

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้สถานบริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผู้บริโภคในการใช้สถานบริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการรับจัดเลี้ยงในร้านอาหารสวนทิพย์จำนวน 129 ราย ทำการตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล การใช้สถานบริการรับจัดเลี้ยง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละแจกแจงข้อมูลความถี่ ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) เมื่อพบความสัมพันธ์จึงแจกแจงรายละเอียดของความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคส่วนมากจะเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 50,001 - 80,000 บาท ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว

2. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคตัดสินใจในการจัดเลี้ยงที่มีรูปแบบแปลกใหม่มากที่สุด ด้านราคาผู้บริโภคตัดสินใจมีความคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับมากที่สุด ด้านสถานที่ผู้บริโภคตัดสินใจความสวยงามของสถานที่จัดงานมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคตัดสินใจมีการทดลองอาหารหรือการบริการมากที่สุด ด้านพนักงานผู้ให้บริการผู้บริโภคตัดสินใจความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญของพนักงานมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพผู้บริโภคตัดสินใจความทรูหราทันสมัย มากที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการผู้บริโภคตัดสินใจมีเอกลักษณ์ในการบริการมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ ที่มีการศึกษา รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ ที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการรับจัดเลี้ยงร้านอาหารสวนทิพย์ด้านผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

The Purposes of The study were :1) To study Decision to Catering Service of Consumers in Suan Thip Restaurant. 2) To study the relationship between the personal basic factor and the decision to Catering Service in Suan Thip Restaurant. The sample group consisted 129 customers using Catering Service in Suan Thip Restaurant, the statistics used in analyzing data were percentage and Chi – Square.

The finding of the study revealed that :

1. Most of the Consumers were female, aged 31 – 40, higher bachelor degree graduated, private company employees, earning 50,001 – 80,000 baht, private house owner lived

2. The information of decision to Catering Service in Suan Thip Restaurant in Product line most of the Customers decision in New Catering Service and created, Price line most of the Customer decision in get value for paying, Place line most of Customers decision in Good area in area, Promotion line most of Customers decision in test or trying service, People line most of Customers decision in expert and good experience in service, Physical line most of Customers decision in Great and modern , Process line most of Customer decision in different service.

3. The relationship between the personal basic factor and the decision to Catering Service, according to the basic factors with different in education, earning income and housing a type indicate that there was relationship in Promotion line at the statistical significance level of 0.05 and Consumers with different housing a type was related to Product line at the statistical significance level of 0.05.