



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้านี้ที่มีต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทอง 3) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง ของลูกค้า 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 6) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า 7) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทองของลูกค้า และ 8) หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการกับระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง 385 คน ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test, F-test, LSD., Chi-Square (χ^2) และ Correlation ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องจักสานของลูกค้า พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานประเภทตะกร้า, เหตุผลในการเลือกซื้อคือเพราะสนับสนุนสินค้าไทย, ซื้อเครื่องจักสานในปีที่ผ่านมา 1 - 2 ครั้ง, ได้รับข้อมูลข่าวสารจากงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ซื้อเครื่องจักสานที่ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ซื้อเครื่องจักสานลายดอกพิกุล และลูกค้าชอบเครื่องจักสานที่ทำมาจากหวาย

2. ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสาน สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่าทุก ๆ ด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก



3. การตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานของลูกค้าที่มาซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง ในภาพรวม มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดพบว่าทุก ๆ ด้านมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่ามีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของลูกค้าในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่ามีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า พบว่ามีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

7. ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากับพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง พบว่ามีความสัมพันธ์กัน

8. ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานกับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานของลูกค้าในจังหวัดอ่างทอง พบว่ามีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องจักสานของลูกค้าที่มาซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง จากผลการวิจัย พบว่า

ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานประเภทตะกร้า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ทั้งนี้เพราะตะกร้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยหลายด้าน มีความสวยงาม และเป็นที่ยอมรับมาตั้งแต่สมัยโบราณ สังคมไทยนิยมใช้ตะกร้ามาทุกสมัย จึงพบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อตะกร้า มากกว่าผลิตภัณฑ์แบบอื่น ๆ และซื้อเครื่องจักสานในปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ 1 - 2 ครั้ง จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุภัทรา สุภากรณ์ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องกิจกรรม



กลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง ที่พบว่าลูกค้าซื้อเครื่องจักสานที่เป็นตะกร้ามากที่สุด

เหตุผลในการเลือกซื้อของลูกค้าคือสนับสนุนสินค้าไทย จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 ซึ่งอาจเป็นเพราะภาครัฐมีการส่งเสริมและจูงใจให้คนไทยนิยมของไทย ประกอบกับสังคมไทย เริ่มมีความคิด และให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาของท้องถิ่น โดยเฉพาะส่วนราชการที่มีการชักนำการใช้ของไทยให้เป็นตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างจึงเห็นว่าควรสนับสนุนสินค้าไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวนิดา แก้วเนตร (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าของที่ระลึกเนื่องจากเป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน สนับสนุนสินค้าไทย

ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารจากงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 ทั้งนี้เป็นเพราะมีการประชาสัมพันธ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มาก, ซื้อเครื่องจักสานที่ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 เพราะว่ามีผลิตภัณฑ์ให้เลือกที่หลากหลาย, ซื้อเครื่องจักสานลายดอกพิกุล จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 ซึ่งอาจเป็นเพราะมีความสวยงามและเป็นลายดั้งเดิม ประกอบกับผู้ผลิตจักสานลายดอกพิกุลมาช้านาน เกิดความชำนาญและคนไทยชอบ และลูกค้าชอบเครื่องจักสานที่ทำมาจากหวาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 ทั้งนี้เป็นเพราะหวายมีความคงทนและสวยงาม

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทอง ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่าด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน อาจเป็นเพราะ ด้านการวางแผนได้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง ด้านการจัดองค์การได้มีการสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมผลิตและจำหน่าย ด้านการจูงใจคือการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และด้านการควบคุมคุณภาพได้มีการแบ่งเกรดตามระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

3. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานของลูกค้าที่มาซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทอง ในภาพรวม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่าด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน อาจเป็นเพราะ ด้านผลิตภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่หลากหลาย ด้านราคามีราคาแตกต่างแยกตามคุณภาพลวดลาย ด้านช่องทาง



การจัดจำหน่ายมีการจัดจำหน่ายโดยตัวแทนกลุ่มนำสินค้าไปจำหน่าย เช่นงานแสดงสินค้า และด้านการส่งเสริมการขาย มีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทอง เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่า

4.1 ลูกค้าที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีระดับความระดับความคิดเห็นด้านการวางแผนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน เพราะว่ามีสำนักงานพัฒนาชุมชนเข้าไปเป็นพี่เลี้ยงให้กลุ่ม

4.2 ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการวางแผน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน เพราะว่ามีสำนักงานพัฒนาชุมชนเข้าไปเป็นพี่เลี้ยงให้กลุ่ม ส่วนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มมากกว่าลูกค้าที่มีอายุสูงกว่า

4.3 ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็น ด้านการวางแผน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน เพราะว่ามีสำนักงานพัฒนาชุมชนเข้าไปเป็นพี่เลี้ยงให้กลุ่ม ส่วนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่มีสถานภาพโสด ตัดสินใจได้รวดเร็วกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส

