

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา การจัดการและการตลาดของร้านอาหารมังสวิรัตินำแนวคิดเพื่อสุขภาพ ผลกำไร และจิตวิญญาณ และหาแนวทางในการพัฒนาการจัดการร้านอาหารมังสวิวัติ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) เจ้าของร้านจำนวน 3 คน 2) พนักงานจำนวน 9 คน ลูกค้าประจำจำนวน 14 คน และ 3) ผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 162 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีการจัดการ และส่วนประสมทางการตลาดในการวิเคราะห์ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์แผนการตลาดเพื่อหาแนวทางการจัดการร้านอาหารมังสวิวัติ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอแบบบรรยาย

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพ และปัญหาทั่วไปของการจัดการร้านอาหารมังสวิวัติ ซึ่งประกอบด้วยบริบทสภาพ และปัญหาการจัดการร้าน ซึ่งเป็นร้านอาหารมังสวิวัติที่มีการดำเนินกิจการมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี และแนวคิดในการจัดตั้งร้าน ประกอบด้วย ร้านอาหารมังสวิวัติที่มีแนวคิดเพื่อหวังผลกำไร ร้านอาหารมังสวิวัติที่มีแนวคิดเพื่อสุขภาพ และร้านอาหารมังสวิวัติที่มีแนวคิดทางจิตวิญญาณ ในด้านการจัดการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารมังสวิวัติที่มีแนวคิดเพื่อหวังผลกำไร มีการบริหารทรัพยากรบุคคลใน 2 ลักษณะ คือ พนักงานประจำ และพนักงานชั่วคราว

เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานชั่วคราวที่เป็นนักศึกษาได้มีงานทำระหว่างเรียน ด้านการจัดการเงินทุน ร้านอาหารมังสวิวัติที่มีแนวคิดเพื่อสุขภาพ มีแหล่งเงินทุนจากเงินทุนส่วนตัวในการลงทุนทั้งหมด

2. การตลาดร้านอาหารมังสวิวัติวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งคุณลักษณะของอาหารภายในร้าน คือ ไม่มีเนื้อสัตว์ และไม่มีการใช้ผงชูรส และช่องทางการจำหน่าย คือ เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้แหล่งชุมชน

3. ความพึงพอใจของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งผู้บริโภครับประทานอาหารมังสวิวัติเพื่อสุขภาพ และไม่ต้องการเบียดเบียนสัตว์

4. แนวทางการจัดการ วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยการจัดการ ซึ่งร้านอาหารมังสวิวัติเป็นร้านอาหารที่มีแนวโน้มของความนิยมในการบริโภคอาหารมังสวิวัติจะมีมากขึ้น เนื่องจากเป็นรูปแบบของอาหารที่มีประโยชน์ และดีต่อสุขภาพ

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.