

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยการบริโภคอาหารมังสวิรัติของประชาชน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายสักรินทร์ ศรีวรรณ ไฟศาล
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมนahanศึกษา สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยรรบง สิทธิชัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติ และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งใช้สอบถามประชาชนกลุ่มเป้าหมายจำนวน 248 คน ที่บริโภคอาหารมังสวิรัติในร้านอาหารมังสวิรัติจำนวน 9 ร้าน

ผลการการวิจัย ในด้านพฤติกรรมพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เลือกรับประทานอาหารมังสวิรัติโดยขึ้นอยู่กับความสะดวกในการรับประทานซึ่งมีโอกาสที่ไม่แน่นอน และรับประทานอาหารมังสวิรัติเพื่อต้องการให้ร่างกายมีสุขภาพดี การรับประทานอาหารมังสวิรัติสามารถช่วยลดความเสี่ยงของโรค และไม่ต้องการเบียดเบี้ยนสัตว์ กลุ่มตัวอย่างเลือกรับประทานอาหารมังสวิรัติเฉพาะร้านขายอาหารมังสวิรัติโดยเฉพาะ

ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติ ปัจจัย ด้าน พลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารมังสวิรัติในระดับมาก คือ อาหารมังสวิรัติมีความสะอาด และปราศจากพิษ ปัจจัยด้านราคา มีผลในระดับปานกลาง คือ อาหารมังสวิรัติมีราคาประหดษ์เมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลในระดับปานกลาง คือ ร้านอาหารมังสวิรัติมีบริเวณพื้นที่กว้างขวาง สะอาดสวยงาม และมีการตกแต่งบรรยายภาพภาระร้านที่ดึงดูดความสนใจในการเข้าใช้บริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับปานกลาง คือ ร้านอาหารมังสวิรัติมีเอกสารแนะนำเรื่องสุขภาพ และมีพนักงานขายที่สามารถให้ความรู้หรือแนะนำเรื่องอาหารและสุขภาพ

Title	Behaviors and factors on the consummation of vegetarian food of people in Chiang Mai municipality
Author	Mr. Sakarin Treewanpaisarn
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Professor Emeritus Dr. Yanyong Sitdhichai

ABSTRACT

The objectives of this research were to study behaviors of consuming vegetarian food and the marketing factors that affected behaviors of consuming vegetarian food of people in Chiang Mai municipality. It was a quantity research by using the questionnaire as the tool distributing 248 samples people of who consume vegetarian food in 9 vegetarian food shops.

The research found the following results. In terms of behaviors of vegetarian food, the samples chose to have vegetarian food depending on the convenience in eating which was not certain. And they had vegetarian food in order to be healthy. Eating vegetarian food can help decreasing the risk of sickness and not exploiting animals. The samples chose to have vegetarian food at particular vegetarian food shops.

Marketing factors affect behaviors of consuming vegetarian food. Products affect had the making decision in buying vegetarian food at a much degree. That is, vegetarian food was clean and had no toxic. Price had the affect at a moderate degree, that is, vegetarian food was economic comparing with food in general. Place had the affect at moderate degree, that is, vegetarian food shops were located at well-known places with comfort and attractive decoration. Promotion marketing had the affect at a moderate degree; there were information sheets suggesting health, and the clerks can give knowledge or advise about food and health.