หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการบริโภค ที่มีผลต่อปัจจัยการตัดสินใจบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์
คำสำคัญ	พฤติกรรมการบริโภค / ปัจจัยการตัดสินใจ / อาหารเจ / อาหารมังสวิรัติ / จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์
ชื่อนักศึกษา	พิชญาพรรณ วงศ์สุวรรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตรจารย์ ดร.เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2563

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่าง ลักษณะทางประชากร กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับการตัดสินใจบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และ 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ กับการตัดสินใจบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความถี่ในการสั่งซื้อแอปพลิเคชันที่เลือกซื้อ และเหตุผลสำคัญที่ทำให้เลือกบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการตัดสินใจบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยัง พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความถี่ในการสั่งซื้อ แอปพลิเคชันที่เลือกซื้อ และเหตุผลสำคัญที่ทำให้เลือกบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ กับการตัดสินใจการบริโภคอาหารเจและมังสวิรัติ ที่จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Consumer Behaviour Affecting on Vegan and Vegetrarian Food Available Online Decision Factors
Keywords	Consumer Behaviour / Decision Factors / Vegan Food / Vegetrarian Food / Available Online
Student	Pitchayapan Wongsuwan
Thesis Advisor	Associate Professor Dr.Yaowanart Panpeng
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2020

ABSTRACT

The objectives of this article are 1) to study the differences between demographic characteristics and consumption of vegan and vegetarian food available online, 2) to study the differences between demographic characteristics and the decision to consume vegan and vegetarian food available online, and 3) to study the differences between consumers' behavior on vegan and vegetarian food available online and the decision to consume vegan and vegetarian food available online.

The results showed that different demographic characteristics e.g. age, occupation, and average monthly income and the different consumers' behavior on vegan and vegetarian food e.g. order frequency, selected applications to order, and the main reason for choosing vegan and vegetarian food were statistically significant at 0.05 level. It was also found that the different demographic characteristics e.g. age, occupation, and average monthly income and the decision to consume vegan and vegetarian food were statistically significant at 0.05 level. Furthermore, it was found that consumers' behavior on vegan and vegetarian food e.g. order frequency, selected applications to order, and the main reason for choosing vegan and vegetarian food and the overall decision to consume vegan and vegetarian food available online were statistically significant at 0.05 level.

SPU CHONBURI