

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษารั้ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย แบ่งการวิเคราะห์ผลการศึกษาออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 1)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 2-17)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 18-97)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 98-105)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 106-140)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 141)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	95	31.66
- หญิง	205	68.34
อายุ		
- ไม่เกิน 20 ปี	63	21.00
- 20 – 30 ปี	179	59.67
- มากกว่า 30 ปี	58	19.33
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช.	91	30.33
- อนุปริญญา หรือ ปวส.	84	28.00
- ปริญญาตรีและสูงกว่า	125	41.67
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	175	58.33
- คนทำงาน	125	41.67
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	55	18.33
- 5,000 – 10,000 บาท	75	25.00
- 10,001 – 15,000 บาท	130	43.33
- มากกว่า 15,000 บาท	40	13.34

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.34) รองลงมาคือ เพศชาย (ร้อยละ 31.66) มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 59.67) รองลงมาคือ อายุไม่เกิน 20 ปี (ร้อยละ 21.00) และมากกว่า 30 ปี (ร้อยละ 19.33) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า (ร้อยละ 41.67) รองลงมาคือ มีการศึกษาอยู่ในระดับ ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. (ร้อยละ 30.33) และ มีการศึกษาอยู่ในระดับ อนุปริญญา หรือ ปวส. (ร้อยละ 28.00) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 58.34) รองลงมา คือ คนทำงาน (ร้อยละ 41.67) ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10 ,001-15,000

บาท (ร้อยละ 43.33) รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท (ร้อยละ 25.00) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 (ร้อยละ 18.33) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 13.34) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด

ร้าน	จำนวน	ร้อยละ
Mrs. Icy	196	65.33
Witty	166	55.33
I-berry	274	91.33
I-style	108	36.00
Gusto	121	40.33
Sasto's	94	31.33
Amante del galato	187	62.33
The Jalato	52	17.33
Mont Banc	81	27.00
มนต์นมสด	233	77.67
อื่น ๆ ได้แก่ Red Mango, Ice Monster	47	15.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดร้าน I-berry มากที่สุด ร้อยละ 91.33 รองลงมาคือ ร้านมนต์นมสด ร้อยละ 77.67 และร้าน Mrs.Icy ร้อยละ 65.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในกา ารับประทาน ไอศกรีม โสมเมด

เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโสมเมด	จำนวน	ร้อยละ
ติดใจในรสชาติ	114	38.00
จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	52	17.33
มีรสชาติและรูปแบบหลากหลาย	20	6.67
ราคาถูก	9	3.00
มีที่จอดรถสะดวก	94	31.33
อยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต	11	3.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการรับประทานไอศกรีม โสมเมด คือ ติดใจในรสชาติ ร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 31.33 และ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี ร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ ของ ไอศกรีม โสมเมด ที่ชอบรับประทาน

ลักษณะไอศกรีมโสมเมด	จำนวน	ร้อยละ
ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้	113	37.67
ไอศกรีมนม	85	28.33
ไอศกรีมน้ำผลไม้	12	4.00
ไอศกรีมกะทิ	20	6.67
ไอศกรีมโยเกิร์ต	63	21.00
ไอศกรีมไขมันต่ำ	7	2.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบลักษณะไอศกรีมโสมเมดเป็น ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ร้อยละ 37.67 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม ร้อยละ 28.33 และไอศกรีมโยเกิร์ต ร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก

ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก	จำนวน	ร้อยละ
สวานิลลา	61	20.33
รสกาแฟ	3	1.00
รสช็อคโกแลต	96	32.00
รสสตรอเบอร์รี่	11	3.67
รสช็อคโกแลตชิฟ	75	25.00
รสกะทิ	24	8.00
รสมะนาว	5	1.67
รสส้ม	7	2.33
รสรัมลูกเกด	18	6.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต ร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลตชิฟ ร้อยละ 25.00 และรสวานิลลา ร้อยละ 20.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
รสน้อยหน้า	28	9.33
รสขนุน	32	10.67
รสกล้วยหอม	39	13.00
รสลิ้นจี่	37	12.33
รสลำไย	5	1.67
รสกระท้อน	3	1.00
รสมะม่วง	25	8.33
รสเผือก	22	7.33
รสเสาวรส	41	13.67

ตารางที่ 6 (ต่อ) จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ และสมุนไพรไทย

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
รสข้าวโพด	7	2.33
รสมะพร้าว	11	3.67
รสลูกหว่า	17	5.67
รสตะไคร้หอม	3	1.00
รสมะตูม	8	2.67
รสใบเตย	6	2.00
รสขิง	2	0.67
รสเงาะ	4	1.33
รสชาไทย	3	1.00
รสแตงไทย	2	0.67
รสบัว	5	1.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส ร้อยละ 13.67 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม ร้อยละ 13.00 และรสลิ้นจี่ ร้อยละ 12.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอก และผสมอื่น ๆ

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
รสบลูเบอร์รี่	49	16.33
รสแอปเปิ้ล	2	0.67
รสกีวี	44	14.67
รสคาราเมล	41	13.67
รสเชอร์รี่	15	5.00
รสพีช	7	2.33
รสราวนี่	13	4.33
รสอัลมอนด์	21	7.00
รสโยเกิร์ต	11	3.67
รสเนยถั่ว	7	2.33
รสถั่วแมคคาดีเมีย	18	6.00
รสคุกกี้	19	6.33
รสมินต์	26	8.67
รสมอคค่า	1	0.33
รสงุ่น	4	1.33
รสคาปูชิโน่	3	1.00
รสผลไม้รวม	2	0.67
รสช็อคโกแลตขาว	12	4.00
รสพีช	5	1.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ ร้อยละ 16.33 รองลงมาคือ รสกีวี ร้อยละ 14.67 และรสคาราเมล ร้อยละ 13.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่รับประทานไอศกรีม โสมเมดต่อเดือน

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ย/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ครั้ง	122	40.67
3-4 ครั้ง	145	48.33
5-6 ครั้ง	25	8.33
มากกว่า 6 ครั้ง	8	2.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับประทานไอศกรีม โสมเมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน 3- 4 ครั้ง ร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 3 ครั้ง ร้อยละ 40.67 เฉลี่ยต่อเดือน 5-6 ครั้ง ร้อยละ 8.33 และมากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อไอศกรีม โสมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ

จำนวนเงินเฉลี่ย / คน / ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	52	17.33
50-100 บาท	165	55.00
101-150บาท	58	19.33
151-200 บาท	20	6.67
มากกว่า 200 บาท	5	1.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยต่อคน 50-100 บาทต่อครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ 101-150 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 19.33 และไม่เกิน 50 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่รับประทาน ไอศกรีม โสมเมด

โอกาสในการรับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
พบปะสังสรรค์ทั่วไป	135	45.00
เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ	36	12.00
พักผ่อนในยามว่าง	89	29.67
หลังรับประทานอาหาร	16	5.33
รับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ	24	8.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทาน ไอศกรีม โสมเมดเพื่อพบปะสังสรรค์ทั่วไป ร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ รับประทานเพื่อพักผ่อนในยามว่าง ร้อยละ 29.67 และเลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีม โสมเมด

การเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเดิมเป็นประจำ	189	63.00
2-3 ร้านสลับกันไปมา	78	26.00
ซื้อตามสะดวก	33	11.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ ไอศกรีม โสมเมด จากร้านเดิมเป็นประจำมากที่สุด ร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ 2 -3 ร้านสลับกันไปมา ร้อยละ 26.00 และซื้อตามสะดวก ร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีม โสมแมค

เวลา	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	5	1.67
กลางวัน	215	71.67
เย็น	80	26.66
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะชอบรับประทานไอศกรีม โสมแมค ในช่วงเวลากลางวันมากที่สุด คือร้อยละ 71.67 รองลงมาคือ ช่วงเย็น ร้อยละ 26.66 และช่วงเช้า ร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไอศกรีม โสมแมค

ผู้มีอำนาจตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	64	21.33
สมาชิกในครอบครัว	17	5.67
เพื่อน	156	52.00
แฟน	60	20.00
คารา/ผู้มีชื่อเสียง	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีม โสมแมค โดยผู้มีอำนาจในการตัดสินใจมากที่สุด คือ เพื่อน ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ตัวเอง ร้อยละ 21.33 และ แฟน ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้บริการของร้าน ไอศกรีม โสมเมด

การใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
รับประทานที่ร้าน	288	96.00
ซื้อกลับบ้าน	12	4.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะชอบรับประทาน ไอศกรีม โสมเมด ที่ร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.00 และซื้อกลับบ้านมีเพียงร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูล ของร้าน ไอศกรีม โสมเมด

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	15	5.00
นิตยสาร/หนังสือ	56	18.67
โทรทัศน์/วิทยุ	12	4.00
เพื่อน/คนรู้จัก	196	65.33
แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ	21	7.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจาก เพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 65.33 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ ร้อยละ 18.67 และ ข้อมูลจากแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ ร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีม โสมเมดในปัจจุบัน

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	6	2.00
ไม่พอใจ	8	2.67
พอใจปานกลาง	26	8.67
พอใจ	225	75.00
พอใจมาก	35	11.66
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจร้านไอศกรีมโสมเมด ในปัจจุบัน อยู่ระดับพอใจ ร้อยละ 75.00 รองลงมา ระดับความพอใจมาก ร้อยละ 11.66 และพอใจปานกลาง ร้อยละ 8.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีม โสมเมด

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหนังสือ	25	8.33
ร้านอินเทอร์เน็ต	35	11.67
ร้านอาหาร	14	4.67
ร้านกาแฟ	79	26.33
ห้างสรรพสินค้า	126	42.00
ร้านไอศกรีมโสมเมดโดยตรง	11	3.67
อื่น ๆ ได้แก่ ร้านนม วางขายตามงานเทศกาล	10	3.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่จำหน่ายไอศกรีมโสมเมดควรอยู่ใน ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 42.00 รองลงมา ได้แก่ ร้านกาแฟ ร้อยละ 26.33 และร้านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 11.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 18 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ร้าน	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Mrs. Icy	64	67.36	132	64.39	196	65.33
Witty	56	58.95	110	53.66	166	55.33
I- berry	82	86.32	192	93.66	274	91.33
I-style	49	51.58	59	28.78	108	36.00
Gusto	40	42.11	81	39.51	121	40.33
Sasto's	46	48.42	48	23.41	94	31.33
Amante del galato	51	53.68	136	66.34	187	62.33
The Jalato	20	21.05	32	15.61	52	17.33
Mont Banc	36	37.89	45	21.95	81	27.00
มนต์นมสด	85	89.47	148	72.20	233	77.67
อื่นๆ ได้แก่ Red Mango, Ice Monster	15	15.79	32	15.61	47	15.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ร้าน มนต์นมสด ร้อยละ 89.47 รองลงมาคือ ร้าน I-berry ร้อยละ 86.32 และ Mrs. Icy คิดเป็นร้อยละ 67.36

