

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากการเลือกตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคไอศกรีมโฮมเมด จำนวน 300 ตัวอย่าง ทำการเก็บข้อมูลผู้บริโภคที่ซื้อไอศกรีมโฮมเมดจากร้านมนต์นมสด, I-berry, I-style, Mrs.Icy, Mont Banc, Amante del galato, Sasto's, Gusto, The Jalato, Red Mango, Witty, Ice Monster, ถนนนิมมานเหมินท์, ถนนคนเดินวัวลาย และถนนคนเดินท่าแพ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.34) อายุระหว่าง 20 – 30 ปี (ร้อยละ 59.67) อาชีพนักเรียน นักศึกษา (ร้อยละ 58.33) ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า (ร้อยละ 41.67) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท (ร้อยละ 43.33)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

กลุ่มเป้าหมายที่ซื้อไอศกรีมโฮมเมดโดยภาพรวม เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

ผู้บริโภคนิยมรับประทานลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้
ชอบรับประทานไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ และสมุนไพรรไทย คือ รสเสาวรส ชอบไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

ผู้บริโภคนิยมซื้อไอศกรีมโฮมเมด เพราะคิดใจในรสชาติ มีที่จอดรถสะดวก และจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อไอศกรีมโฮมเมด

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกรับประทานไอศกรีมโฮมเมดในโอกาสพบปะสังสรรค์ทั่วไป และนิยมซื้อไอศกรีมโฮมเมดในช่วงเวลากลางวัน

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อไอศกรีมโฮมเมดจากร้าน I-burry และคิดว่าไอศกรีมโฮมเมดควรมีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจาก เพื่อน/คนรู้จัก รับประทานไอศกรีมโฮมเมด เฉลี่ยเดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด เฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดจากร้านเดิมเป็นประจำ นิยมใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบัน อยู่ในระดับพอใจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตาม

เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำแนกตามเพศ

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

จากผลการศึกษากิจกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลตชิฟ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสลิ้นจี่ และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสเอลมอนต์ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ**(Why does the consumer buy?)**

เหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อไอศกรีม โสมเมด เนื่องจากมีที่จอดรถสะดวก สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้เหตุผลในการซื้อไอศกรีม โสมเมด เนื่องจากคิดถึงในรสชาติ

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ**(Who participates in the buying?)**

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อไอศกรีม โสมเมด โดยให้แฟนเป็นผู้ตัดสินใจมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้เพื่อนช่วยตัดสินใจในการซื้อไอศกรีม โสมเมดมากที่สุด

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่รับประทานไอศกรีม โสมเมดในโอกาสพักผ่อนในยามว่าง สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่รับประทานไอศกรีม โสมเมดในโอกาสพบปะสังสรรค์ทั่วไป และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มนิยมซื้อไอศกรีม โสมเมดในช่วงเวลากลางวัน

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน**(Where does the consumer buy?)**

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เคยรับประทานไอศกรีม โสมเมดร้านมนต์มสด และคิดว่าสถานที่จำหน่ายไอศกรีม โสมเมดควรอยู่ในร้านกาแฟ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เคยรับประทานไอศกรีม โสมเมดร้าน I-berry และคิดว่าสถานที่จำหน่ายไอศกรีม โสมเมดควรหาซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้า

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีม โสมเมดจากเพื่อน/คนรู้จัก ซึ่งรับประทานไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีม โสมเมดร้านเดิมเป็นประจำ โดยใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้าน ไอศกรีม โสมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีม โสมเมดจากเพื่อน/คนรู้จัก รับประทานไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยเดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน โดยเลือกซื้อไอศกรีม โสมเมดร้านเดิมเป็นประจำ นิยมเลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้าน ไอศกรีม โสมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

จำแนกตามอายุ**ผู้บริโภคซื้ออะไร****(What does the consumer buy?)**

จากผลการศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคไอศกรีม โสมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ชอบลักษณะไอศกรีม โสมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้

ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรรไทย คือ รสน้อยหน้า และรสลิ้นจี่ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 30 ปี ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสชาติคลาสสิกที่ชอบ คือ รสวานิลลา ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรรไทยคือ รสเสาวรส และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสกีวี

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เหตุผลในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด เนื่องจากจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ให้เหตุผลในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด เนื่องจากคิดถึงในรสชาติ และผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 30 ปี ให้เหตุผลในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด เนื่องจากมีที่จอดรถสะดวก

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ตัดสินใจซื้อไอศกรีมโฮมเมด ด้วยตัวเองมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ให้เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมด

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุนิยมรับประทานไอศกรีมโฮมเมดในโอกาสพบปะสังสรรค์ทั่วไป และจะซื้อไอศกรีมโฮมเมดในช่วงเวลากลางวันมากที่สุด

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่คิดว่าไอศกรีมโฮมเมดควรจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 30 ปี ส่วนใหญ่คิดว่าไอศกรีมโฮมเมดควรจำหน่ายในร้านกาแฟ และร้านไอศกรีมโฮมเมดที่เคยรับประทานมากที่สุดทุกกลุ่มอายุ คือ ร้าน I-berry

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจากเพื่อน/คนรู้จัก โดยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 1 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดร้านเดิมเป็นประจำ เลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจาก เพื่อน/คนรู้จัก โดยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยเดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด

เฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดร้านเดิมเป็นประจำ เลือกใช้บริการ
รับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 30 ปี ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจาก เพื่อน/
คนรู้จัก ซึ่งรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 3 ครั้ง โดยใช้เงินในการซื้อไอศกรีม
โฮมเมดเฉลี่ยครั้งละไม่เกิน 50 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดร้านเดิมเป็นประจำ
เลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันอยู่ใน
ระดับพอใจ

จำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ลักษณะของไอศกรีมโฮมเมดที่ชอบคือ
ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมด
รสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสลิ้นจี่ และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ
รสบลูเบอร์รี่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพคนทำงาน ลักษณะไอศกรีมโฮมเมดที่ชอบ คือ ไอศกรีมนม
ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสวานิลลา และรสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้
และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสกีวี

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้เหตุผลในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด คือ
คิดใจในรสชาติ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพคนทำงาน ให้เหตุผลในการซื้อไอศกรีมโฮมเมด
คือ มีที่จอดรถสะดวก

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพส่วนใหญ่จะให้เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อไอศกรีม
โฮมเมด

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา นิยมรับประทานไอศกรีมโฮมเมดในโอกาส
พบปะสังสรรค์ทั่วไปในช่วงเวลากลางวัน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพคนทำงานนิยมรับประทาน
ไอศกรีมโฮมเมดช่วงพักผ่อนในยามว่าง และช่วงเวลากลางวันเช่นกัน

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพส่วนใหญ่เห็นควรว่าสถานที่จำหน่ายไอศกรีมโฮมเมดควร
จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และร้านไอศกรีมโฮมเมดที่เคยรับประทานมากที่สุด คือ I-berry

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจากเพื่อน/คนรู้จัก โดยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยเดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดร้านเดิมเป็นประจำ มักจะเลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพคนทำงาน ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจากเพื่อน/คนรู้จัก โดยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวนเงินในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดร้านเดิมเป็นประจำ มักจะเลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสน้อยหน่า และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลตชิฟ ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสลิ้นจี่ ไอศกรีมรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสคาราเมล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส ไอศกรีมรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาทชอบลักษณะไอศกรีมโฮมเมด คือ ไอศกรีมโยเกิร์ต ไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิกที่ชอบ คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสมะม่วง ไอศกรีมรสผลไม้ นอกและผสมอื่น ๆ คือ รสกีวี, รสโยเกิร์ต

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ**(Why does the consumer buy?)**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท เหตุผลในการซื้อ ไอศกรีม โสมเมด เนื่องจากคิดถึงใจในรสชาติ สำหรับผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท เหตุผลในการซื้อ ไอศกรีม โสมเมด เนื่องจากมีที่จอดรถสะดวก

