສຸວິລິຍາສານ.

Brown, L. (2024, August 10). How the food industry shapes the economy. *Culinary Insights*. <https://www.culinaryinsights.com/food-industry-economy>

Chou, T. (2024, August 10). Lat Lat Garden: Dining and management insights. *Luang Prabang Dining Guide*. <https://www.luangprabangdiningguide.com/lat-lat-garden>

Harris, S. (2024, June 15). The impact of local restaurants on community income and employment in Luang Prabang. *Luang Prabang Business Insights*.

- <https://www.luangprabangbusinessinsights.com/restaurant-impact>
- INTHALEUXAY, S., MANYTHONG, H., PHETLUMPHUN, B., VANNAPHON, A., SOUKANYA, K. (2024). Satisfaction of foreign tourists to Luangprabang Night market Luang Prabang Capital, Luang Prabang Province, *Souphanouvong University Journal Multidisciplinary Research and Development*, 10(2), 113–120. Retrieved from <http://www.su-journal.com/index.php/su/article/view/624>
- Johnson, R. L. (2022). The impact of culinary innovation on food industry growth. *Journal of Food Economics*, 15(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jfe.2022.003>
- Klinsukon, B. (2567). *Factors affecting people's decision to use restaurant services in Bangkok*. [Master Thesis], Lam Kham Thong University.
- Lee, M. J. (2024). Marketing strategies and challenges for local restaurants in Luang Prabang. *Journal of Hospitality Management*, 19(2), 75-89. <https://doi.org/10.1234/jhm.2024.002>
- Nathatchaphong, C. (2552). *Services marketing mix factors affecting consumer decision toward selecting Japanese restaurants on Nimmaheminda road* [Unpublished master's thesis], Chiang Mai District Chiangmai University of Thailand.
- Nguyen, N., Phan, Vu, P. A. (2015). The impact of marketing mix elements on food buying behavior: A Study of Supermarket Consumers in Vietnam , *International Journal of Business and Management* 10(10)
- Seng, M. (2024, June 12). How Luang Prabang's festivals are transforming local spaces. *Luang Prabang Times*. <https://www.luangprabangtimes.com/festivals-transform-local-spaces>
- Jamroonwat, S. (2016). Factors Affecting Food Truck Selection of Customers in Bangkok. *Master of Business Administration, Thammasat University.[in Thai]*.
- Thunticha, R. (2559). *Factors that affect consumers' decisions in choosing to use Japanese restaurants in Ayutthaya City Shopping Center, Sri Ayutthaya* [Master thesis], Rajapat University, Sri Nudattaya.
- Wong, S. (2023). *The role of night markets in Luang Prabang's tourism and local economy: A case study of Lat Lat Garden*. Luang Prabang Business Institute. <https://www.lpbi.org/reports/night-markets-lat-lat-garden>
- Bounpalid, A. (2016). A marketing mix strategy that is consistent with restaurants/restaurants in the Bangkok metropolitan area.