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ร้าน I-berry มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.66 รองลงมาคือ ร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 72.20 และร้าน Amante del galato คิดเป็นร้อยละ 66.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เหตุผลในการรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดใจในรสชาติ	9	9.47	105	51.21	114	38.00
จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	30	31.57	22	10.73	52	17.33
มีรสชาติและรูปแบบหลากหลาย	5	5.26	15	7.31	20	6.67
ราคาถูก	2	2.10	7	3.41	9	3.00
มีที่จอดรถสะดวก	45	47.36	49	23.90	94	31.33
อยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต	4	4.21	7	3.41	11	3.67
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ มีที่จอดรถสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.36 รองลงมาคือ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี ร้อยละ 31.57 และติดใจในรสชาติ ร้อยละ 9.47 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ติดใจในรสชาติ มากที่สุด ร้อยละ 51.21 รองลงมาคือ มีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 23.90 และจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี ร้อยละ 10.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวน และร้อยละ ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้	39	41.05	74	38.15	113	37.67
ไอศกรีมนม	18	18.94	67	32.68	85	28.33
ไอศกรีมน้ำผลไม้	5	5.26	7	3.41	12	4.00
ไอศกรีมกะทิ	15	15.78	5	2.43	20	6.67
ไอศกรีมโยเกิร์ต	14	14.73	49	23.90	63	21.00
ไอศกรีมไขมันต่ำ	4	4.21	3	1.46	7	2.33
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.05 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 18.94 และไอศกรีมกะทิ คิดเป็นร้อยละ 15.78 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.15 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 32.68 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 23.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสวานิลลา	20	21.05	41	20.00	61	20.33
รสกาแฟ	2	2.11	1	0.49	3	1.00
รสช็อคโกแลต	23	24.21	73	35.61	96	32.00
รสตรอเบอร์รี่	3	3.16	8	3.90	11	3.67
รสช็อคโกแลตชิฟ	31	32.63	44	21.46	75	25.00
รสกะทิ	7	7.37	17	8.29	24	8.00
รสมะนาว	1	1.05	4	1.95	5	1.67
รสส้ม	2	2.11	5	2.44	7	2.33
รสรัมลูกเกด	6	6.32	12	5.85	18	6.00
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายชอบไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลตชิฟ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.63 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 24.21 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 21.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.61 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 21.46 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ และสมุนไพรไทย	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสน้อยหน้า	10	10.53	18	8.78	28	9.33
รสขนุน	9	9.47	23	11.22	32	10.67
รสกล้วยหอม	11	11.58	28	13.66	39	13.00
รสลิ้นจี่	20	21.05	17	8.29	37	12.33
รสลำไย	2	2.11	3	1.46	5	1.67
รสกระท้อน	1	1.05	2	0.98	3	1.00
รสมะม่วง	7	7.37	18	8.78	25	8.33
รสเผือก	5	5.26	17	8.29	22	7.33
รสเสาวรส	8	8.42	33	16.10	41	13.67
รสข้าวโพด	-	-	7	3.41	7	2.33
รสมะพร้าว	7	7.37	4	1.95	11	3.67
รสลูกหว่า	5	5.26	12	5.85	17	5.67
รสตะไคร้หอม	1	1.05	2	0.98	3	1.00
รสมะตูม	-	-	8	3.90	8	2.67
รสใบเตย	3	3.16	3	1.46	6	2.00
รสจิง	2	2.11	-	-	2	0.67
รสเงาะ	3	3.16	1	0.49	4	1.33
รสชาไทย	-	-	3	1.46	3	1.00
รสแดงไทย	-	-	2	0.98	2	0.67
รสบัว	1	1.05	4	1.95	5	1.67
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสลิ้นจี่ ร้อยละ 21.05 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม ร้อยละ 11.58 และรสน้อยหน้า ร้อยละ 10.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทยคือ รสเสาวรส ร้อยละ 16.10 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม ร้อยละ 13.66 และรสขนุน ร้อยละ 11.22ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และผลไม้อื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และผลไม้อื่น ๆ	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสลูเบอร์รี่	9	9.47	40	19.51	49	16.33
รสแอปเปิ้ล	-	-	2	0.98	2	0.67
รสกีวี	12	12.63	32	15.61	44	14.67
รสคาราเมล	13	13.68	28	13.66	41	13.67
รสเชอร์รี่	7	7.37	8	3.90	15	5.00
รสพีช	4	4.21	3	1.46	7	2.33
รสบราวนี่	8	8.42	5	2.44	13	4.33
รสอัลมอนด์	16	16.84	5	2.44	21	7.00
รสโยเกิร์ต	2	2.11	9	4.39	11	3.67
รสเนยถั่ว	5	5.26	2	0.98	7	2.33
รสถั่วแมคคาดีเมีย	4	4.21	14	6.83	18	6.00
รสคุกกี้	3	3.16	16	7.80	19	6.33
รสมินต์	3	3.16	23	11.22	26	8.67
รสมอคค่า	1	1.05	-	-	1	0.33
รสองุ่น	2	2.11	2	0.98	4	1.33
รสคาปูชิโน	2	2.11	1	0.49	3	1.00
รสผลไม้รวม	-	-	2	0.98	2	0.67
รสช็อคโกแลตขาว	3	3.16	9	4.39	12	4.00
รสพีช	1	1.05	4	1.95	5	1.67
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสเอลมอนด์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.84 รองลงมาคือ รสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 15.61 และรสกีวี คิดเป็นร้อยละ 12.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.51 รองลงมาคือ รสกีวี ร้อยละ 15.61 และ รสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 13.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ครั้ง	45	47.36	77	37.56	122	40.67
3-4 ครั้ง	35	36.84	110	53.65	145	48.33
5-6 ครั้ง	13	13.68	12	5.85	25	8.33
มากกว่า 6 ครั้ง	2	2.10	6	2.92	8	2.67
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.36 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.84 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน 3-4 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.65 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.56 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้ง
ที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	10	10.52	42	20.49	52	17.33
50-100 บาท	48	50.52	117	57.07	165	55.00
101-150 บาท	20	21.05	38	18.54	58	19.33
151-200 บาท	15	15.79	5	2.44	20	6.67
มากกว่า 200 บาท	2	2.12	3	1.46	5	1.67
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.52 รองลงมาคือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.05 และ 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.79 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50 -100 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.07 รองลงมาคือ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.49 และ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พบปะสังสรรค์ทั่วไป	14	14.74	121	59.02	135	45.00
เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ	11	11.58	25	12.20	36	12.00
พักผ่อนในยามว่าง	53	55.79	36	17.56	89	29.67
หลังรับประทานอาหาร	5	5.26	11	5.37	16	5.33
รับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ	12	12.63	12	5.85	24	8.00
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พักผ่อนในยามว่าง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.79 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14.74 และรับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.63 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.02 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 17.56 และเลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

การเลือกซื้อ	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเดิมเป็นประจำ	59	62.10	130	63.42	189	63.00
2-3 ร้านสลับกันไปมา	23	24.22	55	26.82	78	26.00
ซื้อตามสะดวก	13	13.68	20	9.75	33	11.00
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ส่วนใหญ่เลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.10 และ 63.42 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 24.22 และ 26.82 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 13.68 และ 9.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เวลา	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	2	2.11	3	1.46	5	1.67
กลางวัน	68	71.58	147	71.71	215	71.67
เย็น	25	26.31	55	26.83	80	26.66
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.58 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 26.31 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 2.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.71 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 26.83 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 1.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 จำนวน และร้อยละผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	30	31.58	34	16.59	64	21.33
สมาชิกในครอบครัว	9	9.47	8	3.90	17	5.67
เพื่อน	20	21.05	136	66.34	156	52.00
แฟน	35	36.85	25	12.20	60	20.00
ดารา/ผู้มีชื่อเสียง	1	1.05	2	0.67	3	1.00
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ แฟนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.8 5 รองลงมาคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 31.58 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.34 รองลงมาคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 16.5 9 และ แฟน คิดเป็นร้อยละ 12.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

การให้บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับประทานที่ร้าน	94	95.79	197	96.09	288	96.00
ซื้อกลับบ้าน	4	4.21	8	3.91	12	4.00
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.79 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.21 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.09 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.91 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูล	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	7	7.37	8	3.90	15	5.00
นิตยสาร/หนังสือ	24	25.26	32	15.61	56	18.67
โทรทัศน์/วิทยุ	5	5.26	7	3.41	12	4.00
เพื่อน/คนรู้จัก	44	46.32	152	74.15	196	65.33
แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ	15	15.79	6	2.93	21	7.00
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.32 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 25.26 และ แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.79 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.15 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 15.61 และ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจ	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	1	1.05	5	2.44	6	2.00
ไม่พอใจ	2	2.11	6	2.93	8	2.67
พอใจปานกลาง	10	10.53	16	7.80	26	8.67
พอใจ	67	70.53	158	77.07	225	75.00
พอใจมาก	15	15.78	20	9.76	35	11.66
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 70.5 3 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 15.78 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 77.07 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.7 6 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 จำนวน และร้อยละ สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

สถานที่	เพศ				รวม	
	ชาย N=95		หญิง N=205			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหนังสือ	9	9.47	16	7.80	25	8.33
ร้านอินเทอร์เน็ต	26	27.37	9	4.39	35	11.67
ร้านอาหาร	6	6.32	8	3.90	14	4.67
ร้านกาแฟ	32	33.68	47	22.93	79	26.33
ห้างสรรพสินค้า	14	14.74	112	54.63	126	42.00
ร้านไอศกรีมโฮมเมดโดยตรง	5	5.26	6	2.93	11	3.67
อื่น ๆ ได้แก่ ร้านนม, งานเทศกาล	3	3.16	7	3.41	10	3.33
รวม	95	100.00	205	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 33.68 รองลงมาคือ ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 27.37 และห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 54.63 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 22.93 และร้านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ร้าน	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Mrs. Icy	48	76.19	97	54.19	51	87.93	196	65.33
Witty	32	50.79	91	50.84	43	74.14	166	55.33
I-berry	59	93.65	166	92.74	49	84.48	274	91.33
I-style	16	25.40	76	42.46	16	27.59	108	36.00
Gusto	5	7.94	89	49.72	27	46.55	121	40.33
Sasto's	5	7.94	58	32.40	31	53.45	94	31.33
Amante del galato	57	90.48	95	53.07	38	65.52	187	62.33
The Jalato	13	20.63	23	12.85	16	27.59	52	17.33
Mont Banc	3	4.76	67	37.43	11	18.97	81	27.00
มนต์นมสด	51	80.95	135	75.42	47	81.03	233	77.67
อื่นๆ ได้แก่ Red Mango Ice Monster	7	11.11	18	10.06	22	37.93	47	15.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 93.65 รองลงมาคือ Amante del galato คิดเป็นร้อยละ 90.48 และร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 80.95 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 92.74 รองลงมาคือ ร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 75.42 และร้าน Mrs. Icy คิดเป็นร้อยละ 54.19 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน Mrs. Icy คิดเป็นร้อยละ 87.93 รองลงมาคือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 84.48 และร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 81.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

เหตุผลในการเลือก รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คิดถึงในรสชาติ	21	33.33	77	43.02	16	27.59	114	38.00
จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	25	39.68	15	8.38	12	20.69	52	17.33
มีรสชาติและ รูปแบบหลากหลาย	9	14.29	8	4.47	3	5.17	20	6.67
ราคาถูก	-	-	6	3.35	3	5.17	9	3.00
มีที่จอดรถสะดวก	2	3.17	69	38.55	23	39.66	94	31.33
อยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	6	9.52	4	2.23	1	1.72	11	3.67
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี ให้เหตุผลใน การเลือก รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.68 รองลงมาคือ คิดใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ มีรสชาติและรูปแบบหลากหลาย คิดเป็น ร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้เหตุผลใน การเลือก รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ คิดใจในรสชาติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.02 รองลงมาคือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 38.55 และจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 8.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ให้เหตุผลในการเลือกรับประทานไอศกรีม โฮมเมด คือ มีที่จอดรถสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.66 รองลงมาคือ คิดใจในรสชาติ คิดเป็น ร้อยละ 27.59 และจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 20.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 จำนวน และร้อยละ ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ลักษณะ ไอศกรีมโฮมเมด	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไอศกรีมผสม เนื้อผลไม้	20	31.75	80	44.69	13	22.41	113	37.67
ไอศกรีมนม	19	30.16	45	25.14	21	36.21	85	28.33
ไอศกรีมน้ำผลไม้	3	4.76	6	3.35	3	5.17	12	4.00
ไอศกรีมกะทิ	8	12.70	5	2.79	7	12.07	20	6.67
ไอศกรีมโยเกิร์ต	11	17.46	40	22.35	12	20.69	63	21.00
ไอศกรีมไขมันต่ำ	2	3.17	3	1.68	2	3.45	7	2.33
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 30.16 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 17.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 44.69 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 25.14 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 22.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 36.21 รองลงมาคือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 22.41 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 20.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ไอศกรีมโฮมเมด รสคลาสสิก	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี		20-30 ปี		มากกว่า 30 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสวานิลลา	7	11.11	36	20.11	18	31.03	61	20.33
รสกาแฟ	-	-	2	1.12	1	1.72	3	1.00
รสช็อกโกแลต	25	39.68	62	34.64	9	15.52	96	32.00
รสสตอเบอร์รี่	6	9.52	3	1.68	2	3.45	11	3.67
รสช็อกโกแลตชิฟ	14	22.22	51	28.49	10	17.24	75	25.00
รสกะทิ	3	4.76	7	3.91	14	24.14	24	8.00
รสมะนาว	4	6.35	1	0.56	-	-	5	1.67
รสส้ม	3	4.76	3	1.68	1	1.72	7	2.33
รสรัมลูกเกด	1	1.59	14	7.82	3	5.17	18	6.00
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อกโกแลต คิดเป็นร้อยละ 39.68 รองลงมาคือ รสช็อกโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 22.22 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อกโกแลต คิดเป็นร้อยละ 34.64 รองลงมาคือ รสช็อกโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 28.49 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 20.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 31.03 รองลงมาคือ รสกะทิ คิดเป็นร้อยละ 24.14 และ รสช็อกโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 17.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ และสมุนไพรไทย	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสน้อยหน้า	15	23.81	10	5.59	3	5.17	28	9.33
รสขนุน	4	6.35	26	14.53	2	3.45	32	10.67
รสกล้วยหอม	7	11.11	22	12.29	10	17.24	39	13.00
รสลิ้นจี่	3	4.76	32	17.88	2	3.45	37	12.33
รสลำไย	1	1.59	3	1.68	1	1.72	5	1.67
รสกระท้อน	2	3.17	1	0.56	-	-	3	1.00
รสมะม่วง	6	9.52	12	6.70	7	12.07	25	8.33
รสเผือก	5	7.94	16	8.94	1	1.72	22	7.33
รสเสาวรส	11	17.46	18	10.06	12	20.69	41	13.67
รสข้าวโพด	5	7.94	1	0.56	1	1.72	7	2.33
รสมะพร้าว	2	3.17	8	4.47	1	1.72	11	3.67
รสลูกหว้า	-	-	13	7.26	4	6.90	17	5.67
รสตะไคร้หอม	-	-	-	-	3	5.17	3	1.00
รสมะตูม	-	-	6	3.35	2	3.45	8	2.67
รสใบเตย	1	1.59	2	1.12	3	5.17	6	2.00
รสขิง	-	-	-	-	2	3.45	2	0.67
รสงาดำ	-	-	2	1.12	2	3.45	4	1.33
รสชาไทย	-	-	3	1.68	-	-	3	1.00
รสแดงไทย	-	-	1	0.56	1	1.72	2	0.67
รสบัว	1	1.59	3	1.68	1	1.72	5	1.67
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรรไทย คือ รสน้อยหน้า คิดเป็นร้อยละ 23.81 รองลงมาคือ รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 17.46 และรสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรรไทย คือ รสลิ้นจี่ คิดเป็นร้อยละ 17.88 รองลงมาคือ รสขนุน คิดเป็นร้อยละ 14.53 และรสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 12.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรรไทย คือ รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 20.69 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 17.24 และรสมะม่วง คิดเป็นร้อยละ 12.07

ตารางที่ 39 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้ นอก และผสมอื่นๆ	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสบลูเบอร์รี่	9	14.29	34	18.99	6	10.34	49	16.33
รสแอปเปิ้ล	-	-	2	1.12	-	-	2	0.67
รสกีวี	12	19.05	18	10.06	14	24.14	44	14.67
รสคาราเมล	2	3.17	29	16.20	10	17.24	41	13.67
รสเชอร์รี่	5	7.94	8	4.47	2	3.45	15	5.00
รสพินซ์	1	1.59	6	3.35	-	-	7	2.33
รสราวนี่	2	3.17	10	5.59	1	1.72	13	4.33
รสอัลมอนด์	6	9.52	9	5.03	6	10.34	21	7.00
รสโยเกิร์ต	1	1.59	2	1.12	8	13.79	11	3.67
รสเนยถั่ว	-	-	5	2.79	2	3.45	7	2.33
รสถั่วแมคคาเดเมีย	-	-	16	8.94	2	3.45	18	6.00
รสทุ๊กกี	4	6.35	14	7.82	1	1.72	19	6.33
รสมินต์	16	25.40	10	5.59	-	-	26	8.67
รสมอคค่า	-	-	1	0.56	-	-	1	0.33