4.4 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็น ด้านการวางแผน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่เป็นนักศึกษามีประสบการณ์ในการพบเห็นการบริหารจัดการน้อยกว่าลูกค้าอาชีพอื่น ๆ

4.5 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็น ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ และด้านการควบคุมคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านการจูงใจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ของสินค้ามากกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา



4.6 ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นด้านการวางแผนด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท คิดว่าเป็นการสนับสนุนสินค้าไทยและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ พบว่า มีระดับการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่า

5.1 ลูกค้ำที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีระดับความการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน

5.2 ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจด้านราคาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำที่อายุน้อยใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจซื้อน้อยกว่าลูกค้ำที่อายุสูงกว่า

5.3 ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำที่มีสถานภาพโสด ตัดสินใจได้รวดเร็วกว่าลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรส

5.4 ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับ การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะนักศึกษาใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจซื้อน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ

5.5 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำที่เป็นนักศึกษาใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจซื้อน้อยกว่าลูกค้ำที่อายุสูงกว่า

5.6 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้ำที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท สามารถซื้อสินค้าที่ราคาต่ำได้ทันที โดยไม่ต้องไปดูสินค้าที่มีราคาสูง



6. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอ่างทอง เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อของลูกค้า พบว่า มีระดับการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่า

6.1 ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานต่างประเภทกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านราคามีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะตระกร้าราคาถูกกว่าและมีประโยชน์ใช้สอยได้มากกว่ากระเป๋า

6.2 ลูกค้าที่มีเหตุผลในการเลือกซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าสนับสนุนสินค้าไทย

6.3 ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักรสานในปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน

6.4 ลูกค้าที่ซื้อเครื่องจักรสานจากสถานที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน

6.5 ลูกค้าที่เลือกซื้อลายเครื่องจักรสานแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน

6.6 ลูกค้าที่ชอบชนิดของเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักรสานต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าเห็นว่าการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักรสานอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเหมือนกัน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะลูกค้าชอบหวายซึ่งคงทนและสวยงาม

7. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ซื้อเครื่องจักรสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทองกับพฤติกรรมในการซื้อของลูกค้า พบว่า มีความสัมพันธ์กัน เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่า



7.1 เพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่เลือกซื้อ และชนิดเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักรสานที่ลูกค้าชอบมากที่สุด ทั้งนี้เพราะลูกค้าผู้หญิงจะซื้อกระเป๋าลูกเต๋า และตะกร้า ส่วนลูกค้าผู้ชายซื้อปิ่นน้ำชา กระบุงและกระด้ง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน, จำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักรสานในปีที่ผ่านมา, แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, สถานที่ที่เลือกซื้อเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และลายเครื่องจักรสานที่เลือกซื้อในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะลูกค้าสนับสนุนสินค้าไทยเหมือนกัน, ระยะเวลาใช้งานยาวนาน ไม่ต้องซื้อบ่อยครั้ง

7.2 อายุของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่เลือกซื้อ, จำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปีที่ผ่านมา, แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และชนิดเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักรสานที่ลูกค้าชอบมากที่สุด ทั้งนี้เพราะประโยชน์ใช้สอยแตกต่างกัน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, สถานที่ที่เลือกซื้อเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และลายเครื่องจักรสานที่เลือกซื้อในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะสนับสนุนสินค้าไทยที่ผลิตจากชุมชน

7.3 สถานภาพสมรสของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่เลือกซื้อ, เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และชนิดเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักรสานที่ลูกค้าชอบมากที่สุด ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่สถานภาพโสดซื้อสินค้าได้ทันที แต่ลูกค้าที่สถานภาพสมรสต้องตัดสินใจร่วมกับคู่สมรส แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปีที่ผ่านมา, แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, สถานที่ที่เลือกซื้อเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และลายเครื่องจักรสานที่เลือกซื้อในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะเครื่องจักรสานมีความคงทน จึงไม่ซื้อบ่อยครั้ง

7.4 อาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานที่เลือกซื้อ, จำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปีที่ผ่านมา, ลายเครื่องจักรสานที่เลือกซื้อในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และชนิดเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักรสานที่ลูกค้าชอบมากที่สุด ทั้งนี้เพราะนักศึกษาซื้อเครื่องจักรสานน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ เนื่องจากรายได้น้อยและมีการนำไปใช้น้อยครั้ง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องจักรสานในโครงการ



หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และสถานที่ที่เลือกซื้อเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะลูกค้ามีเหตุผลที่สนับสนุนสินค้าไทยเหมือนกัน

7.5 ระดับการศึกษาของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่เลือกซื้อ, แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, สถานที่ที่เลือกซื้อเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และชนิดเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักสานที่ลูกค้าชอบมากที่สุด ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่มีระดับการศึกษาประถมได้รับข้อมูลข่าวสารเพียงไม่กี่สื่อ แต่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามีโอกาสได้รับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ มากกว่า เช่น อินเทอร์เน็ต และเคเบิลทีวี แต่ไม่ความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, จำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปีที่ผ่านมา และลายเครื่องจักสานที่เลือกซื้อในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อของขวัญซึ่งคงทนและสวยงาม