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ**(Who participates in the buying?)**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ให้เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ ไอศกรีม โสมเมด สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตัวเอง หรือแฟนในการเลือกซื้อ ไอศกรีม โสมเมด

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด**(When does the consumer buy?)**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่รับประทาน ไอศกรีม โสมเมด เพื่อพบปะสังสรรค์ทั่วไป ในช่วงเวลากลางวัน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท จะนิยมรับประทาน ไอศกรีม โสมเมดปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ ในช่วงเวลากลางวันเช่นกัน

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน**(Where does the consumer buy?)**

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่คิดว่าสถานที่จำหน่าย ไอศกรีม โสมเมดควรอยู่ในห้างสรรพสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดว่าสถานที่จำหน่าย ไอศกรีม โสมเมด ควรอยู่ร้านกาแฟ และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท คิดว่าสถานที่จำหน่าย ไอศกรีม โสมเมดควรอยู่ในร้านอาหารและห้างสรรพสินค้า และร้านที่เคย์รับประทานมากที่สุดของทุกช่วงรายได้ คือ I-berry

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมค้นหาข้อมูล ไอศกรีม โสมเมดจากเพื่อน/คนรู้จัก รับประทาน ไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยเดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ในซื้อ ไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อ ไอศกรีม โสมเมดร้านเดิมเป็นประจำ ซึ่งมักจะใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้าน ไอศกรีม โสมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูล ไอศกรีม โสมเมดจาก เพื่อน/คนรู้จัก โดยรับประทาน ไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อ ไอศกรีม โสมเมดเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อ ไอศกรีม โสมเมดร้านเดิมเป็นประจำซึ่งมักจะเลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้าน ไอศกรีม โสมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมค้นหาข้อมูลไอศกรีมโฮมเมดจากแผ่นพับ โฆษณาต่าง ๆ โดยรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 3 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยครั้งละ 101-150 บาทต่อคน นิยมเลือกซื้อไอศกรีมโฮมเมดร้านเดิมเป็นประจำ ซึ่งมักจะเลือกใช้บริการรับประทานที่ร้าน และมีระดับความพึงพอใจร้านไอศกรีมโฮมเมดในปัจจุบันอยู่ในระดับพอใจ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญมากที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ รสชาติอร่อย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีไอศกรีมโฮมเมดหลายขนาดให้เลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด สี สัน การตกแต่งที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.70) เมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีสินค้าประเภทเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และมีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.67) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่สำคัญมากที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด (ร้อยละ 3.50) และราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71) โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่สำคัญมากที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05) เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสั่งซื้อกลับบ้าน โดยมีภาชนะเก็บความเย็นให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.58) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมากที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ การให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.77) การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.69) คุปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.61) พนักงานมีขายมีการ

ให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก (3.48) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรพนักงานบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรพนักงานบริการที่สำคัญที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่สำคัญที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ บริเวณร้านสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด และสะดวกในการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความน่าเชื่อถือของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) การออกแบบตกแต่งร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.61) ชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และจำนวนโต๊ะเก้าอี้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่สำคัญที่สุดเรียงลำดับได้ดังนี้ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยเรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.65) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด ไอศกรีมโฮมเมดมีหลายขนาดให้เลือก และรสชาติอร่อย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ไอศกรีมโฮมเมด มีหลายขนาดให้เลือก และความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54 และ 3.80 ตามลำดับ) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และมีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61 และ 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ และสถานที่จอดรถสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.47) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และคูปองส่วนลด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด

ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และคู่มือส่วนลด ตามลำดับ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61 และ 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และความสะอาดสวยงามและความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ตามลำดับ

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ และการออกแบบตกแต่งร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ และความน่าเชื่อถือของตราชี่ห้อ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.58 และ 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด และมีหลายขนาดให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด

ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด ไอศกรีมโฮมเมดมีหลายขนาดให้เลือก และรูปแบบ สี สัน การตกแต่ง สวยงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ไอศกรีมโฮมเมด มีหลายขนาดให้เลือก ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด และรสชาติอร่อย ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77 และ 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และมีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79 , 3.95, และ 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ และสถานที่จอดรถสะดวก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การให้ทดลองชิมฟรี และคูปองส่วนลด ตามลำดับ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และความสะอาด สวยงาม ความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญ สามารถแนะนำรายละเอียดของไอศกรีมโฮมเมดได้เป็นอย่างดี และ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74 และ 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ และความน่าเชื่อถือของตราหือ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตู้ไอศกรีม

โฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ บริเวณร้านสะอาด และชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุมากกว่า 30 ปี ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.88, 4.03 และ 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

จำแนกระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ไอศกรีมโฮมเมดมีหลายขนาดให้เลือก รสชาติอร่อยและความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมดตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด และเมนูมีหลากหลายรูปแบบให้เลือกรับประทาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด และมีหลายขนาดให้เลือก ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54, 3.83 และ 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมดตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ระดับ การศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.64, 3.82 และ 3.73) ปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถสะดวก และเวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการ ให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ให้ระดับที่มี ผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.40) ปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การ ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การให้ทดลองชิมฟรี และอุปถัมภ์ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง การให้ทดลองชิมฟรี และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี พนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. , ระดับ การศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.58 และ 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีม โฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และความสะอาด สวยงามและ ความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัย ด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงาน

ในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. และระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.51 และ 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อ และการออกแบบตกแต่งร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ ไอศกรีมโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อ และชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ระดับการศึกษาอนุปริญญา หรือ ปวส. และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.66, 3.80 และ 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีมโฮมเมด และมีหลายขนาดให้เลือก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย มีหลายขนาดให้เลือก และความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96 และ 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และ มีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมดตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94 และ 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง เวลาเปิด-ปิด สะดวกต่อการให้บริการ และสถานที่จอดรถสะดวก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและพนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และคูปองส่วนลดตามลำดับ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มารยาทของพนักงานในการให้บริการ และการแสดงออกด้านอารมณ์ขณะให้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ

ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และความสะอาด สวยงามและความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ตามลำดับ

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะอาดในการเลือกซื้อ และชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพคนทำงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะอาดในการเลือกซื้อ และความน่าเชื่อถือของตราฉลาก ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และคนทำงาน ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.98 และ 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีมโฮมเมด และรูปแบบ สี สัน การตกแต่ง สวยงาม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.81, 3.92 และ 3.51) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติ ไอศกรีมโฮมเมด และมีหลายขนาดให้เลือก ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75 , 3.84, 4.00 และ 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ บอกรับมีป้ายราคาชัดเจน และมีความหลากหลายของราคาตามรูปแบบของไอศกรีมโฮมเมด ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71, 3.84 และ 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการให้บริการ และสถานที่จอดรถสะดวก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ที่มีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยมีภาชนะเก็บความเย็นให้บริการ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และคู่มือส่วนลด ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 และ 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และพนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี คู่มือส่วนลด และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ด้านบุคลากรพนักงานบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความสะอาด สวยงามและความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย และความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้มากกว่า 15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของกับปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83 และ 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน และความสะอาด สวยงาม และความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของกับปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงาน มารยาทของพนักงานในการให้บริการ และความสะอาด สวยงามและความเรียบร้อยของพนักงานในการแต่งกาย ตามลำดับ

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ความน่าเชื่อถือของตราหือ และ ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ตู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาดและสะดวกในการเลือกซื้อ และการออกแบบตกแต่งร้าน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.912) ปัจจัยย่อยที่มีผล

ต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ ผู้บริโภคโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อ และชื่อเสียงของร้านกับการตัดสินใจเลือกซื้อ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15 ,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ บริเวณร้านสะดวกซื้อ ความน่าเชื่อถือของตราสัญลักษณ์ และ ผู้บริโภคโฮมเมดสะดวกและสะดวกในการเลือกซื้อตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท, รายได้ 5,000 -10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้มากกว่า 15 ,000 บาท ให้ระดับที่มีผลของปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.79, 3.87, 3.96 และ 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมดในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ และการคิดเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมด

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมด คือ มีราคาแพงเกินไป ร้อยละ 75.33 รองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาดมีน้อยเกินไป ร้อยละ 71.00 หาซื้อยาก มีสาขาน้อย ร้อยละ 58.00 สถานที่ตั้งร้านไกลเกินไป ไม่สะดวก ร้อยละ 34.00 และที่อับปิ้ง ผลไม้ ในการตกแต่งเพิ่มเติมมีให้เลือกน้อย ร้อยละ 25.33

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามทฤษฎีและแนวคิด ที่เกี่ยวข้อง 2 ทฤษฎี คือ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบสอบถามสามารถอภิปรายผลด้วยคำถาม 6Ws และ 1H และการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อภิปรายผลโดยใช้ทฤษฎี 7Ps ได้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมโฮมเมด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกรับประทานไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามทฤษฎี 6W1H สามารถตอบคำถามเปรียบเทียบกับผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ วิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมในร้านไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 11-20 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และยังมีผลการศึกษาใกล้เคียงของศรัณยา อินทวงศ์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของไอศกรีมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรับประทานเป็น ไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ ส่วนไอศกรีมโฮมเมดรสคลาสสิก คือ รสช็อคโกแลต ไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้และสมุนไพรไทย คือ รสเสาวรส และไอศกรีมโฮมเมดรสผลไม้รสอื่น ๆ คือ รสบลูเบอร์รี่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในบางส่วนที่พบว่าผู้บริโภคชอบรับประทานไอศกรีมรสเดียว คือ รสช็อคโกแลต

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคนิยมรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเนื่องจากจิตใจในรสชาติ มีที่จืดรสสะดวก และจัดร้านสวยงาม บรรยากาศดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของยวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าเหตุผลในการรับประทานไอศกรีมคือจิตใจในรสชาติ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมในร้านไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าสาเหตุที่รับประทานไอศกรีมเนื่องจากจิตใจในรสชาติ

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกร้านไอศกรีมโฮมเมดของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมในร้านไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยเพื่อน

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่า โอกาสในการเข้าร้านไอศกรีมโฮมเมดที่บ่อยที่สุดคือ พบปะสังสรรค์ทั่วไป และรับประทานไอศกรีมโฮมเมดในร้านไอศกรีมช่วงเวลากลางวัน ซึ่งใกล้เคียงกับผลการศึกษาของวิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีม

ในร้านไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าโอกาสในการเข้าร้าน ไอศกรีมที่บ่อยที่สุดคือรับประทานปกติไม่มีโอกาสพิเศษใด ๆ รองลงมาคือ พักผ่อนในช่วงเวลาว่างและพบปะทั่วไปกับเพื่อน ส่วนใหญ่รับประทานไอศกรีมในช่วงเวลา 13.01-16.00 น.

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน การศึกษาพบว่า ร้าน ไอศกรีมโฮมเมดที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อ คือ ร้าน I-berry ไอศกรีมโฮมเมดควรมีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งคล้ายกับผลการศึกษาของยุวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อรับประทาน เนื่องจากห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตนั้นมีความสะดวกทั้งด้านที่จอดรถ และสามารถเลือกซื้อสินค้าอื่น ๆ ได้ในช่วงเวลาเดียวกัน

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 3-4 ครั้งรับประทานไอศกรีมในร้านไอศกรีมโฮมเมดเฉลี่ยต่อเดือน 50-100 บาท เมื่อต้องการใช้บริการร้าน ไอศกรีมโฮมเมดหรือต้องการหาข้อมูลร้านจะหาจากการ เพื่อน / คนรู้จัก เมื่อต้องการใช้บริการร้าน ไอศกรีมครั้งต่อไป จะเลือกร้านเดิมที่เคยรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้บริโภคจะเลือกซื้อยี่ห้อเดิมที่เคยรับประทานแล้วมากที่สุด ในการบริโภคครั้งต่อไป

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรพนักงานบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย ความหลากหลายของรสชาติไอศกรีมโฮมเมด มีไอศกรีมโฮมเมดหลายขนาดให้เลือกซื้อ สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอร่อย รสชาติหลากหลาย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมในร้านไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยของส่วนประสมตลาดบริการที่มีต่อการบริโภคไอศกรีมที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดด้านผลิตภัณฑ์ คือสินค้ามีรสชาติอร่อย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของยุวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภค

ไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าด้านราคาผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ร้านอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องผลการศึกษานี้ของวิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมในร้าน ไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญระดับมาก คือ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การให้ทดลองชิมฟรี การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการให้คู่มือส่วนลด และพนักงานขายมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของยุวดี มหาวิโร (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ทางด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อย เช่น การโฆษณา มีการแจกให้ทดลองชิม การชิงโชค การมีของแถม สิทธิพิเศษ และการจัดโปรโมชั่น เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากรพนักงานบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มารยาทของพนักงานในการให้บริการ ความกระตือรือร้น และความเอาใจใส่ในการให้บริการของพนักงานซึ่งสอดคล้องผลการศึกษานี้ของ วิรัตน์ ศรีรัชตระกูล (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมในร้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าสูงสุดในด้านบุคลากรหรือพนักงาน คือ มารยาทและความสุภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริเวณร้านสะอาด ผู้ไอศกรีมโฮมเมดสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรัณยา อินทวงศ์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านบริเวณภายในร้านสะอาด รวมทั้งอุปกรณ์ในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องผลการศึกษานี้ของ ศรัณยา อินทวงศ์ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

ด้านพฤติกรรมการบริโภคไอศกรีมโฮมเมด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเพราะคิดใจในรสชาติ ชอบไอศกรีมผสมเนื้อผลไม้ รสชาติที่ชอบมากที่สุดอันดับแรกของแต่ละประเภท ได้แก่ รสเสาวรส รสช็อคโกแลต และรสบลูเบอร์รี่ โดยมารับประทานเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายประมาณครั้งละ 50-100 บาท ซึ่งจะซื้อร้านเดิมเป็นประจำ เพื่อพบปะสังสรรค์ทั่วไปในร้านไอศกรีมโฮมเมด นิยมรับประทานในช่วงเวลากลางวัน โดยมากเพื่อนจะเป็นผู้มีผลต่อการตัดสินใจ และสอบถามข้อมูลร้านไอศกรีมโฮมเมด

ร้านไอศกรีมที่เคยรับประทานส่วนใหญ่จะเป็นร้าน I-berry แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเคยรับประทานร้านมนต์มสดมากกว่า และผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี คือร้าน Mrs.Icy ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพคนทำงาน อายุมากกว่า 30 ปี นิยมรับประทานไอศกรีมโฮมเมดรสกีวี และรสวานิลลา สำหรับอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ชอบรสลิ้นจี่ และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ชอบลักษณะเนื้อไอศกรีมโยเกิร์ต และรสมะม่วง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท เลือกรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเนื่องจากสถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก และร้านกาแฟเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่ควรมีการจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด

ด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ และสินค้าประเภทสุขภาพ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ สั่งซื้อกลับบ้านมีภาระเก็บความเย็นให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก และการจัดโปรโมชันตามเทศกาล เมื่อเทียบค่าเฉลี่ยโดยรวมจะพบว่าปัจจัยที่มีค่าน้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อายุมากกว่า 30 ปี การศึกษาต่ำกว่า/เท่ากับ มัธยมปลาย หรือ ปวช. อาชีพคนทำงาน รายได้เฉลี่ยมากกว่า 15,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคไอศกรีมโฮมเมด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ไอศกรีมโฮมเมด

มีรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ และการมีสินค้าประเภท
สุขภาพ ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ
การตั้งชื่อกลับบ้าน โดยมีภาชนะเก็บความเย็นให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก และการจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล
ด้านปัญหาในการบริโภคไอศกรีมโฮมเมดพบว่า ราคาไอศกรีมโฮมเมดแพงเกินไป มีการ
ส่งเสริมการตลาดที่น้อยมาก หาซื้อยาก มีสาขาน้อย และสถานที่ตั้งร้านไกลเกินไป ไม่สะดวก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไอศกรีมโฮมเมดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการ
รายใหม่ ได้นำกลยุทธ์ไปใช้ในการดำเนินการปรับปรุง พัฒนา และเป็นจุดเริ่มต้นในการประกอบ
ธุรกิจไอศกรีมโฮมเมดที่ดี ดังนี้

ผู้ประกอบการรายเดิม

จากที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับประทานไอศกรีมโฮมเมดเพราะคิดไว้ใน
รสชาติไอศกรีมโฮมเมดอยู่เดิมแล้วนั้น การพัฒนาให้เกิดรสชาติใหม่ ๆ ให้เลือกตามฤดูกาล เทศกาล
หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า เช่น รสมะม่วง ผู้ประกอบการอาจเพิ่มเติม
รายละเอียดด้วยการราดท็อปปิ้งเป็นฟร็อกเกิ้ลลี่ เหมือนการทานมะม่วงสดกับฟร็อกเกิ้ลลี่ นอกจากนี้
ไอศกรีมโฮมเมดเพื่อสุขภาพอย่างเช่น ไอศกรีมเนื้อโยเกิร์ต ก็เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเช่นกัน
หากต้องการขยายการจัดจำหน่าย ห้างสรรพสินค้า และร้านกาแฟ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคเห็น
ว่าเป็นสถานที่มีการจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมด และนอกจากจะสามารถรับประทานที่ร้านแล้วควรมี
ภาชนะเพื่อบรรจุไอศกรีมโฮมเมดกลับบ้านด้วย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงเห็นว่าราคาไอศกรีมโฮมเมดแพงเกินไป ดังนั้นเพื่อเป็นจุด
ผู้บริโภค และสร้างภาพลักษณ์ด้านราคา ควรมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิด
การซื้อสินค้า เช่น จัดรายการซื้อ 1 แถม 1, สะสมแต้มเพื่อรับสิทธิพิเศษในการสร้างรสชาติของ
ตนเองหรือเพื่อรับของที่ระลึก, ส่วนลดในการใช้บริการในครั้งต่อไป เป็นต้น

ผู้ประกอบการรายใหม่

การประกอบธุรกิจใหม่สิ่งที่สำคัญเป็นอันดับแรกต้องเลือกทำเล เพราะผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวนไม่น้อยนอกจากจะเลือกที่รสชาติอร่อยแล้วยังให้เหตุผลในการเลือกรับประทานไอศกรีม
โฮมเมดเพราะมีที่จอดรถสะดวกอีกด้วย ซึ่งอาจจะจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมดอย่างเดียว หรืออาจเป็น
ร้านจำหน่ายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์อื่นควบคู่กันไปด้วย เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

อย่างไรก็ดีควรมีการจัดที่นั่งในร้านควรจัดวางที่นั่งในหนึ่งโต๊ะให้มีที่นั่งอย่างน้อย 2 คน และ 3-5 คน โดยจัดวางที่นั่งไม่ให้คับแคบจนเกินไป แบ่งเป็นโซนสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาด้วยกัน 2 คน และมาด้วยกันมากกว่า 2 คน ควรมีรสชาติไอศกรีมโฮมเมดหลักที่สำคัญ คือ รสช็อคโกแลต รสวานิลลา รสเสาวรส และรสบลูเบอร์รี่ การกำหนดราคานอกจากต้องเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับแล้วยังต้องมีความเหมาะสมกับปริมาณตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีหลากหลายขนาดให้เลือก พนักงานบริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการ และต้องคอยดูแลความสะอาดของบริเวณร้านและตู้ไอศกรีมให้สะอาดอยู่เสมอ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai ceremonial object, possibly a 'phra' or a similar ritual item. The entire central image is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved