

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่	17
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	27
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	104
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	112
ส่วนที่ 6 ปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้ตอบแบบสอบถาม	164
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	165
สรุปผลการศึกษา	165
อภิปรายผล	185
ข้อค้นพบ	189
ข้อเสนอแนะ	190
บรรณานุกรม	192
ภาคผนวก	193
ประวัติผู้เขียน	202

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่เคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด	17
3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด	18
4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะไอศกรีมโฮมเมดที่ชอบรับประทาน	18
5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสชาติ	19
6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ และสมุนไพรไทย	19
7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ	21
8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน	22
9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ	22
10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด	23
11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด	23
12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด	24
13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้บริการของร้านไอศกรีมโฮมเมด	25
15 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด	25
16 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน	26
17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ควรจำหน่าย ไอศกรีมโฮมเมด	26
18 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
19 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	28
20 จำนวน และร้อยละ ลักษณะ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	29
21 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	30
22 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	31
23 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	32
24 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	33
25 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด โดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	34
26 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	34
27 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
29 จำนวน และร้อยละ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	36
30 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	37
31 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	38
32 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	38
33 จำนวน และร้อยละ สถานที่ควรจำหน่าย ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	39
34 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
35 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	41
36 จำนวน และร้อยละ ลักษณะ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	42
37 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามอายุ	43
38 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	44
39 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	45
40 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	47
41 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละ ครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	49
43 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	50
44 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทาน ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	50
45 จำนวน และร้อยละ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	51
46 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้าน ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	52
47 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	52
48 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีม โสมเมด ในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	53
49 จำนวน และร้อยละ สถานที่ที่ควรจำหน่าย ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	54
50 จำนวน และร้อยละ ร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยรับประทาน ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	55
51 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทาน ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	56
52 จำนวน และร้อยละ ลักษณะ ไอศกรีม โสมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ การศึกษา	57
53 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีม โสมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามระดับการศึกษา	58
54 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีม โสมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	59
55 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีม โสมเมดรสผลไม้แปลกและผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
56 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	62
57 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	63
58 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	64
59 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	65
60 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	66
61 จำนวน และร้อยละ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	67
62 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	68
63 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	69
64 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	70
65 จำนวน และร้อยละ สถานที่ควรจำหน่าย ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	71
66 จำนวน และร้อยละ ร้านที่เคยรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	72
67 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	73
68 จำนวน และร้อยละ ลักษณะ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	74
69 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
70 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	76
71 จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้รสนอกและผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	77
72 จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	78
73 จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	79
74 จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	80
75 จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	81
76 จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	81
77 จำนวน และร้อยละ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	82
78 จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	83
79 จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	84
80 จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	85
81 จำนวน และร้อยละ สถานที่ควรจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	86
82 จำนวน และร้อยละ ร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
83 จำนวน และร้อยละ เหตุผลในการรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
84	จำนวน และร้อยละ ลักษณะ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
85	จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
86	จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
87	จำนวน และร้อยละ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	93
88	จำนวน และร้อยละ ความถี่ที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมดต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	94
89	จำนวน และร้อยละ จำนวนเงินในการซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด โดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละ ครั้งที่ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95
90	จำนวน และร้อยละ โอกาสที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	96
91	จำนวน และร้อยละ การเลือกร้านเพื่อซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	97
92	จำนวน และร้อยละ ช่วงเวลาที่รับประทาน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	98
93	จำนวน และร้อยละ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
94	จำนวน และร้อยละ การเลือกใช้บริการของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
95	จำนวน และร้อยละ แหล่งที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลของร้าน ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
96	จำนวน และร้อยละ ระดับความพึงพอใจของร้าน ไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102
97	จำนวน และร้อยละ สถานที่ควรจำหน่าย ไอศกรีมโฮมเมด ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
98	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	104
99	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	105
100	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	106
101	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	107
102	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรพนักงานบริการ	108
103	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยทางการตลาดด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	109
104	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ	110
105	ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมด	111
106	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	112
107	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	114
108	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	115
109	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	116
110	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	117
111	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
112	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	119
113	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	120
114	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	122
115	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	124
116	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	125
117	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	127
118	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	129
119	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	130
120	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	132
121	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	134
122	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	135
123	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	137
124	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	139

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
138	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	159
139	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	161
140	ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการต่อการตัดสินใจบริโภค ไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	163
141	จำนวน และร้อยละของปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมด	164