

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารและ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวศิริทิพย์ วิริยะชันการ

พฤษภาคม 2543

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ศาสตราจารย์พิเศษบรรจง ลิขิตชัย

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็ง ของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการในการเลือกซื้อของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 158 ชุด โดยสอบถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่และรายเล็ก ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ด้วยการใช้อาณาเขตของตำบลเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 16 ตำบล และกลุ่มของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 90 ราย กลุ่มใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการร้านอาหารรายเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 60 ราย กลุ่มใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี มีรายได้

ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 ราย กลุ่มใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-35 ปี มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

2. วัตถุประสงค์ในการบริโภคน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหาร ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการผสมเครื่องดื่ม แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ซื้อเพื่อนำมาแช่อาหาร ส่วนมากผู้ประกอบการร้านอาหารซื้อน้ำแข็งจากพ่อค้าส่ง แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมซื้อจากโรงงานผลิตน้ำแข็ง ส่วนชนิดของน้ำแข็งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารซื้อคือ น้ำแข็งหลอดใหญ่ แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม กลุ่มใหญ่ซื้อน้ำแข็งโม

3. ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม กลุ่มใหญ่ซื้อน้ำแข็ง 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ปริมาณการซื้อต่อครั้งของผู้ประกอบการร้านอาหาร ต่ำกว่า 50 กิโลกรัม แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมซื้อมากกว่า 500 กิโลกรัมต่อครั้ง เทศกาลและฤดูร้อน มีอิทธิพลต่อการซื้อน้ำแข็งเพิ่มขึ้น แต่ฤดูหนาวมีอิทธิพลทำให้ปริมาณการซื้อน้ำแข็งลดลง

4. การส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร และ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมคือ การให้ราคาที่ดีกว่า ส่วนการค้นหาข้อมูลของผู้ขายก่อนการซื้อน้ำแข็งผู้ประกอบการร้านอาหาร จะพิจารณาบริการของผู้ขาย เป็นหลัก แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจะพิจารณาที่ตั้งและความสะอาดของโรงงานเป็นหลัก เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะอาดของน้ำแข็ง ทั้งผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกลุ่มใหญ่ ซื้อน้ำแข็งจากร้านประจำ เนื่องจากมีราคาที่เหมาะสม และอัธยาศัยของคนขายดี

5. ทักษะคติของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดอยู่ในเกณฑ์ที่ดีแต่ยังมีผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่บางราย คิดว่า มีการให้ส่วนลดน้อยเกินไปและให้สินเชื่อน้อยเกินไป ส่วนความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาด มีความต้องการมาก

6. ปัจจัยด้านเพศ อายุ รายได้ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อน้ำแข็ง

7. ความต้องการด้านส่วนผสมทางการตลาด ของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ไม่มีความแตกต่างกัน

8. ปัญหาที่ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพบในการซื้อน้ำแข็งโดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ น้ำแข็งและภาชนะที่บรรจุมีความสะอาด ไม่เพียงพอ