7.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และจำนวนครั้งที่เคยซื้อเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เพราะลูกค้าที่มีรายได้มากกว่าได้มากกว่า แต่ไม่ความสัมพันธ์กับประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่เลือกซื้อ, แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, สถานที่ที่เลือกซื้อเครื่องจักสานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ลายเครื่องจักสานที่เลือกซื้อในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และชนิดเส้นใยที่นำมาทำเครื่องจักสานที่ลูกค้าชอบมากที่สุด ทั้งนี้เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อของขวัญซึ่งคงทนและสวยงาม

8. ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องจักสานของลูกค้าในจังหวัดอ่างทอง พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ในด้านบวกเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูง เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดพบว่า

8.1 ระดับความคิดเห็น ด้านการวางแผน มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกันกับระดับการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง และมีการจัดร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามหน่วยงาน ต่าง ๆ แต่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ทั้งนี้เพราะกลุ่มผู้ผลิตเป็นสินค้าหัตถกรรมที่ต้องใช้ฝีมือและเวลาเป็นเงื่อนไข จึงยากต่อการกำหนดการผลิต และการตั้งราคา

8.2 ระดับความคิดเห็น ด้านการจัดองค์การ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกันกับระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม



การขาย ทั้งนี้เพราะภาครัฐสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมผลิตและจำหน่าย และมีการจัดตั้งคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

8.3 ระดับความคิดเห็น ด้านการพอใจ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะรูปลักษณะของสินค้าน่าสนใจ ดึงดูดให้ผู้ลูกค้าซื้อ แต่มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกับด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้เพราะ

8.4 ระดับความคิดเห็น ด้านการควบคุมคุณภาพ มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงกับระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้เพราะได้มีการแบ่งเกรด ตามระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอ่างทอง ได้เป็นอย่างดี เช่น

1.1 ด้านการวางแผน ควรศึกษายอดขายในอดีต เพื่อเป็นตัวกำหนดปริมาณผลิต เพราะจะได้มีเครื่องจักสานเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และไม่ผลิตออกมามากเกินไป จนมีเครื่องจักสานเหลือ

1.2 ด้านการจัดองค์การ ควรนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เพื่อเก็บข้อมูลในการดำเนินงาน และสะดวกในการเรียกดูข้อมูล

1.3 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้มีรูปแบบหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น, ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพราะปัจจุบันสินค้ามีการแข่งขันสูง, ทำผลิตภัณฑ์ให้มีสีสันและลวดลายที่สวยงามทันสมัย, ทำผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น, และควรทำผลิตภัณฑ์ตามใจลูกค้า เช่น ทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานประเภทตะกร้าให้มากขึ้นเพราะเป็นที่ต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่

1.4 ด้านราคา ควรมีราคาแตกต่างแยกตามคุณภาพและลวดลาย จะช่วยให้ขายได้กับลูกค้าหลากหลาย, มีระดับราคาหลากหลายตามคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพราะลูกค้ามีหลายระดับ, มีระดับราคาแตกต่างกันตามวัตถุดิบ, มีราคาส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ, ราคาควรเหมาะสม และ



ราคาควรมีมาตรฐานเดียวกันทุกร้าน เพื่อไม่ให้มีการแข่งขันกันลดราคา จะทำให้ได้กำไรน้อยลง หรือถึงกับขาดทุนได้

1.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดจำหน่ายเองเฉพาะภายในพื้นที่กลุ่มทำการผลิต เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการไปเช่าพื้นที่วางจำหน่าย และจะได้อยู่ใกล้ชิดกับครอบครัว, จัดจำหน่ายโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับสินค้า, จัดจำหน่ายผ่านร้านค้า หน่วยงานของราชการ และจัดจำหน่ายโดยตัวแทนกลุ่มนำสินค้าไปจำหน่าย เช่นงานแสดงสินค้า, ควรนำสินค้าออกไปขายทุกที่มีโอกาส ควรมีสวนย์จำหน่ายตลาดกลางจังหวัดและแถววัดชัยมงคล และควรเน้นในเรื่องของตลาดที่จะรองรับที่แน่นอน

1.6 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อทำให้สินค้าขายได้มากขึ้น, สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยแสดงความเป็นเอกลักษณ์, หาตลาดใหม่หรือขยายตลาดออกไปต่างประเทศ, การให้ส่วนลดการค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ, ควรมีการโฆษณาเผยแพร่ให้มากขึ้น, ควรให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบช่วยส่งเสริมอย่างจริงจัง และควรมีพนักงานขายที่สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อไป ดังนี้

2.1 ศึกษาในเชิงลึกของพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า ในการซื้อเครื่องจักสานแต่ละประเภทของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดอ่างทอง

2.2 ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วทั้งประเทศ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ซื้อเครื่องจักสานในภูมิภาคอื่น ๆ ให้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