

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ถ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานในการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).....	8
ประวัติความเป็นมาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP).....	8
ประวัติความเป็นมาของชุมชนผลิตมีดอรัญญิก.....	16
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการผลิต.....	27

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2 (ต่อ)	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	30
	ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	30
	ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	30
	ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	32
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
	การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ซื้อมิดอรัญญิก โครงการหนึ่งตำบล	42
	การวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญิก โครงการ	
	หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	44
	การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการ	
	หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	52
	การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญิก โครงการหนึ่งตำบล	
	หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	57
	การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ	
	โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จังหวัด	
	พระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	62

**สารบัญ (ต่อ)**

บทที่	หน้า
4 (ต่อ) การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	7
การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมในการซื้อที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ.....	85
การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัย ในการซื้อที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	104
การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระดับการตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ต่อการบริหารจัดการ โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	166
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	167
สรุปผลการวิจัย.....	167
อภิปรายผลการวิจัย.....	171
ข้อเสนอแนะ.....	173
บรรณานุกรม.....	174
ภาคผนวก.....	175
ภาคผนวก ก.....	176
ภาคผนวก ข.....	183
ภาคผนวก ค.....	193
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	195

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ค่าความถี่ และร้อยละ ของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนา.....	42
2	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านประเภทของมิดที่ซื้อ.....	44
3	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	45
4	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านความถี่ในการซื้อมิด.....	45
5	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	46
6	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านสถานที่ซื้อมิด.....	47
7	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	48
8	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	49
9	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิดที่ซื้อ.....	50
10	ค่าความถี่ และร้อยละ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมิดอรัญญาฯ ด้านคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	51
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการฯ ด้านการวางแผน .....	52
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการฯ ด้านการจัดองค์การ.....	53

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

ตาราง	หน้า
13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการฯ ด้านการจูงใจ.....	54
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการฯ ด้านการควบคุมคุณภาพ.....	55
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการฯ โดยภาพรวม.....	56
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ด้านผลิตภัณฑ์.....	57
17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ด้านราคา.....	58
18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	59
19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	60
20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อมีดอร์ญูญิกฯ ในภาพรวม.....	61
21 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหาร จัดการฯ จำแนกตามเพศ.....	62
22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหาร จำแนกตามอายุ.....	63
23 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านวางแผนกับอายุ.....	64
24 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการจัดองค์การกับอายุ.....	65

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการควบคุมคุณภาพกับอายุ..... 66
26	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหาร จำแนกตามสถานภาพการสมรส..... 67
27	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการจัดองค์การกับสถานภาพการสมรส..... 68
28	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหาร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 69
29	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหาร จำแนกตามอาชีพ..... 70
30	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ย..... 71
31	การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการวางแผนกับรายได้เฉลี่ย..... 72
32	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหาร จำแนกตามภูมิลำเนา..... 73
33	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามเพศ..... 74
34	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามอายุ..... 75
35	การเปรียบเทียบระดับระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับอายุ..... 76

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	77
37	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	78
38	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย.....	79
39	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามอาชีพ.....	80
40	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามภูมิลำเนา.....	81
41	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกประเภทของมิดที่ซื้อ.....	82
42	การเปรียบเทียบระดับระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับกับประเภทของมิดที่ซื้อ.....	83
43	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ.....	84
44	การเปรียบเทียบระดับระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับวัตถุประสงค์ในการซื้อ.....	85
45	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตาม ความถี่ในการซื้อ.....	86
46	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรถยนต์ จำแนกตาม แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	87

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
47	การเปรียบเทียบระดับระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	92
48	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา จำแนกตาม สถานที่ซื้อ.....	93
49	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับสถานที่ซื้อ.....	94
50	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดกับสถานที่ในซื้อ.....	95
51	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา จำแนกตาม คุณสมบัติที่เลือกซื้อ.....	96
52	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านช่องราคากับคุณสมบัติที่ซื้อ.....	97
53	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา จำแนกตาม ระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	98
54	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา จำแนกตาม ประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิด.....	99
55	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านผลิตภัณฑ์กับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	101
56	การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐัญญา เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านราคากับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	102



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
57	การเปรียบเทียบระดับระดับระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Fisher's LSD procedure ระหว่าง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	103
58	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของมิดที่ซื้อ.....	104
59	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	105
60	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	106
61	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสถานที่ซื้อมิด.....	107
62	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	108
63	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	109
64	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิดที่ซื้อ.....	110
65	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	111
66	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทมิดที่เลือกซื้อ.....	112
67	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	113
68	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการซื้อมิด.....	114
69	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	115
70	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานที่ซื้อมิด.....	116
71	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	117
72	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	118
73	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิดที่ซื้อ.....	119
74	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	120
75	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทของมิดที่ซื้อ.....	121
76	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	122
77	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความถี่ในการซื้อมิด.....	123
78	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	124
79	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับสถานที่ซื้อมิด.....	125

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
80	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	126
81	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	127
82	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทของวัสดุที่ใช้ทำค้ำมิดที่ซื้อ...	128
83	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	129
84	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของมิดมิดที่ซื้อ.....	130
85	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	131
86	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการซื้อมิด.....	132
87	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	133
88	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับสถานที่ซื้อมิด.....	134
89	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	135
90	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	136
91	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	137
92	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของมิดมิดที่ซื้อ.....	138
93	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	139
94	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการซื้อมิด.....	140
95	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	141
96	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสถานที่ซื้อมิด.....	142
97	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	143
98	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	144
99	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของวัสดุที่ใช้ทำค้ำมิดที่ซื้อ.....	145
100	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	146
101	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับประเภทของมิดมิดที่ซื้อ.....	147
102	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	148
103	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับความถี่ในการซื้อมิด.....	149
104	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	150

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
105	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับสถานที่ซื้อมิด.....	151
106	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	152
107	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	153
108	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิดที่ซื้อ.....	154
109	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	155
110	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับประเภทของมิดมิดที่ซื้อ.....	156
111	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด.....	157
112	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับความถี่ในการซื้อมิด.....	158
113	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ.....	159
114	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับสถานที่ซื้อมิด.....	160
115	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ.....	161
116	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ.....	162
117	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับประเภทของวัสดุที่ใช้ทำด้ามมิดที่ซื้อ.....	163
118	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิ شأنากับคุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ.....	164
119	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการตัดสินใจซื้อกับระดับความคิดเห็น โครงการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	165

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
2 แสดงแผนที่สังเขปแสดงที่ตั้งชุมชนแหล่งผลิตมีดอร์ญุญิก.....	17
3 ศูนย์แสดง-สั่งซื้อ-แลกเปลี่ยนสินค้าOTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	194
4 ร้านจำหน่ายมีดอร์ญุญิกฯ (ที่ตั้งตลาดอร์ญุญิก).....	194
5 หมู่บ้านท่องเที่ยวมีดอร์ญุญิก (OTOP Village).....	194