ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารที่เป็นมิตรกับมังสวิรัติที่อยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน นายเกรียงไกร กันทาธรรม

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ ไชยทิพย์ ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา โชคถาวร กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคของผู้บริโภคต่อร้านอาหารที่เป็นมิตรกับมังสวิรัติที่อยู่ในเขตเทศบาลเชียงใหม่ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับมังสวิรัติของผู้บริโภค

การศึกษาใช้แบบสอบถามให้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวมข้อมูลของผู้บริโภคที่เข้ามาซื้ออาหารและบริการในร้านอาหารที่เป็นมิตรกับมังสวิรัติ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2553 จำนวน 400 ชุด โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) รวมถึงแบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามแนวคิดของลิเคทสเกล (Likert Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคต่อร้านอาหารที่เป็นมิตรกับมังสวิรัติที่อยู่ในเขตเทศบาลเชียงใหม่นั้นมีหลายปัจจัย ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ และด้านการให้บริการ สำหรับเหตุผลที่เลือกซื้ออาหารของผู้บริโภคเหล่านี้มีเหตุผลที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องราคาไม่แพง ค่านิยมการเข้าสังคมก็มีส่วนช่วยให้คนรับประทานอาหาร เช่น การพบปะสังสรรค์ในครอบครัวหรือเพื่อน หรือรวมไปถึงการจัดเทศกาลกินเจนั้นทำให้ผู้คนพบปะสิ่งเหล่านั้นมากขึ้น ผู้บริโภคจึงมีโอกาสที่จะเลือกซื้ออาหารดังกล่าวได้มากขึ้นตามไปด้วย แต่ทั้งนี้ อิทธิพลการเลือกซื้ออาหารและบริการร้านอาหารที่มีผลมาที่สุด คือ ตัวผู้บริโภคเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Influencing Consumers Selection of Vegetarian Friendly Restaurants in Chiang Mai Municipality

Author Mr. Kriangkrai Kanthatham

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Dr. Prasert Chaitip Chairperson

Assoc.Prof.Dr. Kanchana Chokethaworn Member

ABSTRACT

This independent study is aimed to study the consumer behavior toward veggie-friendly restaurants in Chiang Mai municipal area and factors that influence consumers' making selection of veggie-friendly restaurants' service.

Questionnaire is used as a tool of collecting information of 400 consumers who buy some food and service from veggie-friendly restaurants in Chiang Mai municipal area in 2010. The statistics applied in analysis are Frequencies, Percentage and Rating Scale. The criteria of scoring is according to Likert Scale's concept in which the divided five levels are very much, much, medium, few and least

The study is found that there are many factors influencing consumers' selection behavior toward veggie-friendly restaurants in Chiang Mai municipal area which are price, product, distribution channel, marketing promotion, image and service. For reasons of consumers' buying food, the most important reason is cheap price. Sociability value also influences people's eating, e.g. family reunion, friend meeting and vegetarian festival, because there will be more chance for them to have many kinds of food to choose. However, the most influential factor in selecting food and restaurant service is the consumers themselves.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved