



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารและ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

**FACTORS AFFECTING ICE PURCHASING OF RESTAURANT AND
INDUSTRIAL ENTREPRENEURS IN CHIANG MAI**

นางสาวศิริทิพย์ วิริยะชินการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2543

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความ
สมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารและ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวศิริทิพย์ วิริยะชินการ

พฤษภาคม 2543

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ศาสตราจารย์พิเศษบรรยง สิริพิชัย

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็ง ของผู้ประกอบการ
ร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษา
พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัด
เชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติและความต้องการในการเลือกซื้อของผู้ประกอบการร้านอาหารและ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ
ร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 158 ชุด โดย
สอบถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่และราย
เล็ก ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ด้วยการใช้อาณา
เขตของตำบลเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 16 ตำบล และกลุ่มของผู้ประกอบการอู
สาหกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 90
ราย กลุ่มใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-50 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มี
การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 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 การให้ราคาต่ำกว่า ส่วนการค้นหาข้อมูลของผู้ขายก่อนการซื้อน้ำแข็ง ผู้ประกอบการร้านอาหาร จะพิจารณาบริการของผู้ขาย เป็นหลัก แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม จะพิจารณาที่ตั้งและความสะอาดของโรงงานเป็นหลัก เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อน้ำแข็งของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสะอาดของน้ำแข็ง ทั้งผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกลุ่มใหญ่ ซื้อน้ำแข็งจากร้านประจำ เนื่องจากมีราคาที่เหมาะสม และอัทรยาศัยของคนขายดี

5. ทักษะคติของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดอยู่ในเกณฑ์ที่ดีแต่ยังมีผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่บางราย คิดว่า มีการให้ส่วนลดน้อยเกินไปและให้สินเชื่อน้อยเกินไป ส่วนความต้องการของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาด มีความต้องการมาก

6. ปัจจัยด้านเพศ อายุ รายได้ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อน้ำแข็ง

7. ความต้องการด้านส่วนผสมทางการตลาด ของผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ไม่มีความแตกต่างกัน

8. ปัญหาที่ผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมพบในการซื้อน้ำแข็ง โดยให้ความสำคัญมากที่สุดคือ น้ำแข็งและภาชนะที่บรรจุมีความสะอาดไม่เพียงพอ

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduated School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

FACTORS AFFECTING ICE PURCHASING OF RESTAURANT AND INDUSTRIAL ENTREPRENEURS IN CHIANG MAI

By

SIRITHIT VIRIYACHEENAKARN

NOVEMBER 2000

Chairman Professor Emeritus Yanyong Sitdhichai
Department/Faculty Department of Agricultural Business Administration and Marketing,
 Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to examine 1) ice purchasing behavior of restaurant and industrial entrepreneur in Chiang Mai; 2) their attitudes and needs in purchasing; and 3) their problem and obstacles.

Data were collected by means of questionnaires from 158 restaurant and industrial entrepreneurs in 16 sub-districts in Chiang Mai. The research findings were as follows:

1) Most of the 90 large restaurant entrepreneurs were female, 36-50 years old, had income ranging from 5,001 to 10,000 baht, and had completed a bachelor level of education. Most of the 60 small restaurant entrepreneurs were female, 36-50 years old, had income ranging from 5,001 to 10,000 baht, and had completed a junior high school level of education. Most of the 8 industrial entrepreneurs were male, 21-35 years old, had income ranging from 15,001 to 20,000 baht, had completed a bachelor level of education.

2) Most of the restaurant entrepreneurs for mixing beverages but industrial entrepreneurs bought it for preserving foods. Most of the restaurant entrepreneurs bought

ice cubes from a wholesaler but the industrial entrepreneurs bought milled ice from an ice factory.

3) Most of the restaurant and industrial entrepreneurs bought ice 7 times per week, at quantities of less than 50 kilograms and industrial entrepreneurs more than 500 kilograms a time respectively. Festivals and summer caused ice purchasing to increase but winter reduced it.

4) The important sale promotion factor was low prices. When searching information before ice purchasing, the restaurant entrepreneurs considered the seller's services but the industrial entrepreneurs considered cleanliness and factory sites. Cleanliness of the ice was the most important criterion for ice purchasing. Both restaurant and industrial entrepreneurs purchased ice from their usual shop due to reasonable prices and the seller's good disposition.

5) Most entrepreneurs attitudes towards marketing mix were good but some large restaurant entrepreneurs felt that the given discount was too low and the term of credit was too short. Their needs for marketing mix were at a high level.

6) Sex, age, incomes, and education did not affect ice purchasing of restaurant and industrial entrepreneurs.

7) Restaurant and industrial entrepreneurs were not different in needs for marketing mix.

8) The most important problem in ice purchasing of restaurant and industrial entrepreneurs was that ice and containers were not clean.