ตารางที่ 39 (ต่อ) จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้ นอก และผสมอื่น ๆ	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสอู่น	2	3.17	1	0.56	1	1.72	4	1.33
รสคาปูชิโน่	-	-	1	0.56	2	3.45	3	1.00
รสผลไม้รวม	-	-	1	0.56	1	1.75	2	0.67
รสช็อคโกแลตขาว	3	4.76	8	4.47	1	1.75	12	4.00
รสพีช	-	-	4	2.23	1	1.75	5	1.67
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสมินต์ คิดเป็นร้อยละ 25.40 รองลงมาคือ รสกีวี คิดเป็นร้อยละ 19.05 และรสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 18.99 รองลงมาคือ รสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 16.20 และรสกีวี คิดเป็นร้อยละ 10.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสกีวี คิดเป็นร้อยละ 24.14 รองลงมาคือ รสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 17.24 และรสโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 13.79

ตารางที่ 40 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ครั้ง	36	57.14	63	35.20	23	39.66	122	40.67
3-4 ครั้ง	20	31.75	101	56.42	24	41.38	145	48.33
5-6 ครั้ง	6	9.52	12	6.70	7	12.07	25	8.33
มากกว่า 6 ครั้ง	1	1.59	3	1.68	4	6.90	8	2.67
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความถี่ในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ ไม่เกิน 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.75 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี มีความถี่ในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ 3-4 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.42 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.20 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี มีความถี่ในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.38 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.66 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้ง
ที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	19	30.16	9	5.03	24	41.38	52	17.33
50-100 บาท	34	53.97	108	60.34	23	39.66	165	55.00
101-150 บาท	2	3.17	50	27.93	6	10.34	58	19.33
151-200 บาท	4	6.35	12	6.70	4	6.90	20	6.67
มากกว่า 200 บาท	4	6.35	-	-	1	1.72	5	1.67
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี จำนวนเงินในการซื้อ
ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.97 รองลงมา
คือ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.16 และ 151-200 บาท, มากกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.35
ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคน
ในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.34 รองลงมาคือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ
27.93 และ 151- 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ย
ต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.38 รองลงมาคือ 50-100 บาท
คิดเป็นร้อยละ 39.66 และ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พบปะสังสรรค์ทั่วไป	33	52.38	74	41.34	28	48.28	135	45.00
เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่างๆ	18	28.58	8	4.47	10	17.24	36	12.00
พักผ่อนในยามว่าง	10	15.87	69	38.55	10	17.24	89	29.67
หลังรับประทานอาหาร	2	3.17	8	4.47	6	10.34	16	5.33
รับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใดๆ	-	-	20	11.17	4	6.90	24	8.00
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 4 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.38 รองลงมาคือ เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง คิดเป็นร้อยละ 28.58 และพักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 15.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.34 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 38.55 และรับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใดๆ คิดเป็นร้อยละ 11.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.28 รองลงมาคือ เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ เท่ากับพักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 17.24 และหลังรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 10.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

การเลือกซื้อ	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเดิมเป็นประจำ	48	76.19	101	56.42	40	68.97	189	63.00
2-3 ร้านสลับกันไปมา	8	12.70	56	31.28	14	24.13	78	26.00
ซื้อตามสะดวก	7	11.11	22	12.30	4	6.90	33	11.00
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี เลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.19, 56.42 และ 68.97 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 12.70, 31.28 และ 24.13 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 11.11, 12.30 และ 6.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

เวลา	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	2	3.17	2	1.12	1	1.72	5	1.67
กลางวัน	53	84.13	126	70.39	36	62.07	215	71.67
เย็น	8	12.70	51	28.49	21	36.21	80	26.66
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดส่วนใหญ่คือช่วงเวลากลางวัน คิดเป็นร้อยละ 84.13, 70.39 และ 62.07 รองลงมาคือช่วงเวลาเย็น คิดเป็นร้อยละ 12.70, 28.49 และ 36.21 และช่วงเวลาเช้า คิดเป็นร้อยละ 3.17, 1.12 และ 1.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 จำนวน และร้อยละ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	31	49.21	8	4.47	25	43.10	64	21.33
สมาชิกในครอบครัว	-	-	5	2.79	12	20.69	17	5.67
เพื่อน	28	44.44	113	63.13	15	25.86	156	52.00
แฟน	3	4.76	51	28.49	6	10.34	60	20.00
คารา/ผู้มีชื่อเสียง	1	1.59	2	1.12	-	-	3	1.00
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ตัวเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.21 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.44 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.13 รองลงมาคือ แฟน คิดเป็นร้อยละ 28.49 และตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 4.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ตัวเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.10 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 25.86 และสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 20.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

การใช้บริการ	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับประทานที่ร้าน	58	92.06	178	99.44	52	89.66	288	96.00
ซื้อกลับบ้าน	5	7.94	1	0.56	6	10.34	12	4.00
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุ มากกว่า 30 ปี เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 92.06, 99.44 และ 89.66 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 7.94, 0.56 และ 10.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบ แบบสอบถามจำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูล	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	3	4.76	3	1.68	9	15.52	15	5.00
นิตยสาร/หนังสือ	19	30.16	22	12.29	15	25.86	56	18.67
โทรทัศน์/วิทยุ	5	7.94	4	2.23	3	5.17	12	4.00
เพื่อน/คนรู้จัก	33	52.38	135	75.42	28	48.28	196	65.33
แผ่นพับ โฆษณาต่างๆ	3	4.76	15	8.38	3	5.17	21	7.00
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี แหล่งของข้อมูลที่ใช้ สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 52.38 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 30.16 และโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 7.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี แหล่งของข้อมูลที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 75.42 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 12.29 และแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี แหล่งของข้อมูลที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ส่วนใหญ่ คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 48.28 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็น ร้อยละ 25.86 และเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 15.52 ตามลำดับ ตามลํ

ตารางที่ 48 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบ แบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ระดับความพึงพอใจ	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	1	1.59	2	1.12	3	5.17	6	2.00
ไม่พอใจ	1	1.59	3	1.68	4	6.90	8	2.67
พอใจปานกลาง	6	9.52	7	3.91	13	22.41	26	8.67
พอใจ	51	80.95	143	79.89	31	53.45	225	75.00
พอใจมาก	4	6.35	24	13.41	7	12.07	35	11.66
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี ระดับความพึงพอใจของ ร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 80.95 รองลงมาคือ พอใจ ปาน กลาง คิดเป็นร้อยละ 9.52 และพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 6.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ในปัจจุบันส่วนใหญ่ คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 79.89 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 13.41 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมด ในปัจจุบันส่วนใหญ่ คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 53.45 รองลงมาคือ พอใจ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.41 และพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 12.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 จำนวน และร้อยละ สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

สถานที่	อายุ						รวม	
	ไม่เกิน 20 ปี N=63		20-30 ปี N=179		มากกว่า 30 ปี N=58			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหนังสือ	6	9.52	9	5.03	10	17.24	25	8.33
ร้านอินเทอร์เน็ต	14	22.22	12	6.70	9	15.52	35	11.67
ร้านอาหาร	8	12.70	4	2.23	2	3.45	14	4.67
ร้านกาแฟ	11	17.46	50	27.93	18	31.03	79	26.33
ห้างสรรพสินค้า	23	36.50	97	54.19	6	10.34	126	42.00
ร้านไอศกรีมโฮมเมด โดยตรง	1	1.60	4	2.23	6	10.34	11	3.67
อื่น ๆ ได้แก่ ร้านนม, เทศกาล	-	-	3	1.68	7	12.07	10	3.33
รวม	63	100.00	179	100.00	58	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่ เกิน 20 ปี สถานที่ที่ควรจำหน่าย ไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือ ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 22.22 และร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 17.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด มากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 54.19 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 27.93 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 30 ปี สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด มากที่สุด คือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 31.03 รองลงมาคือ ร้านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 17.24 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 16.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 จำนวน และร้อยละ ร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ร้าน	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Mrs. Icy	55	60.44	58	69.05	83	66.40	196	65.33
Witty	52	57.14	41	48.81	73	58.40	166	55.33
I-berry	73	80.22	77	91.67	124	99.20	274	91.33
I-style	31	34.07	26	30.95	51	40.80	108	36.00
Gusto	27	29.67	30	35.71	64	51.20	121	40.33
Sasto's	16	17.58	35	41.67	43	34.40	94	31.33
Amante del galato	58	63.74	69	82.14	60	48.00	187	62.33
The Jalato	7	7.69	18	21.43	27	21.60	52	17.33
Mont Banc	3	3.30	22	26.19	56	44.80	81	27.00
มนต์นมสด	55	60.44	63	75.00	115	92.00	233	77.67
อื่น ๆ ได้แก่ Red Mango, Ice monster	6	6.59	15	17.86	26	20.80	47	15.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 80.22 รองลงมาคือ ร้าน Amante del galato คิดเป็นร้อยละ 63.74 และร้านมนต์นมสด, Mrs.Icy คิดเป็น ร้อยละ 60.44

ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ร้านที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมาคือ ร้าน Amante del galato คิดเป็นร้อยละ 82.14 และร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 75.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ร้านที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 99.20 รองลงมาคือ ร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 92.00 และ ร้าน Mrs. Icy คิดเป็นร้อยละ 66.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลการรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับมัธยม ปลายหรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คิดใจในรสชาติ	24	26.37	34	40.48	56	44.80	114	38.00
จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	27	29.67	15	17.86	10	8.00	52	17.33
มีรสชาติและรูปแบบหลากหลาย	13	14.29	5	5.95	2	1.60	20	6.67
ราคาถูก	-	-	2	2.38	7	5.60	9	3.00
มีที่จอดรถสะดวก	21	23.08	27	32.14	46	36.80	94	31.33
อยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต	6	6.59	1	1.19	4	3.20	11	3.67
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาด้านล่างต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ให้เหตุผลในการเลือก รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.67 รองลงมาคือ คิดใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 26.37 และมีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 23.08 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้เหตุผลในการเลือก รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ คิดใจในรสชาติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.48 รองลงมาคือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 32.14 และ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่า ให้เหตุผลในการเลือก รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ คิดใจในรสชาติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาคือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 36.80 และ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 จำนวน และร้อยละ ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และ สูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้	37	40.66	19	22.62	57	45.60	113	37.67
ไอศกรีมนม	12	13.19	20	23.81	53	42.40	85	28.33
ไอศกรีมน้ำผลไม้	9	9.89	1	1.19	2	1.60	12	4.00
ไอศกรีมกะทิ	6	6.59	7	8.33	7	5.60	20	6.67
ไอศกรีมโยเกิร์ต	23	25.27	36	42.86	4	3.20	63	21.00
ไอศกรีมไขมันต่ำ	4	4.40	1	1.19	2	1.60	7	2.33
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.66 รองลงมาคือ ไอศกรีม โยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 25.27 และไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 13.19 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือปวส. ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมโยเกิร์ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 23.81 และไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 22.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.60 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 42.40 และไอศกรีมกะทิ คิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ไอศกรีมโฮมเมด รสชาติ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสวานิลลา	18	19.78	21	25.00	22	17.60	61	20.33
รสกาแฟ	-	-	-	-	3	2.40	3	1.00
รสช็อคโกแลต	32	35.16	26	30.95	38	30.40	96	32.00
รสสตรอเบอร์รี่	5	5.49	4	4.76	2	1.60	11	3.67
รสช็อคโกแลตชิฟ	24	26.37	19	22.62	32	25.60	75	25.00
รสกะทิ	6	6.59	8	9.52	10	8.00	24	8.00
รสมะนาว	3	3.30	1	1.19	1	0.80	5	1.67
รสส้ม	1	1.10	4	4.76	2	1.60	7	2.33
รสรวมลูกเกด	2	2.20	1	1.19	15	12.00	18	6.00
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสชาติคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.16 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 26.37 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 19.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานูปริญญา หรือ ปวส. ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสชาติคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมาคือ รสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 25.00 และรสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 22.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสชาติคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.40 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 25.60 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 17.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

ไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้ และสมุนไพรไทย	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสน้อยหน้า	7	7.69	5	5.59	16	12.80	28	9.33
รสขนุน	13	14.29	11	13.10	8	6.40	32	10.67
รสกล้วยหอม	9	9.89	13	15.48	17	13.60	39	13.00
รสลิ้นจี่	19	20.88	7	8.33	11	8.80	37	12.33
รสลำไย	2	2.20	1	1.19	2	1.60	5	1.67
รสกระท้อน	1	1.10	-	-	2	1.60	3	1.00
รสมะม่วง	2	2.20	17	20.24	6	4.80	25	8.33
รสเผือก	8	8.79	2	2.38	12	9.60	22	7.33
รสเสาวรส	7	7.69	11	13.10	23	18.40	41	13.67
รสข้าวโพด	2	2.20	1	1.19	4	3.20	7	2.33
รสมะพร้าว	6	6.59	2	2.38	3	2.40	11	3.67
รสลูกหว้า	3	3.30	4	4.76	10	8.00	17	5.67
รสตะไคร้หอม	-	-	2	2.38	1	0.80	3	1.00
รสมะตูม	5	5.49	1	1.19	2	1.60	8	2.67
รสใบเตย	1	1.10	2	2.38	3	2.40	6	2.00
รสขิง	-	-	1	1.19	1	0.80	2	0.67
รสงาดำ	-	-	2	2.38	2	1.60	4	1.33
รสชาไทย	1	1.10	1	1.19	1	0.80	3	1.00
รสแดงไทย	2	2.20	-	-	-	-	2	0.67
รสบัว	3	3.30	1	1.19	1	0.80	5	1.67
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ษาดำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รส ลิ้นจี่ คิดเป็นร้อยละ 20.88 รองลงมาคือ ขนุน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และ รสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 9.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี หรือ ปวส. ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รส มะม่วง คิดเป็นร้อยละ 20.24 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม คิดเป็น ร้อยละ 15.48 แลรสขนุน, รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 13.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่า ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 18.40 รสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 13.60 และรสน้อยหน้า คิดเป็นร้อยละ 12.80

ตารางที่ 55 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

ไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้ นอก และผสมอื่นๆ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสบลูเบอร์รี่	4	4.40	13	15.48	32	25.60	49	16.33
รสแอปเปิ้ล	-	-	1	1.19	1	0.80	2	0.67
รสกีวี	26	28.57	14	16.67	4	3.20	44	14.67
รสคาราเมล	12	13.19	8	9.52	21	16.80	41	13.67
รสเชอร์รี่	1	1.10	1	1.19	13	10.40	15	5.00
รสพีช	2	2.20	3	3.57	2	1.60	7	2.33
รสราวนี่	3	3.30	6	7.14	4	3.20	13	4.33
รสอัลมอนด์	14	15.38	2	2.38	5	4.00	21	7.00
รสโยเกิร์ต	2	2.20	3	3.57	6	4.80	11	3.67
รสเนยถั่ว	3	3.30	2	2.38	2	1.60	7	2.33
รสถั่วแมคคาดีเมีย	3	3.30	6	7.14	9	7.20	18	6.00
รสคุกกี้	13	14.29	1	1.19	5	4.00	19	6.33
รสมินต์	2	2.20	17	20.24	7	5.60	26	8.67
รสมอคค่า	-	-	-	-	1	0.80	1	0.33
รสองุ่น	1	1.10	2	2.38	1	0.80	4	1.33
รสคาปูชิโน	-	-	3	3.57	-	-	3	1.00
รสผลไม้รวม	1	1.10	1	1.19	-	-	2	0.67
รสช็อคโกแลตขาว	3	3.30	1	1.19	8	6.40	12	4.00
รสพีช	1	1.10	-	-	4	3.20	5	1.67
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ปั่นนอกและผสมอื่น ๆ คือ รสกีวี คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ อัลมอนด์ คิดเป็นร้อยละ 15.28 และ รสคุกกี้ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี หรือ ปวส. ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ปั่นนอกและผสมอื่น ๆ คือ รสมินต์ คิดเป็นร้อยละ 20.24 รองลงมาคือ รสกีวี คิดเป็นร้อยละ 16.67 และรสลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 15.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ปั่นนอกและผสมอื่น ๆ คือ รสลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 25.60 รองลงมาคือ รสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 16.80 และรสเชอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 10.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับมัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญาตรี หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ครั้ง	41	45.05	31	36.90	50	40.00	122	40.67
3-4 ครั้ง	34	37.36	42	50.00	69	55.20	145	48.33
5-6 ครั้ง	13	14.29	6	7.14	6	4.80	25	8.33
มากกว่า 6 ครั้ง	3	3.30	5	5.96	-	-	8	2.67
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. มีความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.36 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี หรือ ปวส. มีความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ 3 -4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.90 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า มีความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ 3 -4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55. 20 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 40.00 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N= 125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	23	25.27	13	15.48	16	12.80	52	17.33
50-100 บาท	38	41.76	57	67.86	70	56.00	165	55.00
101-150 บาท	27	29.67	9	10.71	22	17.60	58	19.33
151-200 บาท	3	3.30	5	5.95	12	9.60	20	6.67
มากกว่า 200 บาท	-	-	-	-	5	4.00	5	1.67
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.76 รองลงมาคือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.67 และ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็น ร้อยละ 25.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50 -100 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.86 รองลงมา คือ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.48 และ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50 -100 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.60 และ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่าเท่ากับมัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N= 125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พบปะสังสรรค์ทั่วไป	27	29.67	38	45.24	70	56.00	135	45.00
เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ	19	20.88	6	7.14	11	8.80	36	12.00
พักผ่อนในยามว่าง	25	27.47	34	40.48	30	24.00	89	29.67
หลังรับประทานอาหาร	9	9.89	2	2.38	5	4.00	16	5.33
รับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใดๆ	11	12.09	4	4.76	9	7.20	24	8.00
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 29.67 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 27.47 และเลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 20.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 45.24 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 40.48 และ เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การเลือกซื้อ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่าเท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N= 125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเดิมเป็นประจำ	56	61.54	51	60.71	82	65.60	189	63.00
2-3 ร้านสลับกันไปมา	24	26.37	18	21.43	36	28.80	78	26.00
ซื้อตามสะดวก	11	12.09	15	17.86	7	5.60	33	11.00
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. เลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 61.54 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 26.37 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 12.09 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. เลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 60.71 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 21.43 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า เลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 28.80 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

เวลา	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=36		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N= 125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	1	1.10	1	1.19	3	2.40	5	1.67
กลางวัน	81	89.01	79	94.05	55	44.00	215	71.67
เย็น	9	9.89	4	4.76	67	53.60	80	26.66
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 89.01 รองลงมา คือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 9.89 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 1.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ช่วงเวลาที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 94.05 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 4.76 และ ช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 1.19 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า ช่วงเวลาที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาคือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 จำนวน และร้อยละผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่าเท่ากับมัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N= 125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	29	31.87	19	22.62	16	12.80	64	21.33
สมาชิกในครอบครัว	10	10.99	3	3.57	4	3.20	17	5.67
เพื่อน	35	38.46	40	47.62	81	64.80	156	52.00
แฟน	14	15.38	22	26.19	24	19.20	60	20.00
คหบดี/ผู้มีชื่อเสียง	3	3.30	-	-	-	-	3	1.00
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมาคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 31.87 และ แฟน คิดเป็นร้อยละ 15.38 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 47.62 รองลงมาคือ แฟน คิดเป็นร้อยละ 26.19 และตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 22.62 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาคือ แฟน คิดเป็นร้อยละ 19.20 และ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

การใช้บริการ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับประทานที่ร้าน	84	92.31	81	96.43	123	98.40	288	96.00
ซื้อกลับบ้าน	7	7.69	3	3.57	2	1.60	12	4.00
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 92.31 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 96.43 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98.40 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีม โสมเมค ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูล	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	10	10.99	2	2.38	3	2.40	15	5.00
นิตยสาร/หนังสือ	15	16.48	18	21.43	23	18.40	56	18.67
โทรทัศน์/วิทยุ	6	6.59	5	5.95	1	0.80	12	4.00
เพื่อน/คนรู้จัก	46	50.55	56	66.67	94	75.20	196	65.33
แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ	14	15.38	3	3.57	4	3.20	21	7.00
รวม	91	100.00	84	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีม โสมเมค คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 50.55 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 16.48 และแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีม โสมเมค คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 21.43 และโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 5.95 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีม โสมเมค คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 75.20 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 18.40 และแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่าเท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	1	1.10	1	1.19	4	3.20	6	2.00
ไม่พอใจ	3	3.30	-	-	5	4.00	8	2.67
พอใจปานกลาง	22	24.18	1	1.19	3	2.40	26	8.67
พอใจ	52	57.14	72	85.71	101	80.80	225	75.00
พอใจมาก	13	14.29	10	11.91	12	9.60	35	11.66
รวม	36	100.00	84	100.00	120	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ พอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.18 และพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 11.91 และไม่พอใจมาก, ไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 1.19 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่า ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 80.80 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 9.60 และไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 จำนวน และร้อยละ สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91		อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84		ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหนังสือ	15	16.48	4	4.76	6	4.80	25	8.33
ร้านอินเทอร์เน็ต	21	23.08	1	1.19	13	10.40	35	11.67
ร้านอาหาร	8	8.79	2	2.38	4	3.20	14	4.67
ร้านกาแฟ	24	26.37	19	22.62	36	28.80	79	26.33
ห้างสรรพสินค้า	18	19.78	55	65.48	53	42.40	126	42.00
ร้านไอศกรีมโฮมเมด โดยตรง	5	5.49	3	3.57	3	2.40	11	3.67
อื่น ๆ ได้แก่ ร้านนม, เทศกาล	-	-	-	-	10	8.00	10	3.33
รวม	36	100.00	84	100.00	120	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้าน กาแฟ คิดเป็นร้อยละ 26.37 รองลงมาคือ ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 23.08 และห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 19.78 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 65.48 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 22.62 และร้านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี และสูงกว่า สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 42.40 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 28.33 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ร้าน	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Mrs. Icy	99	56.57	97	77.60	196	65.33
Witty	92	52.57	74	59.20	166	55.33
I-berry	155	88.57	119	95.20	274	91.33
I-style	47	26.86	61	48.80	108	36.00
Gusto	58	33.14	63	50.40	121	40.33
Sasto's	20	11.43	74	80.80	94	31.33
Amante del galato	86	49.14	101	16.80	187	62.33
The Jalato	31	17.71	21	16.80	52	17.33
Mont Banc	63	36.00	18	14.40	81	27.00
มนต์นมสด	148	84.57	85	68.00	233	77.67
อื่น ๆ ได้แก่ Red Mango, Ice Monster	24	13.71	23	18.40	47	15.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 88.57 รองลงมาคือ ร้านมนต์นมสด คิดเป็นร้อยละ 84.57 และ ร้าน Mr.Icy คิดเป็นร้อยละ 56.57 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 95.20 รองลงมาคือ ร้าน Amante del galato คิดเป็นร้อยละ 49.14 และ ร้าน Mr.Icy คิดเป็นร้อยละ 77.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน / นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจในรสชาติ	90	51.43	24	19.20	114	38.00
จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	20	11.43	32	25.60	52	17.33
มีรสชาติและรูปแบบหลากหลาย	16	9.14	4	3.20	20	6.67
ราคาถูก	2	1.14	7	5.60	9	3.00
มีที่จอดรถสะดวก	45	25.71	49	39.20	94	31.33
อยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต	2	1.14	9	7.20	11	3.67
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ให้เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ตั้งใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 51.43 รองลงมาคือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 25.71 และ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ให้เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 39.20 รองลงมาคือ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 25.60 และตั้งใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 19.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 จำนวน และร้อยละ ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้	75	42.86	38	30.40	113	37.67
ไอศกรีมนม	42	24.00	43	34.40	85	28.33
ไอศกรีมน้ำผลไม้	3	1.71	9	7.20	12	4.00
ไอศกรีมกะทิ	8	4.57	12	9.60	20	6.67
ไอศกรีมโยเกิร์ต	44	25.14	19	15.20	63	21.00
ไอศกรีมไขมันต่ำ	3	1.72	4	3.20	7	2.33
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ ไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 25.14 และไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีม นม คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 30.40 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 15.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสวานิลลา	30	17.14	31	24.80	61	20.33
รสกาแฟ	1	0.57	2	1.60	3	1.00
รสช็อคโกแลต	65	37.14	31	24.80	96	32.00
รสสตอเบอรี่	8	4.57	3	2.40	11	3.67
รสช็อคโกแลตชิฟ	52	29.71	23	18.40	75	25.00
รสกะทิ	5	2.86	19	15.20	24	8.00
รสมะนาว	3	1.71	2	1.60	5	1.67
รสส้ม	4	2.29	3	2.40	7	2.33
รสรัมลูกเกด	7	4.00	11	8.80	18	6.00
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสชาติคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 29.71 และ รสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 17.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสชาติคลาสสิก คือ รสวานิลลา, รสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 24.80 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลต ชิฟ คิดเป็นร้อยละ 18.40 และ รสกะทิ คิดเป็นร้อยละ 15.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 70 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ไอศกรีมรสผลไม้ และสมุนไพรไทย	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสน้อยหน้า	17	9.71	11	8.80	28	9.33
รสขนุน	23	13.14	9	7.20	32	10.67
รสกล้วยหอม	23	13.14	16	12.80	39	13.00
รสลิ้นจี่	26	14.86	11	8.80	37	12.33
รสลำไย	3	1.71	2	1.60	5	1.67
รสกระท้อน	1	0.57	2	1.60	3	1.00
รสมะม่วง	13	7.43	12	9.60	25	8.33
รสเผือก	12	6.86	10	8.00	22	7.33
รสเสาวรส	24	13.71	17	13.60	41	13.67
รสข้าวโพด	6	3.43	1	0.80	7	2.33
รสมะพร้าว	6	3.43	5	4.00	11	3.67
รสลูกหว่า	7	4.00	10	8.00	17	5.67
รสตะไคร้หอม	1	0.57	2	1.60	3	1.00
รสมะตูม	3	1.71	5	4.00	8	2.67
รสใบเตย	2	1.14	4	3.20	6	2.00
รสขิง	-	-	2	1.60	2	0.67
รสเงาะ	1	0.57	3	2.40	4	1.33
รสชาไทย	1	0.57	2	1.60	3	1.00
รสแตงไทย	2	1.14	-	-	2	0.67
รสบัว	4	2.29	1	0.80	5	1.67
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษาชอบไอศกรีมรสผลไม้และสมุนไพรไทยคือ รสลิ้นจี่ คิดเป็นร้อยละ 14.36 รองลงมาคือ รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 13.71 และรสขนุน, รสกล้วยหอมคิดเป็นร้อยละ 13.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย
คือ รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 13.60 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 12.80 และรสมะม่วง
คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ และผสมอื่นๆ	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสบลูเบอร์รี่	33	18.86	16	12.80	49	16.33
รสแอปเปิ้ล	1	0.57	1	0.80	2	0.67
รสกีวี	26	14.86	18	14.40	44	14.67
รสคาราเมล	24	13.71	17	13.60	41	13.67
รสเชอร์รี่	8	4.57	7	5.60	15	5.00
รสพีช	5	2.86	2	1.60	7	2.33
รสราวนี่	7	4.00	6	4.80	13	4.33
รสอัลมอนด์	4	2.29	17	13.60	21	7.00
รสโยเกิร์ต	3	1.71	8	6.40	11	3.67
รสเนยถั่ว	2	1.14	5	4.00	7	2.33
รสถั่วแมคคาดีเมีย	11	6.29	7	5.60	18	6.00
รสคุกกี้	14	8.00	5	4.00	19	6.33
รสมินต์	24	13.71	2	1.60	26	8.67
รสมอคค่า	-	-	1	0.80	1	0.33
รสองุ่น	3	1.71	1	0.80	4	1.33
รสคาปูชิโน	-	-	3	2.40	3	1.00
รสผลไม้รวม	1	0.57	1	0.80	2	0.67
รสช็อคโกแลตขาว	7	4.00	5	4.00	12	4.00
รสพีช	2	1.14	3	2.40	5	1.67
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา ชอบไอศกรีม
 โสมเมตรสผลไม้นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 18.86 รองลงมาคือ รสกีวี
 คิดเป็นร้อยละ 14.86 และรสคาราเมล, รสมินต์ คิดเป็นร้อยละ 13.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ชอบไอศกรีมโสมเมตรสผลไม้นอกและผสมอื่นๆ
 คือ รสกีวี คิดเป็นร้อยละ 14.40 รองลงมาคือ รสคาราเมล, อัลมอนด์ คิดเป็นร้อยละ 13.60 และ
 รสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโสมเมตต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม
 จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโสมเมตต่อเดือน	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ครั้ง	60	34.29	62	49.60	122	40.67
3-4 ครั้ง	105	60.00	40	32.00	145	48.33
5-6 ครั้ง	7	4.00	18	14.40	25	8.33
มากกว่า 6 ครั้ง	3	1.71	5	4.00	8	2.67
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา มีความถี่ที่
 รับประทานไอศกรีมโสมเมตต่อเดือน คือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง
 คิดเป็นร้อยละ 34.29 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน มีความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโสมเมตต่อเดือน
 คือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ 5-6 ครั้ง
 คิดเป็นร้อยละ 14.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	20	11.43	32	25.60	52	17.33
50-100 บาท	112	64.00	53	42.40	165	55.00
101-150 บาท	37	21.14	21	16.80	58	19.33
151-200 บาท	4	2.29	16	12.80	20	6.67
มากกว่า 200 บาท	2	1.14	3	2.40	5	1.67
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50 -100 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.44 และ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.40 รองลงมาคือ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.60 และ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 จำนวน และร้อยละ โอกาสในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พบปะสังสรรค์ทั่วไป	107	61.14	28	22.40	135	45.00
เลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ	21	12.00	15	12.00	36	12.00
พักผ่อนในยามว่าง	36	20.57	53	42.40	89	29.67
หลังรับประทานอาหาร	4	2.29	12	9.60	16	5.33
รับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ	7	4.00	17	13.60	24	8.00
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา โอกาสในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 61.14 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 20.57 และเลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน โอกาสในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 42.40 รองลงมาคือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 22.40 และรับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ คิดเป็นร้อยละ 13.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

การเลือกซื้อ	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเดิมเป็นประจำ	120	68.57	69	55.20	189	63.00
2-3 ร้านสลับกันไปมา	44	25.14	34	27.20	78	26.00
ซื้อตามสะดวก	11	6.29	22	17.60	33	11.00
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา และอาชีพคนทำงาน เลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 68.57 และ 55.20 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 25.14 และ 27.20 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 6.29 และ 17.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

เวลา	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	1	0.57	4	3.20	5	1.67
กลางวัน	136	77.71	79	63.20	215	71.67
เย็น	38	21.72	42	33.60	80	26.66
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและอาชีพคนทำงาน ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 77.71 และ 63.20 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 21.72 และ 33.60 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 0.57 และ 3.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 จำนวน และร้อยละผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

ผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อ	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	32	18.29	32	25.60	64	21.33
สมาชิกในครอบครัว	-	-	17	13.60	17	5.67
เพื่อน	110	62.86	46	36.80	156	52.00
แฟน	30	17.14	30	24.00	60	20.00
ดารา/ผู้มีชื่อเสียง	3	1.71	-	-	3	1.00
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 62.86 รองลงมาคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 18.29 และ แฟน คิดเป็นร้อยละ 17.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมาคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 25.60 และ แฟน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอาชีพ

การใช้บริการ	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับประทานที่ร้าน	171	97.71	117	93.60	288	96.00
ซื้อกลับบ้าน	4	2.29	8	6.40	12	4.00
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา และอาชีพ
คนทำงาน เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 97.71 และ
93.60 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.29 และ 6.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 79 จำนวน และร้อยละ แหล่งข้อมูลที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

แหล่งข้อมูล	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	4	2.29	11	8.80	15	5.00
นิตยสาร/หนังสือ	19	10.86	37	29.60	56	18.67
โทรทัศน์/วิทยุ	6	3.43	6	4.80	12	4.00
เพื่อน/คนรู้จัก	141	80.57	55	44.00	196	65.33
แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ	5	2.85	16	12.80	21	7.00
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 80.57 รองลงมาคือนิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 10.86 และโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.43 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือนิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 29.60 และแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 80 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจ	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	-	-	6	4.80	6	2.00
ไม่พอใจ	-	-	8	6.40	8	2.67
พอใจปานกลาง	7	4.00	19	15.20	26	8.67
พอใจ	154	88.00	71	56.80	225	75.00
พอใจมาก	14	8.00	21	16.80	35	11.66
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 8.00 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 16.80 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 81 จำนวน และร้อยละ สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

สถานที่	อาชีพ				รวม	
	นักเรียน/นักศึกษา N=175		คนทำงาน N=125			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหนังสือ	7	4.00	18	14.40	25	8.33
ร้านอินเทอร์เน็ต	17	9.71	18	14.40	35	11.67
ร้านอาหาร	3	1.71	11	8.80	14	4.67
ร้านกาแฟ	53	30.29	26	20.80	79	26.33
ห้างสรรพสินค้า	86	49.14	40	32.00	126	42.00
ร้านไอศกรีมโฮมเมดโดยตรง	1	0.58	10	8.00	11	3.67
อื่นๆ ได้แก่ ร้านนม, งานเทศกาล	8	4.57	2	1.60	10	3.33
รวม	175	100.00	125	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน /นักศึกษา สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 53.71 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 30.29 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 9.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ คนทำงาน สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 20.80 และร้านหนังสือร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 14.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 82 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ร้าน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Mrs. Icy	43	78.18	51	68.00	74	56.92	28	70.00	196	65.33
Witty	34	61.82	53	70.67	55	42.31	24	60.00	166	55.33
I-berry	47	85.45	68	90.67	127	97.69	32	80.00	274	91.33
I-style	10	18.18	36	48.00	42	32.31	20	50.00	108	36.00
Gusto	17	30.91	22	29.33	54	41.54	28	40.00	121	40.33
Sasto's	11	20.00	35	46.67	32	24.62	16	35.00	94	31.33
Amante del galato	15	27.27	49	65.33	109	83.85	14	35.00	187	62.33
The Jalato	6	10.91	8	10.67	17	13.08	21	52.50	52	17.33
Mont Banc	9	16.36	19	25.33	40	30.77	13	32.50	81	27.00
มนต์นมสด	41	74.55	53	70.67	109	83.85	30	75.00	233	77.67
อื่น ๆ ได้แก่ Red Mango, Ice Monster	4	7.27	17	22.67	14	10.77	12	30.00	47	15.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 82 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้านที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ I-berry คิดเป็นร้อยละ 85.45 รองลงมาคือ ร้าน Mrs.Icy คิดเป็นร้อยละ 78.81 และ ร้าน Witty คิดเป็นร้อยละ 61.82 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้านที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 90.67 รองลงมาคือ ร้านมนต์นมสด ร้าน Witty คิดเป็นร้อยละ 70.67 และ ร้าน Mrs.Icy คิดเป็นร้อยละ 68.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้านที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 97.69 รองลงมาคือ ร้าน Amante del galato คิดเป็นร้อยละ 83.85 และ ร้าน Mrs. Icy คิดเป็นร้อยละ 56.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15 ,000 บาท ร้านที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดมากที่สุด คือ ร้าน I-berry คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ร้าน Mrs.Icy ร้าน Gusto คิดเป็นร้อยละ 70.00 และ ร้าน Witty คิดเป็นร้อยละ 60.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 83 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการ รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คิดใจในรสชาติ	31	56.36	38	50.67	40	30.77	5	12.50	114	38.00
จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี	13	23.64	19	25.33	13	10.00	7	17.50	52	17.33
มีรสชาติและ รูปแบบ หลากหลาย	2	3.64	3	4.00	11	8.46	4	10.00	20	6.67
ราคาถูก	3	5.45	2	2.67	2	1.54	2	5.00	9	3.00
มีที่จอดรถสะดวก	5	9.09	10	13.33	62	47.69	17	42.50	94	31.33
อยู่ใกล้ ศูนย์การค้า/ ไฮเปอร์มาร์เก็ต	1	1.82	3	4.00	2	1.54	5	12.50	11	3.67
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ คิดใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 56.36 รองลงมาคือ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 23.64 และมีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 9.09ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้เหตุผลใน การรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ คิดใจในรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 50.67 รองลงมาคือ จัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 25.33 และมีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้เหตุผลใน การรับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 47.69 รองลงมาคือ คิดใจใน รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 30.77 และจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้เหตุผลในการ
รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ มีที่จอดรถสะดวก คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ จัดร้าน
สวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 17.50 และตั้งใจในรสชาติ อยู่ใกล้ศูนย์การค้า/ไฮเปอร์มาร์เก็ต
คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 84 จำนวน และร้อยละ ลักษณะไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบ แบบสอบถามจำแนกตามรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะ ไอศกรีม โฮมเมด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไอศกรีมผสมเนื้อ ผลไม้	24	43.64	34	45.33	54	41.54	1	2.50	113	37.67
ไอศกรีมนม	23	41.82	25	33.33	33	25.38	4	10.00	85	28.33
ไอศกรีมน้ำผลไม้	2	3.64	2	2.67	1	0.77	7	17.50	12	4.00
ไอศกรีมกะทิ	-	-	4	5.33	8	6.15	8	20.00	20	6.67
ไอศกรีมโยเกิร์ต	6	10.90	10	13.34	34	26.16	13	32.50	63	21.00
ไอศกรีมไขมันต่ำ	-	-	-	-	-	-	7	17.50	7	2.33
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 84 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท
ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 43.64 รองลงมาคือ

ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 41.82 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 10.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ชอบลักษณะไอศกรีม
โฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 45.33 รองลงมาคือ ไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ
33.33 และไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 13.34 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ชอบลักษณะไอศกรีม
โฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 41.54 รองลงมาคือ ไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็น
ร้อยละ 26.16 และไอศกรีมนม คิดเป็นร้อยละ 25.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ชอบลักษณะไอศกรีม โสมเมด คือ ไอศกรีมโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือไอศกรีมกะทิ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และไอศกรีมน้ำผลไม้, ไอศกรีมไข่ม้วนต่ำ คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 85 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโสมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไอศกรีม โสมเมด รสคลาสสิก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสวานิลลา	7	12.73	23	30.67	26	20.00	5	12.50	61	20.33
รสกาแฟ	-	-	1	1.33	2	1.54	-	-	3	1.00
รสช็อคโกแลต	26	47.27	12	16.00	43	33.08	15	37.50	96	32.00
รสสตอเบอรี่	2	3.64	4	5.33	1	0.77	4	10.00	11	3.67
รสช็อคโกแลตชิฟ	11	20.00	28	37.33	34	26.15	2	5.00	75	25.00
รสกะทิ	4	7.27	2	2.67	12	9.23	6	15.00	24	8.00
รสมะนาว	2	3.64	1	1.33	1	0.77	1	2.50	5	1.67
รสส้ม	2	3.64	1	1.33	3	2.31	1	2.50	7	2.33
รสรัมลูกเกด	1	1.82	3	4.00	8	6.15	6	15.00	18	6.00
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 85 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ชอบ ไอศกรีมโสมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 47.27 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลต ชิฟ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 12.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ชอบไอศกรีมโสมเมดรส คลาสสิก คือ รสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาคือ รสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 30.67 และรสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ชอบไอศกรีมโสมเมดรส คลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 33.08 รองลงมาคือ รสช็อคโกแลตชิฟ คิดเป็นร้อยละ 26.15 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมคร สคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ รสกะทิ คิดเป็นร้อยละ 15.00 และรสวานิลลา คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 86 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมครผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไอศกรีม โฮมเมค รสผลไม้และ สมุนไพรไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสน้อยหน้า	16	29.09	1	1.33	3	2.31	8	20.00	28	9.33
รสขนุน	11	20.00	7	9.33	11	8.46	3	7.50	32	10.67
รสกล้วยหอม	3	5.45	19	25.33	13	10.00	4	10.00	39	13.00
รสลิ้นจี่	1	1.82	24	32.00	11	8.46	1	2.50	37	12.33
รสลำไย	-	-	2	2.67	3	2.31	-	-	5	1.67
รสกระท้อน	-	-	1	1.33	2	1.54	-	-	3	1.00
รสมะม่วง	2	3.64	-	-	11	8.46	12	30.00	25	8.33
รสเผือก	6	10.91	13	17.33	3	2.31	-	-	22	7.33
รสเสาวรส	7	12.73	3	4.00	29	22.31	2	5.00	41	13.67
รสข้าวโพด	1	1.82	2	2.67	4	3.08	-	-	7	2.33
รสมะพร้าว	3	5.45	1	1.33	7	5.38	-	-	11	3.67
รสลูกหว้า	1	1.82	1	1.33	15	11.54	-	-	17	5.67
รสตะไคร้หอม	-	-	-	-	3	2.31	-	-	3	1.00
รสมะตูม	2	3.64	-	-	6	4.62	-	-	8	2.67
รสใบเตย	1	1.82	1	1.33	1	0.77	3	7.50	6	2.00
รสจิง	-	-	-	-	-	-	2	5.00	2	0.67
รสเงาะ	-	-	-	-	2	1.54	2	5.00	4	1.33
รสชาไทย	-	-	-	-	3	2.31	-	-	3	1.00
รสแตงไทย	-	-	-	-	2	1.54	-	-	2	0.67
รสบัว	1	1.82	-	-	1	0.77	3	7.50	5	1.67
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 86 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสน้อยหน้า คิดเป็นร้อยละ 29.09 รองลงมา คือ รสขนุน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และรสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 12.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสลิ้นจี่ คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ รสกล้วยหอม คิดเป็น ร้อยละ 25.33 และ รสเผือก คิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส คิดเป็นร้อยละ 22.31 รองลงมาคือ รสลูกหว้า คิดเป็น ร้อยละ 11.54 และรสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมด รสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสมะม่วง คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ รสน้อยหน้า คิดเป็น ร้อยละ 20.00 และรสกล้วยหอม คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 87 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอก และผสมอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไอศกรีม โฮมเมด รสผลไม้ นอก และผสมอื่นๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000 -10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รสบลูเบอร์รี่	12	21.82	19	25.33	17	13.08	1	2.50	49	16.33
รสแอปเปิ้ล	-	-	1	1.33	1	0.77	-	-	2	0.67
รสกีวี	4	7.27	16	21.33	16	12.31	8	20.00	44	14.67
รสคาราเมล	3	5.45	23	30.67	15	11.54	-	-	41	13.67
รสเชอร์รี่	2	3.64	1	1.33	12	9.23	-	-	15	5.00
รสพินซ์	5	9.09	1	1.33	-	-	1	2.50	7	2.33
รสบราวนี่	7	12.73	3	4.00	3	2.31	-	-	13	4.33
รสอัลมอนด์	4	7.27	-	-	13	10.00	4	10.00	21	7.00
รสโยเกิร์ต	1	1.82	1	1.33	1	0.77	8	20.00	11	3.67
รสเนยถั่ว	2	3.64	2	2.67	3	2.31	-	-	7	2.33
รสถั่วแมคคา คีเมีย	3	5.45	1	1.33	14	10.77	-	-	18	6.00
รสคุกกี้	2	3.64	1	1.33	16	12.31	-	-	19	6.33
รสมินต์	2	3.64	4	5.33	14	10.77	6	15.00	26	8.67
รสมอคค่า	-	-	-	-	1	0.77	-	-	1	0.33
รสองุ่น	1	1.82	-	-	1	0.77	2	5.00	4	1.33
รสคาปูชิโน่	-	-	-	-	2	1.54	1	2.50	3	1.00
รสผลไม้รวม	1	1.82	-	-	-	-	1	2.50	2	0.67
รสช็อคโกแลต ขาว	5	9.09	-	-	1	0.77	6	15.00	12	4.00
รสพีช	1	1.82	2	2.67	-	-	2	5.00	5	1.67
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 87 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 21.82 รองลงมาคือ รสราวนี่ คิดเป็นร้อยละ 12.73 และรสพันทัน รสช็อคโกแลตขาว คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 30.67 รองลงมาคือ รสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 25.33 และรสกีว คิดเป็นร้อยละ 21.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 13.08 รองลงมาคือ รสกีว รสค็อกกี คิดเป็นร้อยละ 12.31 และรสคาราเมล คิดเป็นร้อยละ 11.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสกีว, รสโยเกิร์ต คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาคือ รสมินต์ รสช็อคโกแลตขาว คิดเป็นร้อยละ 15.00 และรสอัลมอนต์ คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ที่ รับประทาน ไอศกรีม โฮมเมด ต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ครั้ง	18	32.73	35	46.67	41	31.54	28	70.00	122	40.67
3 – 4 ครั้ง	34	61.82	29	38.67	72	55.38	10	25.00	145	48.33
5 – 6 ครั้ง	2	3.64	9	12.00	13	10.00	1	2.50	25	8.33
มากกว่า 6 ครั้ง	1	1.81	2	2.66	4	3.08	1	2.50	8	2.67
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 88 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.82 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.73 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 38.67 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.38 รองลงมาคือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 31.54 และ 5-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน คือ ไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 25.00 และ 5-6 ครั้ง,มากกว่า 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 89 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้ง ที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนเงิน ในการซื้อ ต่อคนต่อครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	8	14.55	20	26.67	21	16.15	3	7.50	52	17.33
50-100 บาท	34	61.82	45	60.00	77	59.23	9	22.50	165	55.00
101-150 บาท	10	18.18	8	10.67	28	21.54	12	30.00	58	19.33
151-200 บาท	3	5.45	2	2.66	4	3.08	11	27.50	20	6.67
มากกว่า 200 บาท	-	-	-	-	-	-	5	12.50	5	1.67
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 89 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท คิดเป็น ร้อยละ 61.82 รองลงมาคือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.18 และไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.67 และ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 50 -100 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.23 รองลงมา คือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.54 และไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ คือ 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 90 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โอกาสที่ รับประทาน ไอศกรีม โฮมเมด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พบปะสังสรรค์ ทั่วไป	38	69.09	31	41.33	59	45.38	7	17.50	135	45.00
เลี้ยงสังสรรค์ ในโอกาส เทศกาลต่าง ๆ	2	3.63	18	24.00	12	9.23	4	10.00	36	12.00
พักผ่อนในยาม ว่าง	7	12.73	21	28.00	53	40.77	8	20.00	89	29.67
หลังรับประทาน อาหาร	6	10.91	2	2.67	3	2.31	5	12.50	16	5.33
รับประทาน ปกติไม่มีโอกาส พิเศษใดๆ	2	3.64	3	4.00	3	2.31	16	40.00	24	8.00
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 90 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 69.09 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 12.73 และหลังรับประทานอาหาร คิดเป็นร้อยละ 10.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 41.33 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 28.00 และเลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด คือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 40.77 และเลี้ยงสังสรรค์ในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ พักผ่อนในยามว่าง คิดเป็นร้อยละ 20.00 และพบปะสังสรรค์ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 91 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเลือกร้าน ไอศกรีม โฮมเมด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเดิมเป็นประจำ	36	65.45	58	77.33	77	59.23	18	45.00	189	63.00
2-3 ร้านสลับกันไปมา	8	14.55	10	13.33	48	36.92	12	30.00	78	26.00
ซื้อตามสะดวก	11	20.00	7	9.34	5	3.85	10	25.00	33	11.00
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 91 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท เลือก ร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 65.45 รองลงมาคือ ซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท เลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 77.33 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 13.33 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 9.34 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 59.23 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับกันไปมา คิดเป็นร้อยละ 36.92 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท เลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด คือ ซื้อร้านเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ 2-3 ร้านสลับไปมา คิดเป็นร้อยละ 30.00 และซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 92 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เวลา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000 – 10,000 N=75		10,001 – 15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เช้า	-	-	-	-	3	2.31	2	5.00	5	1.67
กลางวัน	45	81.82	61	81.33	88	67.69	21	52.50	215	71.67
เย็น	10	18.18	14	18.67	39	30.00	17	42.50	80	26.66
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 92 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 81.33 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 18.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 67.69 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 30.00 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 2.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด คือ ช่วงกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 42.50 และช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 93 จำนวน และร้อยละผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้มีอำนาจใน การตัดสินใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	18	32.73	9	12.00	25	19.23	12	30.00	64	21.33
สมาชิกใน ครอบครัว	3	5.45	3	4.00	2	1.54	9	22.50	17	5.67
เพื่อน	25	45.45	56	74.67	68	52.31	7	17.50	156	52.00
แฟน	7	12.73	6	8.00	35	26.92	12	30.00	60	20.00
คารา/ ผู้มีชื่อเสียง	2	3.64	1	1.38	-	-	-	-	3	1.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 93 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผู้มี
อำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาคือ ตัวเอง
คิดเป็นร้อยละ 32.73 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 12.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ
เลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 74.67 รองลงมาคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 12.00
และแฟน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ
เลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 52.31 รองลงมาคือ แฟน คิดเป็นร้อยละ 26.92
และ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 19.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ตัวเอง ,แฟน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ สมาชิก
ในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 94 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การใช้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับประทาน ที่ร้าน	55	100.00	73	97.33	128	98.46	32	80.00	288	96.00
ซื้อกลับบ้าน	-	-	2	2.67	2	1.54	8	20.00	12	4.00
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 94 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท
เลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท เลือกใช้บริการของร้าน
ไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 97.33 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็น
ร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท เลือกใช้บริการของร้าน
ไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 98.46รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็น
ร้อยละ 1.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท เลือกใช้บริการของร้าน
ไอศกรีมโฮมเมด คือ รับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ซื้อกลับบ้าน คิดเป็น
ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 95 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์	-	-	1	1.33	2	1.54	12	30.00	15	5.00
นิตยสาร/ หนังสือ	7	12.73	15	20.00	30	23.08	4	10.00	56	18.67
โทรทัศน์/วิทยุ	-	-	2	2.67	4	3.08	6	15.00	12	4.00
เพื่อน/คนรู้จัก	46	83.64	53	70.67	92	70.77	5	12.50	196	65.33
แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ	2	3.63	4	5.33	2	1.53	13	32.50	21	7.00
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 95 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 83.64 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 12.73 และแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 70.67 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 70.77 รองลงมาคือ นิตยสาร/หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 23.08 และโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.08 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้านไอศกรีมโฮมเมด คือ แผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 96 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000-10,000 N=75		10,001-15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	-	-	-	-	-	-	6	15.00	6	2.00
ไม่พอใจ	-	-	3	4.00	2	1.54	3	7.50	8	2.67
พอใจปานกลาง	3	5.45	4	5.33	9	6.92	10	25.00	26	8.67
พอใจ	46	83.64	57	76.00	109	83.85	13	32.50	225	75.00
พอใจมาก	6	10.91	11	14.67	10	7.69	8	20.00	35	11.66
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 96 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 83.64 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 10.91 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 14.67 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 83.85 รองลงมาคือ พอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 7.69 และพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ระดับความพึงพอใจของร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน คือ พอใจ คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ พอใจ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.00 และพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 97 จำนวน และร้อยละ สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 5,000 N=55		5,000 – 10,000 N=75		10,001 – 15,000 N=130		มากกว่า 15,000 N=40			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหนังสือ	3	5.45	5	6.67	10	7.69	7	17.50	25	8.33
ร้านอินเทอร์เน็ต	9	16.36	9	12.00	14	10.77	3	7.50	35	11.67
ร้านอาหาร	-	-	1	1.33	4	3.08	9	22.50	14	4.67
ร้านกาแฟ	9	16.36	35	46.67	32	24.62	3	7.50	79	26.33
ห้างสรรพสินค้า	30	54.55	21	28.00	69	53.08	6	15.00	126	42.00
ร้านไอศกรีมโฮมเมดโดยตรง	2	3.64	-	-	1	0.77	8	20.00	11	3.67
อื่น ๆ ได้แก่ ร้านนม, งานเทศกาล	2	3.64	4	5.33	-	-	4	10.00	10	3.33
รวม	55	100.00	75	100.00	130	100.00	40	100.00	300	100.00

จากตารางที่ 97 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 16.36 และร้านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 5.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 28.00 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 53.08 รองลงมาคือ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 24.62 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท สถานที่ที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด คือ ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมาคือ ร้านไอศกรีมโฮมเมดโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 20.00 และร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอ เมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 98 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.รสชาติอร่อย	30 (10.00)	215 (71.67)	35 (11.67)	20 (6.67)	0 (00.00)	3.85 (มาก)
2.ความหลากหลายของ รสชาติไอศกรีมโฮมเมด	44 (14.67)	186 (62.00)	32 (10.67)	38 (12.67)	0 (0.00)	3.79 (มาก)
3.มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือก ตามฤดูกาล เทศกาล หรือ โอกาสพิเศษต่าง ๆ	36 (12.00)	115 (38.33)	101 (33.67)	45 (15.00)	3 (1.00)	3.45 (ปานกลาง)
4.เมนูมีหลากหลายรูปแบบ ให้เลือกรับประทาน	48 (16.00)	123 (41.00)	85 (28.33)	42 (14.00)	2 (0.67)	3.58 (มาก)
5.รูปแบบ สีสีน การตกแต่ง สวยงาม	56 (18.67)	132 (44.00)	78 (26.00)	34 (11.33)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
6.ความสะอาด	45 (15.00)	120 (40.00)	95 (31.67)	40 (13.33)	0 (00.00)	3.57 (มาก)
7.สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	34 (11.33)	117 (39.00)	106 (35.33)	40 (13.33)	3 (1.00)	3.46 (ปานกลาง)
8.มีหลายขนาดให้เลือก	63 (21.00)	125 (41.67)	94 (31.33)	18 (6.00)	0 (0.00)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.65 (มาก)

จากตารางที่ 98 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาคือ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีไอศกรีมโฮมเมดหลายขนาดให้

เลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด สีสั้น การตกแต่งที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.70) เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.58) และความสะอาดของไอศกรีมโฮมเมด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 99 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.มีป้ายบอกราคาชัดเจน	65 (21.67)	125 (41.67)	85 (28.33)	25 (8.33)	0 (00.00)	3.77 (มาก)
2.ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	28 (60.00)	117 (40.00)	103 (00.00)	48 (00.00)	4 (00.00)	3.39 (ปานกลาง)
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	85 (28.33)	135 (45.00)	78 (26.00)	2 (0.67)	0 (00.00)	4.01 (มาก)
4.มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด	32 (10.00)	121 (20.00)	112 (50.00)	35 (10.00)	0 (10.00)	3.50 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.67 (มาก)

จากตารางที่ 99 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด (ร้อยละ 3.50) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ตารางที่ 100 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง	65 (21.67)	189 (63.00)	41 (13.67)	5 (1.67)	0 (00.00)	4.05 (มาก)
2.สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ	22 (7.33)	109 (36.33)	145 (48.33)	20 (6.67)	4 (1.33)	3.42 (ปานกลาง)
3.เวลาเปิด - ปิด สะดวกต่อการให้บริการ	44 (14.67)	145 (48.33)	104 (34.67)	7 (2.33)	0 (0.00)	3.75 (มาก)
4.สถานที่จอดรถสะดวก	33 (11.00)	135 (45.00)	119 (39.67)	13 (4.33)	0 (00.00)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.71 (มาก)

จากตารางที่ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05) เวลาเปิด - ปิด สะดวกต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การสั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 101 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	12 (4.00)	136 (45.33)	131 (43.67)	21 (7.00)	0 (00.00)	3.46 (ปานกลาง)
2.การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	44 (14.67)	148 (49.33)	78 (26.00)	30 (10.00)	0 (00.00)	3.69 (มาก)
3.พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า	39 (13.00)	130 (43.33)	95 (31.67)	36 (12.00)	0 (00.00)	3.57 (มาก)
4.การให้ทดลองชิมฟรี	50 (16.67)	50 (50.00)	80 (26.67)	20 (6.67)	0 (00.00)	3.77 (มาก)
5.สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	16 (5.33)	135 (45.00)	127 (42.33)	22 (7.33)	0 (00.00)	3.48 (ปานกลาง)
6.คูปองส่วนลด	36 (12.00)	135 (45.00)	105 (35.00)	24 (8.00)	0 (00.00)	3.61 (มาก)
7.การจัด โปร โมชั่นตามเทศกาล	21 (7.00)	122 (40.67)	131 (43.67)	26 (8.67)	0 (00.00)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.58 (มาก)

จากตารางที่ 101 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการให้คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.61) และพนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก (3.48) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการจัด โปร โมชั่นตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 102 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรพนักงานบริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานบริการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี	41 (13.67)	134 (44.67)	89 (29.67)	6 (12.00)	0 (00.00)	3.60 (มาก)
2.มารยาทของพนักงานในการให้บริการ	50 (16.67)	197 (65.67)	38 (12.67)	15 (5.00)	0 (00.00)	3.94 (มาก)
3.ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน	47 (15.67)	170 (56.67)	59 (19.67)	24 (8.00)	0 (00.00)	3.80 (มาก)
4.ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย	33 (11.00)	165 (55.00)	75 (25.00)	24 (8.00)	0 (00.00)	3.66 (มาก)
5.การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ	38 (12.67)	120 (40.00)	105 (35.00)	37 (12.33)	0 (00.00)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.71 (มาก)

จากตารางที่ 102 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 103 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.ชื่อเสียงของร้านกับการ ตัดสินใจเลือกซื้อ	40 (13.33)	118 (39.33)	110 (36.67)	32 (10.67)	0 (00.00)	3.55 (มาก)
2.การออกแบบตกแต่งร้าน	47 (15.67)	113 (37.67)	115 (38.33)	25 (8.33)	0 (00.00)	3.61 (มาก)
3.บริเวณร้านสะอาด	63 (21.00)	132 (44.00)	97 (32.33)	8 (2.67)	0 (00.00)	3.83 (มาก)
4.ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ	59 (19.67)	121 (40.33)	97 (32.33)	23 (7.67)	0 (00.00)	3.72 (มาก)
5.จำนวนโต๊ะ เก้าอี้เพียงพอ สำหรับผู้ใช้บริการ	32 (10.67)	111 (37.00)	145 (48.33)	12 (4.00)	0 (00.00)	3.54 (มาก)
6.ความน่าเชื่อถือของตราชื้อ	42 (14.00)	132 (44.00)	97 (32.33)	29 (9.67)	0 (00.00)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.65 (มาก)

จากตารางที่ 103 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือ ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความน่าเชื่อถือของตราชื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.62) การออกแบบตกแต่งร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.61) ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 104 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน
กระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.พนักงานมีเพียงพอในการ ให้บริการ	55 (18.33)	146 (48.67)	63 (21.00)	36 (12.00)	0 (00.00)	3.73 (มาก)
2.ความรวดเร็วและถูกต้อง ในการให้บริการ	58 (19.33)	175 (58.33)	55 (18.33)	12 (4.00)	0 (00.00)	3.93 (มาก)
3.การคิดเงินมีความรวดเร็ว และถูกต้อง	26 (8.67)	137 (45.67)	105 (35.00)	32 (10.67)	0 (00.00)	3.52 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.73 (มาก)

จากตารางที่ 104 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มี ต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ ระดับที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้ แก่ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการ
(3.93) รองลงมาคือ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการคิดเงินมีความ
รวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 105 ระดับที่มีผล ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ในการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีม โสมเมด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.65	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.67	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.71	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ	3.71	มาก
ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.65	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.73	มาก

จากตารางที่ 105 พบว่า ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ในการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับที่มีผล โดยรวมอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เท่ากับปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.71 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.67 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.65 และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการ ตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 106 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย N=95	หญิง N=205	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.รสชาติอร่อย	3.65 (มาก)	4.05 (มาก)	3.85 (มาก)
2.ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)
3.มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ	3.32 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
4.เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน	3.52 (มาก)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)
5.รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม	3.58 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)
6.ความสะอาด	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)	3.57 (มาก)
7.สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	3.32 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
8.มีหลายขนาดให้เลือก	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 106 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ปัจจัยย่อยด้าน

ผลิตภัณฑ์ที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.67 รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.65 รูปแบบ สี สันการตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.58 และเมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทานและความสะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.52 ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.32 และสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพมีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.84 รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.81 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทานมีค่าเฉลี่ย 3.64 ความสะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.62 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 107 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ	รวม
----------	-----	-----


	ชาย N=95	หญิง N=205	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)
2.ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.14 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.90 (มาก)	4.13 (มาก)	4.01 (มาก)
4.มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีม โฮมเมด	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 107 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของปัจจัย ด้านราคา โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.90 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.76 ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.38 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคา โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.65 และ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 108 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	

	N=95	N=205	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง	3.96 (มาก)	4.13 (มาก)	4.05 (มาก)
2.ตั้งชื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ	3.30 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
3.เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)
4.สถานที่จอดรถสะดวก	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)
 รวม	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 108 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.61 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.96 เวลาเปิด - ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.67 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ตั้งชื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.13 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.84 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.73 และ ตั้งชื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 109 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย N=95	หญิง N=205	

	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.33 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
2.การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	3.56 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)
3.พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)
4.การให้ทดลองชิมฟรี	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)
5.สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.35 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
6.คูปองส่วนลด	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)
7.การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล	3.35 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
รวม	3.47 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 109 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.47 ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรีมีค่าเฉลี่ย 3.68 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย 3.56 คูปองส่วนลดมีค่าเฉลี่ย 3.52 และพนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้านี้มีค่าเฉลี่ย 3.51 ปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกมีค่าเฉลี่ย 3.35 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลมีค่าเฉลี่ย 3.35 และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.69 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.85 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.83 คูปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.70 พนักงานขายมีการให้

ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.63 การจัดโปรมโชนันตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.63 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 110 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ	เพศ		รวม
	ชาย N=95	หญิง N=205	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.60 (มาก)
2.มารยาทของพนักงานในการให้บริการ	3.90 (มาก)	4.08 (มาก)	3.94 (มาก)
3.ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน	3.60 (มาก)	4.03 (มาก)	3.80 (มาก)
4.ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
5.การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ	3.51 (มาก)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University

จากตารางที่ 110 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.61 และ 3.83 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ 4.08 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.60 และ 4.03 ความสะอาด สวยงาม และ

ความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.76 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.70 และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และ 3.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 111 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ชาย N=95	หญิง N=205	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)
2.การออกแบบตกแต่งร้าน	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)
3.บริเวณร้านสะอาด	3.60 (มาก)	4.05 (มาก)	3.83 (มาก)
4.ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)
5.จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	3.45 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)
6.ความน่าเชื่อถือของตราหือ	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)
รวม	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 111 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.58 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.54 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจ

เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.05 ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.73 จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และ การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 112 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	เพศ		รวม
	ชาย N=95	หญิง N=205	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.58 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)
2.ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ	3.73 (มาก)	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)
3.การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.38 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)
รวม	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 112 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.73 พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.58 ปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม มต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาหมีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.08พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.9และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้องมีค่าเฉลี่ย3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 113 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.รสชาติอร่อย	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)
2.ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด	3.95 (มาก)	4.21 (มาก)	3.55 (มาก)	3.90 (มาก)
3.มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
4.เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
5.รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม	3.75 (มาก)	4.09 (มาก)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)
6.ความสะอาด	3.60 (มาก)	4.03 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)

ตารางที่ 113 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีม โสมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
7.สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	3.84 (มาก)	3.54 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
8.มีหลายขนาดให้เลือก	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	3.58 (มาก)	3.89 (มาก)
รวม	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 113 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.15 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโสมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.93 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.75 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.73 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโสมเมด มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.15 รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.03 รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.00 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.45 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.65 มีหลายขนาด ให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.58 รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.56 และความหลากหลายของ รสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.55 ปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.37 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.34 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก รับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.32 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษ ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 114 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.95 (มาก)	4.21 (มาก)	3.56 (มาก)	3.91 (มาก)
2.ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.55 (มาก)	3.75 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)
4.มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบ ของไอศกรีมโฮมเมด	3.58 (มาก)	3.85 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	3.52 (มาก)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 114 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.77 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.58 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.21 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.20 มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.85 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 3.96 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.56 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมดมีค่าเฉลี่ย 3.36 และราคาเหมาะสมกับปริมาณมีค่าเฉลี่ย 3.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 115 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง	4.03 (มาก)	4.21 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)
2.สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
3.เวลาเปิด – ปิด สะดวกต่อการให้บริการ	3.90 (มาก)	4.08 (มาก)	3.59 (มาก)	3.86 (มาก)
4.สถานที่จอดรถสะดวก	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 115 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 และ 3.95 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.03 และ 4.21 เวลาเปิด - ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ 4.08 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.76 และสั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.98 เวลาเปิด - ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.59 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 116 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ (ปี)			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
2.การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)
3.พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า	3.64 (มาก)	4.04 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
4.การให้ทดลองชิมฟรี	3.85 (มาก)	4.07 (มาก)	3.56 (มาก)	3.77 (มาก)
5.สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
6.คู่มือส่วนลด	3.51 (มาก)	3.79 (มาก)	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)
7.การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
รวม	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 116 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.67 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.85 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.80 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.65 พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.64 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.63 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และคู่มือส่วนลดมีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 4.07 พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.04 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.00 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.80 คุปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.79 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.77 และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.44 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.66 การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.56 และมีการให้คุปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.52 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.44 การจัด โปรโมชัน ตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.35 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.28 และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 117 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ	อายุ (ปี)			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถ แนะนำรายละเอียดของ ไอศกรีมโฮมเมด ได้เป็นอย่างดี	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
2.มารยาทของพนักงานในการให้บริการ	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)
3.ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ใน การให้บริการของพนักงาน	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)
4.ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อย ของพนักงานในการแต่งกาย	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)	3.80 (มาก)
5.การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ	3.60 (มาก)	4.03 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
รวม	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตารางที่ 117 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.84 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการ ให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.96 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานใน การแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.90 พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของ ไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.10 การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 4.00 และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.66 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 และความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.51 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 118 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อายุ			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.60 (มาก)	4.03 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
2.การออกแบบตกแต่งร้าน	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.66 (มาก)
3.บริเวณร้านสะอาด	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)
4.ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะอาด ในการเลือกซื้อ	3.83 (มาก)	4.20 (มาก)	3.55 (มาก)	3.86 (มาก)
5.จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับ ผู้ให้บริการ	3.60 (มาก)	3.90 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
6.ความน่าเชื่อถือของตราหือ	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)
รวม	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 118 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะอาดในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.70 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.69 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการสร้างและ การ นำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.20 บริเวณร้าน สะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.17 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.03 จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และ การ ออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.69 ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.55 การออกแบบตกแต่งร้าน และความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของ ร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.39 และจำนวน โต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 119 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านกระบวนการ	อายุ			รวม
	ไม่เกิน 20 ปี N=63	20 – 30 ปี N=179	มากกว่า 30 ปี N=58	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.90 (มาก)	4.15 (มาก)	3.54 (มาก)	3.86 (มาก)
2.ความรวดเร็วและถูกต้องในการ ให้บริการ	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	3.78 (มาก)	4.03 (มาก)
3.การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
รวม	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)	3.58 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 119 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 และ 4.03 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ 4.20 พนักงานมีเพียงพอในการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และ 4.15 และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.65 และ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 ปัจจัยย่อยด้าน กระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.78 และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลในระดับ ปานกลาง ได้แก่ การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 120 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โสมแมคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่าเท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91	อนุปริญญา หรือ ปวส, N=84	ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.รสชาติอร่อย	3.75 (มาก)	4.03 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
2.ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีม โสมแมค	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)
3.มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ	3.34 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
4.เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน	3.40 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)
5.รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม	3.59 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)
6.ความสะอาด	3.42 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)
7.สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	3.37 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)
8.มีหลายขนาดให้เลือก	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 120 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โสมเมตอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.45 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.77 รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.75 ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีมโสมเมต มีค่าเฉลี่ย 3.67 และรูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม 3.59 ปัจจัยย่อยด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.42 เมนูมีหลากหลายรูปแบบ ให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.40 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ 3.37 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือก ตามฤดูกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.03 ความ หลากหลายของรสชาติไอศกรีมโสมเมต มีค่าเฉลี่ย 3.95 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกร ับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.65 มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือ โอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.87 ความ หลากหลายของรสชาติไอศกรีมโสมเมต มีค่าเฉลี่ย 3.85 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.84 รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.77 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.68 เมนูมีหลากหลาย รูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 และสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 121 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91	อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84	ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.60 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.23 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.98 (มาก)	4.16 (มาก)	3.99 (มาก)	4.04 (มาก)
4. มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของ ไอศกรีมโฮมเมด	3.34 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 121 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.98 และมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.60 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.34 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.16 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.92 มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.70 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัย ด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.86 และ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.56 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 122 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่าเท่ากับมัธยมปลายหรือ ปวช. N=91	อนุปริญญาหรือ ปวส. N=84	ปริญญาตรีและสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง	3.98 (มาก)	4.19 (มาก)	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)
2.สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษชนะเก็บความเย็นให้บริการ	3.34 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
3.เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)
4.สถานที่จอดรถสะดวก	3.57 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 122 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โสมเมคอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.64 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.98 เวลาเปิดปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.70 และสถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สั่งซื้อกลับบ้าน โดยมีภาชนะเก็บความเย็นให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมค อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.82 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.19 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.67 และสั่งซื้อกลับบ้าน โดยมีภาชนะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมคอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.73 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.01 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.74 และสถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สั่งซื้อกลับบ้าน โดยมีภาชนะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 123 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่าเท่ากับมัธยมปลายหรือ ปวช. N=91	อนุปริญญาหรือ ปวส. N=84	ปริญญาตรีและสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.33 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.52 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
2.การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	3.58 (มาก)	3.90 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)
3.พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)
4.การให้ทดลองชิมฟรี	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)
5.สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.24 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
6.คู่มือส่วนลด	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)
7.การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
รวม	3.40 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 123 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.40 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผล อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.29 การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.56 และคู่มือส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.52 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.39 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.33 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.24 และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.90 การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.90 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.77 คู่มือส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.70 พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.63 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลมีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวม 3.67 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรีมีค่าเฉลี่ย 3.91 พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.40 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.69 คู่มือส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.66 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.63 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการโฆษณาผ่านสื่อต่างมีค่าเฉลี่ย 3.52

ตารางที่ 124 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการ ต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91	อนุปริญญา หรือ ปวส N=84	ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำ รายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี	3.55 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)
2.มารยาทของพนักงานในการให้บริการ	3.87 (มาก)	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)
3.ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการ ให้บริการของพนักงาน	3.61 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)
4.ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของ พนักงานในการแต่งกาย	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)
5.การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ	3.32 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)	3.54 (มาก)
รวม	3.58 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 124 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.87 ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.61 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.56 และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.55 ปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรพนักงานบริการพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การแสดงออกด้าน อารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.13 ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 3.95 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 3.80 พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 3.70 และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.93 การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.74 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.70 และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 125 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่าเท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91	อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84	ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.31 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.76 (มาก)	3.57 (มาก)
2.การออกแบบตกแต่งร้าน	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)
3.บริเวณร้านสะอาด	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)
4.ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ	3.61 (มาก)	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)	3.74 (มาก)
5.จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	3.35 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)
6.ความน่าเชื่อถือของตราชี้หือ	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 125 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.51 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.61 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.53 และความน่าเชื่อถือของตราชี้หือ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.35 และชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส.ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.74 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาดมีค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.79 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.70 ความน่าเชื่อถือของตราชี่ห้อ ค่าเฉลี่ย 3.70 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และ จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.87 ผู้ไอศกรีมสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.76 จำนวน โต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ ความน่าเชื่อถือของตราชี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.70 และการออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 126 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา			รวม
	ต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. N=91	อนุปริญญา หรือ ปวส. N=84	ปริญญาตรี และสูงกว่า N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)
2.ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)
3.การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.42 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
รวม	3.66 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 126 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.51 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 และ 3.77 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.91 พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และ 3.82 และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.58 และ 3.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 127 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.รสชาติอร่อย	4.20 (มาก)	3.77 (มาก)	3.99 (มาก)
2.ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด	4.12 (มาก)	3.72 (มาก)	3.92 (มาก)
3.มีรสชาติใหม่ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษ ต่าง ๆ	3.80 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
4.เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)
5.รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม	3.88 (มาก)	3.66 (มาก)	3.77 (มาก)

ตารางที่ 127 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
6.ความสะอาด	3.80 (มาก)	3.53 (มาก)	3.66 (มาก)
7.สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	3.65 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
8.มีหลายขนาดให้เลือก	4.02 (มาก)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)
รวม	3.90 (มาก)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 127 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.20 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมดมีค่าเฉลี่ย 4.12 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.02 รูปแบบสีส้ม การตกแต่งสวยงามมีค่าเฉลี่ย 3.88 มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.80 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.75 และสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพมีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงานให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.59 ปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.77 มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.72 รูปแบบสีส้ม การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.66 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.54 และความสะอาดมีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.43 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 128 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.06 (มาก)	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.65 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.21 (มาก)	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)
4. มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด	3.92 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
รวม	3.96 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 128 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีป้ายราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.06 มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.92 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.97 มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.69 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.42 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 129 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม
โสมเมคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง	4.25 (มาก)	4.01 (มาก)	4.13 (มาก)
2.สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ	3.70 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
3.เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)
4.สถานที่จอดรถสะดวก	3.80 (มาก)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)
รวม	3.94 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 129 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผล
ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมคอยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่
สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.25 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.00
สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.80 และสั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความเย็นให้บริการ
มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโสมเมคอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.67 ปัจจัยย่อยด้าน
การจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.01
เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.70 และสถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.59
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บ
ความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 130 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
2.การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	3.96 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)
3.พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า	3.86 (มาก)	3.51 (มาก)	3.68 (มาก)
4.การให้ทดลองชิมฟรี	4.06 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)
5.สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.63 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
6.คู่มือส่วนลด	3.83 (มาก)	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)
7.การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล	3.62 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	3.54 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 130 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยรวม 3.79 ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่การให้ทดลองชิมฟรีมีค่าเฉลี่ย 4.06 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย 3.96 พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้ามีค่าเฉลี่ย 3.86 คู่มือส่วนลดมีค่าเฉลี่ย 3.83 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกมีค่าเฉลี่ย 3.63 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลมีค่าเฉลี่ย 3.62 และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ปัจจัยย่อย ด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.71 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.64 คุปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.59 และพนักงานมีการให้ ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.51 ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.44 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.43 และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 131 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการ ต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)
2.มารยาทของพนักงานในการให้บริการ	4.13 (มาก)	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)
3.ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน	4.18 (มาก)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)
4.ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย	3.95 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)
5.การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ	3.98 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
รวม	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 131 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการ พนักงานบริการ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.18 มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.95 และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.91 ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.73 ความสะอาด สวยงามและความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.60 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.58 และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.45

ตารางที่ 132 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.93 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
2.การออกแบบตกแต่งร้าน	3.78 (มาก)	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)
3.บริเวณร้านสะอาด	4.21 (มาก)	3.76 (มาก)	3.99 (มาก)
4.ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ	3.95 (มาก)	3.66 (มาก)	3.81 (มาก)
5.จำนวน โต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	3.70 (มาก)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)
6.ความน่าเชื่อถือของตราฉลาก	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)
รวม	3.89 (มาก)	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 132 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.95 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.93 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.78 ความน่าเชื่อถือของตราฉลาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 และจำนวน โต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตู้ไอศกรีมสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.66 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.60 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.58 และจำนวนโต๊ะ เก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 133 ค่าเฉลี่ย และ ระดับที่มีผลของปัจจัย ด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ด้านกระบวนการ	อาชีพ		รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา N=175	คนทำงาน N=125	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
1.พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.93 (มาก)	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)
2.ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ	4.11 (มาก)	3.91 (มาก)	4.01 (มาก)
3.การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.89 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
รวม	3.98 (มาก)	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 133 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.68 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.91 และพนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 134 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.รสชาติอร่อย	3.85 (มาก)	4.10 (มาก)	4.25 (มาก)	3.65 (มาก)	3.96 (มาก)
2.ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีมโฮมเมด	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)
3.มีรสชาติใหม่ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.82 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
4.เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก รับประทาน	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)
5.รูปแบบ สี สัน การตกแต่งสวยงาม	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)
6.ความสะอาด	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
7.สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
8.มีหลายขนาดให้เลือก	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)	4.08 (มาก)	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)
รวม	3.65 (มาก)	3.81 (มาก)	3.92 (มาก)	3.51 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 134 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.85 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.75 รูปแบบ สีสีน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.63 มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.55 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.54 และเมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.10 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมดค่าเฉลี่ย 4.00 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.92 รูปแบบ สีสีน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.83 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.72 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.92 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.25 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมดค่าเฉลี่ย 4.10 มีหลายขนาดให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 4.08 รูปแบบ สีสีน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.89 ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.82 เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.77 และสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.51 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีหลายขนาดให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.66 รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 3.65 ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.64 รูปแบบ สีสีน การตกแต่งสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.58 และเมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.42 สินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.33 และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 135 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.70 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.11 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.10 (มาก)
4. มีความหลากหลายของราคาตาม รูปแบบของ ไอศกรีมโฮมเมด	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.96 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
รวม	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)

จากตารางที่ 135 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75, 3.84 และ 4.00 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.11 , 4.20 และ 4.25 มีป้ายบอกราคาชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.75 , 3.93 และ 4.10 มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.60 , 3.65 และ 3.96 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.54, 3.58 และ 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15 ,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.48 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และมีป้ายบอกราคาชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.60 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด มีค่าเฉลี่ย 3.29 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 136 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง	4.03 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)
2.สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภษณะเก็บความ เย็นให้บริการ	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	3.85 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
3.เวลาเปิด – ปิด สะดวกต่อการ ให้บริการ	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)	4.11 (มาก)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)
4.สถานที่จอดรถสะดวก	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.53 (มาก)	3.66 (มาก)
รวม	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 136 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 และ 3.84 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.03 และ 4.25 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.68 และ 3.80 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.67 และสั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภานะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.00 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.20 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภานะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.85 และสถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.57 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.93 เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.63 สถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สั่งซื้อกลับบ้านโดยมีภานะเก็บความเย็นให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 137 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
2.การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	3.66 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	3.53 (มาก)	3.76 (มาก)
3.พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำ สินค้า	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
4.การให้ทดลองชิมฟรี	3.73 (มาก)	3.90 (มาก)	4.01 (มาก)	3.61 (มาก)	3.81 (มาก)
5.สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
6.คูปองส่วนลด	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.65 (มาก)
7.การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
รวม	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 137 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.59 ปัจจัยย่อยด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.73 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.66 คูปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.61 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.59 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.54 พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.50 และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5 ,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัย ด้าน การ ส่งเสริมการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 ปัจจัยย่อยด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.90 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.89 พนักงานขายมีการให้ข้อมูล และคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.75 คุปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.68 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.63 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10 ,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 4.01 การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.98 พนักงานขายมีการให้ข้อมูล และคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.90 คุปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.75 การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.69 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.68 และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.44 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การ ให้ทดลองชิมฟรี มีค่าเฉลี่ย 3.61 คุปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.54 และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานขายมี การให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.46 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.39 การ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.30 และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล มีค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 138 ค่าเฉลี่ย และระดับ ที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
2.มารยาทของพนักงานในการให้บริการ	4.09 (มาก)	4.03 (มาก)	4.17 (มาก)	3.76 (มาก)	4.01 (มาก)
3.ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ ในการให้บริการของพนักงาน	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)
4.ความสะอาด สวยงาม และ ความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
5.การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
รวม	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)

ตารางที่ 138 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก คือ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.68 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 ปัจจัยย่อย ด้านบุคลากรพนักงานบริการ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการ ให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.90 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานใน การแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.79 การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และพนักงาน มีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.03 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความ กระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.20 มารยาทของพนักงาน ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการ แต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 4.00 การแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.97 และพนักงานมี ความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเม ดได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.55 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มารยาท ของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการ ให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.69 ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานใน การแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 3.50 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็น อย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.49 และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ตารางที่ 139 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
2.การออกแบบตกแต่งร้าน	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)
3.บริเวณร้านสะอาด	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)	4.19 (มาก)	3.72 (มาก)	3.89 (มาก)
4.ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	3.77 (มาก)
5.จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ	3.55 (มาก)	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.51 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
6.ความน่าเชื่อถือของตราหือ	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)	3.77 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)
รวม	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.92 (มาก)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 139 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.63 ปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.75 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.68 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.56 จำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.55 และชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.91 ผู้บริโภคโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.80 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.70 จำนวนโต๊ะเก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.9 2 ปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ผู้บริโภคโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.98 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.80 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.70 ปัจจัยย่อย ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.7 2 ความน่าเชื่อถือของตราหือ มีค่าเฉลี่ย 3.59 ผู้บริโภคโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.58 การออกแบบตกแต่งร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.53 และจำนวนโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.51 ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 140 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)				รวม
	ต่ำกว่า 5,000 N=55	5,000 – 10,000 N=75	10,001 – 15,000 N=130	มากกว่า 15,000 N=40	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
1.พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.61 (มาก)	3.78 (มาก)
2.ความรวดเร็วและถูกต้องในการ ให้บริการ	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)
3.การคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	3.90 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
รวม	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 140 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 และ 3.87 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ อมีค่าเฉลี่ย 4.02 และ 4.00 พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ 3.92 และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.66 และ 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.97 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ เฉลี่ยมากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้าน กระบวนการโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และพนักงานมีความเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.61 ปัจจัยย่อยด้าน กระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การคิดเงินมีความรวดเร็ว และถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตารางที่ 141 จำนวน และร้อยละของปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมด

ปัญหาที่พบ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพงเกินไป	226	75.33
มีรสชาติให้เล็กน้อย	68	22.67
พนักงานไม่สุภาพ	7	2.33
ใช้วัตถุดิบไม่ได้คุณภาพ	14	4.67
จัดร้านไม่สวยงาม	32	10.67
ไม่สามารถเลือกรูปแบบได้ ต้องเลือกตามเมนูที่มีอยู่เท่านั้น	51	17.00
ท็อปปีง ผลไม้ ในการตกแต่งเพิ่มเติมมีให้เล็กน้อย	76	25.33
สถานที่นั่งคับแคบ ไม่เพียงพอ/ไม่มีที่นั่งรับประทาน	55	18.33
สถานที่ตั้งร้านไกลเกินไป ไม่สะดวก	102	34.00
หาซื้อยาก มีสาขาน้อย	174	58.00
การส่งเสริมการตลาดมีน้อยเกินไป	213	71.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 141 ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการ รซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมโฮมเมดมีราคาแพงเกินไป ร้อยละ 75.33 รองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาดมีน้อยเกินไป ร้อยละ 71.00 หาซื้อยาก มีสาขาน้อย ร้อยละ 58.00 สถานที่ตั้งร้านไกลเกินไป ไม่สะดวก ร้อยละ 34.00 ท็อปปีง ผลไม้ ในการตกแต่งเพิ่มเติมมีให้เล็กน้อย ร้อยละ 25.33 มีรสชาติให้เล็กน้อย ร้อยละ 22.67 สถานที่นั่งคับแคบ ไม่เพียงพอ/ไม่มีที่นั่งรับประทาน ร้อยละ 18.33 ไม่สามารถเลือกรูปแบบได้ ต้องเลือกตามเมนูที่มีอยู่เท่านั้น ร้อยละ 17.00 จัดร้านไม่สวยงาม ร้อยละ 10.67 ใช้วัตถุดิบไม่ได้คุณภาพ ร้อยละ 4.67 และพนักงานไม่สุภาพ ร้อยละ 2.33 ตามลำดับ