

**ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์**      การจัดการร้านอาหารมังสวิรัตตามแนวคิดเพื่อสุขภาพ ผลกำไร และจิตวิญญาณ

**ผู้เขียน**                      นางสาวพรรณพิมล ศิลปรัตนานนท์

**ปริญญา**                      ศีษศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา)

**คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์**

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา กำศิริพิมาน	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา เกียรติมนิรัตน์	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา การจัดการและการตลาดของร้านอาหารมังสวิรัตตามแนวคิดเพื่อสุขภาพ ผลกำไร และจิตวิญญาณ และหาแนวทางในการพัฒนาการจัดการร้านอาหารมังสวิรัต โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) เจ้าของร้านจำนวน 3 คน 2) พนักงานจำนวน 9 คน ลูกค้ำประจำจำนวน 14 คน และ 3) ผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 162 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีการจัดการ และส่วนประสมทางการตลาดในการวิเคราะห์ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์แผนการตลาดเพื่อหาแนวทางการจัดการร้านอาหารมังสวิรัต ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอแบบบรรยาย

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพ และปัญหาทั่วไปของการจัดการร้านอาหารมังสวิรัต ซึ่งประกอบด้วยบริบทสภาพ และปัญหาการจัดการร้าน ซึ่งเป็นร้านอาหารมังสวิรัตที่มีการดำเนินกิจการมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี และแนวคิดในการจัดตั้งร้าน ประกอบด้วย ร้านอาหารมังสวิรัตที่มีแนวคิดเพื่อหวังผลกำไร ร้านอาหารมังสวิรัตที่มีแนวคิดเพื่อสุขภาพ และร้านอาหารมังสวิรัตที่มีแนวคิดทางจิตวิญญาณ ในด้านการจัดการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารมังสวิรัตที่มีแนวคิดเพื่อหวังผลกำไร มีการบริหารทรัพยากรบุคคลใน 2 ลักษณะ คือ พนักงานประจำ และพนักงานชั่วคราว

เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานชั่วคราวที่เป็นนักศึกษาได้มีงานทำระหว่างเรียน ด้านการจัดการ  
เงินทุน ร้านอาหารมังสวิรัตที่มีแนวคิดเพื่อสุขภาพ มีแหล่งเงินทุนจากเงินทุนส่วนตัวในการลงทุน  
ทั้งหมด

2. การตลาดร้านอาหารมังสวิรัตวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด ซึ่ง  
คุณลักษณะของอาหารภายในร้าน คือ ไม่มีเนื้อสัตว์ และไม่มีการใช้ผงชูรส และช่องทางการจัด  
หน่าย คือ เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้แหล่งชุมชน

3. ความพึงพอใจของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งผู้บริโภครับประทานอาหารมังสวิรัตเพื่อสุขภาพ และไม่ต้องการ  
เบียดเบียนสัตว์

4. แนวทางการจัดการ วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยการจัดการ ซึ่งร้านอาหารมังสวิรัต  
เป็นร้านอาหารที่มีแนวโน้มของความนิยมในการบริโภคอาหารมังสวิรัตจะมีมากขึ้น เนื่องจากเป็น  
รูปแบบของอาหารที่มีประ โยชน์ และดีต่อสุขภาพ

**Thesis Title** Management of Vegetarian Food Restaurants Follows the idea for Health Profit and Spirit

**Author** Miss Phanphimon Sinlaparattananon

**Degree** Master of Education (Vocational Education)

**Thesis Advisory Committee**

Assoc. Prof. Dr. Kanya Kumsiripiman Chairperson

Asst. Prof. Dr. Kanjana Keatmaneerat Member

**ABSTRACT**

The objectives of this study were to find out the problems, management and marketing of vegetarian restaurants follows the idea for health profit and spirit and to determine a guideline to improve vegetarian restaurants. The author collected data from 3 groups of responders who were 1) 3 vegetarian restaurant owners, 2) 9 restaurants' employees and 14 regular customers and 162 people of sample group by using the study tools i.e. observation form, interview form and questionnaire. The study data was analyzed by management theory and marketing mix strategy, including marketing plan analysis for determining a guideline for vegetarian restaurant management. The author collected the data, worked on content analysis and presented the data in descriptive form.

The study's findings could be summarized as follow.

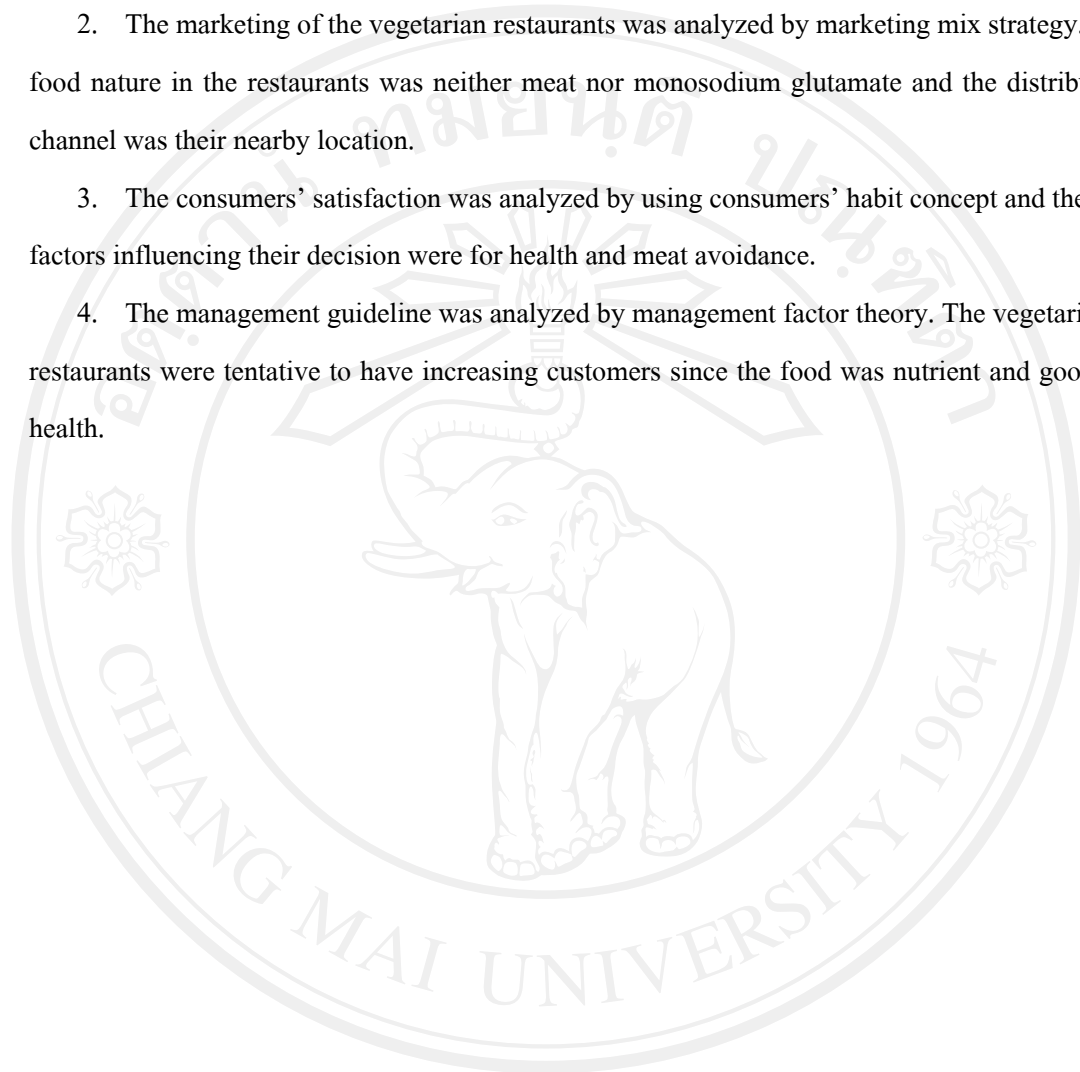
1. The condition and general problems of the management of the vegetarian restaurants which had been run at least for 5 years and restaurant establishment concepts consisted of profit vegetarian restaurant, health concept restaurant and spirit concept restaurant. In term of management analysis with the management theory, the profit restaurant had 2 natures of human resource management i.e. regular employees and temporary employees in order to give

opportunity for students to work during their vacation. In term of budget, medical concept restaurants were entirely run with the owners' personal budget.

2. The marketing of the vegetarian restaurants was analyzed by marketing mix strategy. The food nature in the restaurants was neither meat nor monosodium glutamate and the distribution channel was their nearby location.

3. The consumers' satisfaction was analyzed by using consumers' habit concept and the factors influencing their decision were for health and meat avoidance.

4. The management guideline was analyzed by management factor theory. The vegetarian restaurants were tentative to have increasing customers since the food was nutrient and good for health.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved