

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การนำความเย็นมาใช้กับชีวิตประจำวันและกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในระยะแรกใช้น้ำแข็งหลอดหรือน้ำแข็งยูนิค คู่แข่ง ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้น จึงสามารถผลิตน้ำแข็งแข็งแข็งขึ้นมาใช้สำหรับรักษาความเย็นในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อใช้ความเย็นรักษาอุณหภูมิโดยเฉพาะเพราะน้ำแข็งแข็งมีความเย็นอุณหภูมิ - 79 องศา สามารถรักษาความเย็นได้ดี มีคุณภาพ น้ำหนักเบา ราคาถูก จัดเก็บง่าย ไม่มีกลิ่น ไม่มีสี ไม่เหม็นและ สามารถนำน้ำแข็งแข็งไปใช้งานได้อย่างสะดวก และการจัดเก็บไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน และที่สำคัญจึงเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย

เนื่องจากในปี 2541 เกิดวิกฤตการณ์ภาวะโลกร้อนหรือภาวะภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงคือการที่อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกเพิ่มขึ้นจากผลของภาวะเรือนกระจกซึ่งมีต้นเหตุจากการที่มนุษย์ได้เพิ่มปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงต่าง ๆ การขนส่ง และการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม ได้ส่งผลให้การลงทุนในโครงการต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องชะงักงันอย่างรุนแรงและที่สำคัญส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้ำแข็งแข็งโดยตรง ซึ่งอุปสงค์กลุ่มลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแข็งที่ใช้วัตถุดิบหลักจากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาผลิตแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สะดวกและเหมาะสมแก่การนำไปใช้งานกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ

ต่อมาผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแข็งมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องในเชิงของคุณภาพของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายทั้งในด้านวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต รูปแบบน้ำแข็งแข็งที่เหมาะสมกับการใช้งานต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อใช้งานทางด้านเทคนิคตามความจำเป็นในปัจจุบัน เช่น การใช้อุณหภูมิ - 79 องศา ในการแช่อาหารต่าง ๆ และอุตสาหกรรมไอศกรีม อุตสาหกรรมไส้กรอกและเนื้อสัตว์ อุตสาหกรรมขนส่งอาหารแช่แข็ง การขนส่งยาและเวชภัณฑ์ ด้านการแพทย์ บดเย็นวัสดุสังเคราะห์ อุตสาหกรรมด้านการทำความสะอาดเครื่องจักรและแม่พิมพ์ กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ แช่เหล็ก ทำหมอกควัน ทำฝนหลวง เป็นต้น

ตลาดธุรกิจจำหน่ายน้ำแข็งแข็ง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นตลาดใหญ่และเป็นสินค้าประกอบหลักในการรักษาความเย็นและแช่แข็งของกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ สินค้าน้ำแข็งแข็งยังเป็นที่รู้จักคุ้นเคยในตลาดกลุ่มอุตสาหกรรมรักษาความเย็นและการแช่แข็งมายาวนานกว่า 40 ปี ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทนอื่น อย่างไรก็ตามการเข้ามาของสินค้าทดแทนที่มีความหลากหลาย

ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และการคัดเลือกอย่างพิถีพิถันจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกบริโภคสินค้ารักษาความชื้นและการแช่แข็งเพื่อให้เกิดประโยชน์กับการใช้งานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด ประกอบกับตลาดน้ำแข็งแห้งมีการแข่งขันที่รุนแรง ตลาดมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นตามโครงสร้างประชากรของประเทศ ด้วยพื้นฐานของเทคโนโลยีการผลิต การแข่งขันตลาดอุตสาหกรรมต้องแข่งขันกันจากผู้ผลิตภายในประเทศ และผู้ผลิตที่มีศักยภาพจากต่างประเทศที่อาจเข้ามาลงทุนเมื่อตลาดเติบโต ทำให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมต้องระวังรอบด้านและจัดวางกลยุทธ์ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นมลพิษทางอากาศ ยังช่วยลดภาวะโลกร้อนที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญของโลกขณะนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยรักษาชั้นบรรยากาศของโลก โดยนำก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากแหล่งธรรมชาติเพื่อมาใช้ในกระบวนการผลิต โดยลดภาวะโลกร้อน ช่วยชะลอการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่ชั้นบรรยากาศ ทำให้สินค้าที่ออกสู่ตลาดตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้งของลูกค้า บริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ โดยทางบริษัทฯ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในอนาคต การวางแผนนโยบายในการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง ของลูกค้าบริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง ของลูกค้าบริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามข้อมูลของลูกค้า

### สมมติฐานของการวิจัย

ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง ของลูกค้าบริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามข้อมูลของลูกค้าแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ น้ำแข็งแห้ง ของลูกค้าบริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

### 1. ขอบเขตด้าน ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มาซื้อน้ำแข็งแห้งในบริษัท ฟริชโก้ จำกัด ในจังหวัดสมุทรปราการ ปี 2558 จำนวน 210 คน (ข้อมูลจากสถิติการขายของบริษัท ฟริชโก้ จำกัด ในจังหวัดสมุทรปราการ) โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 , p . 608 ) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 คน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ ( independent variables ) คือ ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ได้แก่

- รูปแบบของธุรกิจ
- ตำแหน่งงาน
- ประเภทของธุรกิจ
- ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า
- ยอดการสั่งซื้อเฉลี่ยต่อเดือน

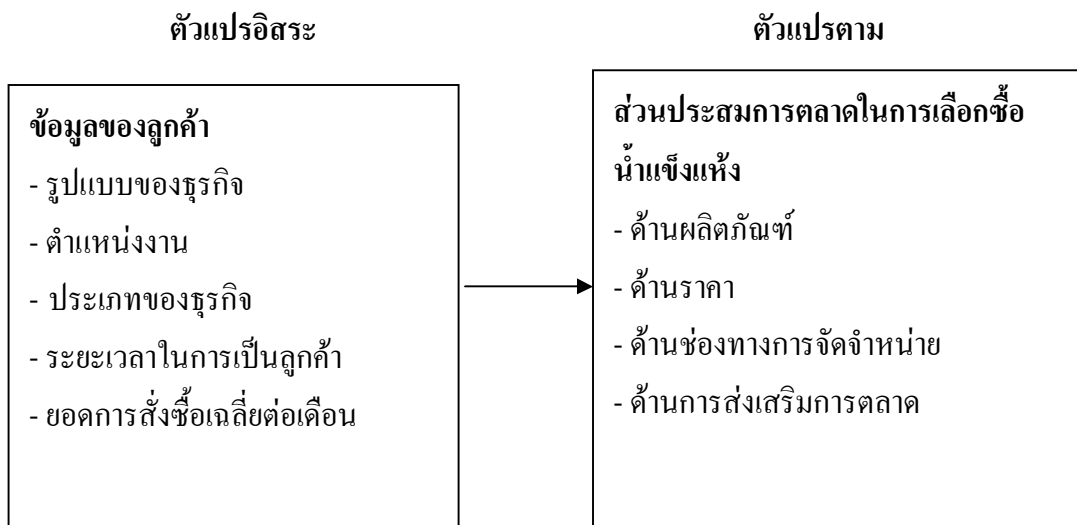
2.2 ตัวแปรตาม ( dependent variables ) คือ ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อน้ำแข็งแห้ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

### 3. ระยะเวลาในการศึกษา

ระหว่างเดือน ธันวาคม 2558 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2559

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง ของลูกค้า บริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของสิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) และสมใจ บุญทานนท์ (2552) มาประยุกต์ใช้กำหนดกรอบแนวคิด ในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 33)

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อ หมายถึง สิ่งที่เราคาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์ หมายถึง คุณภาพ ราคา ชื่อเสียง ครายี่ห้อ ฯลฯ
- ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยผ่านช่องทางหรือคนกลางประเภทต่าง ๆ เพื่อให้สินค้าไปถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและกระจายกลุ่มพื้นที่ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง
- การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายหรือการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง หมายถึง คาร์บอนไดออกไซด์ในสถานะของแข็ง เรียกอีกชื่อหนึ่งว่าคาร์บอนไดออกไซด์แข็ง หรือ Solid Carbon Dioxide เตรียมได้จากการนำก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มาผ่านกระบวนการอัดและทำให้เย็นลง ภายใต้อุณหภูมิและความดันสูงกลายเป็นคาร์บอนไดออกไซด์เหลว แล้วลดความดันลงอย่างรวดเร็วโดยการพ่นคาร์บอนไดออกไซด์เหลวสู่ความดันบรรยากาศ ผลที่ได้คือเกล็ดน้ำแข็งคล้ายเกล็ดหิมะ แล้วจึงนำมาอัดเป็นรูปแบบและขนาด

ต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ซึ่งมีทั้งรูปแบบเป็นก้อน (block) เป็นแท่ง (pellet) ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 มิลลิเมตร เป็นต้น

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจประเภทต่างๆที่ต้องซื้อน้ำแข็งแห้ง ของบริษัท ฟริชโก้ จำกัด ในจังหวัดสมุทรปราการ มาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆโดยเฉพาะด้านอุตสาหกรรมที่ต้องการอุณหภูมิต่ำ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ด้านการแพทย์ ในการขนส่งเวชภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ยา วัคซีน เป็นต้น ใช้ในอุตสาหกรรมด้านการทำความสะอาดเครื่องจักร ใช้ในการบดเย็นวัสดุสังเคราะห์ที่แตกยาก ใช้ในการแช่เหล็กให้หดตัว ใช้ในการทำหมอกควัน ใช้ในการทำฝนเทียมในชั้นตอนเลี้ยงให้อ้วน และชั้นตอน โจมตีเมมอุ้น ใช้ในอุตสาหกรรมน้ำอัดลมและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง

ข้อมูลของลูกค้าหมายถึง ลูกค้าที่เคยติดต่อกับกิจการอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งอาจจะเคยซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่ก็ตาม ที่มีรูปแบบของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ยอดการสั่งซื้อเฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานที่ต่างกัน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้งของลูกค้าบริษัท ฟริชโก้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ
2. ทำให้ทราบปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง ของลูกค้าในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์น้ำแข็งแห้ง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป