

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เลือกซื้อมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า 2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อ 7. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่เลือกซื้อมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า 8. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นกับระดับการตัดสินใจ ของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test LSD ไคสแควร์  $\chi^2$  และการหาความสัมพันธ์ Correlation สรุปผลได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นำเสนอเป็น 9 ส่วน รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาซื้อมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 สถานภาพสมรส จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 มีอายุ 48 ปีขึ้นไป จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ระดับ

การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 มีรายได้ต่อเดือน 8,001 – 15,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8

2. การวิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าซื้อ ส่วนใหญ่ คือ ผลิตภัณฑ์ในครัว จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ คือ สินค้ามีคุณภาพเป็นที่นิยม จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ในด้านจำนวนความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ คือ ลูกค้าเคยซื้อผลิตภัณฑ์ จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 ในด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ส่วนใหญ่ คือ มาจากเพื่อนและญาติ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ในด้าน สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ คือ ร้านค้าชุมชน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 ในด้าน คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ส่วนใหญ่ คือ มีความคม ทนทาน ไม่ชำรุดง่าย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ในด้านระดับราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ส่วนใหญ่ คือ ราคาปานกลาง คุณภาพดี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ในด้านประเภทของวัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ส่วนใหญ่ คือ ด้มโลหะ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และในด้าน ด้านคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ส่วนใหญ่ คือ พอใจมาก จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8

3. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหาร โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านระดับการส่งเสริมการขาย มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

5. การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

5.1 เพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทุกด้านไม่แตกต่างกัน

5.2 อายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการควบคุมคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

5.3 สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารด้านจัดองค์การ มีระดับความคิดเห็น แตกต่างกัน

5.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทุกด้านไม่แตกต่างกัน

- 5.5 อาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทุกด้านไม่แตกต่างกัน
- 5.6 รายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการวางแผน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน
- 5.7 ภูมิฐานะแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทุกด้านไม่แตกต่างกัน
6. การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อมีคอรัญญิก โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 6.1 เพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน
- 6.2 อายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน
- 6.3 สถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน
- 6.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน
- 6.5 อาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างกัน
- 6.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างกัน
- 6.7 ภูมิฐานะแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างกัน
7. การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อมีคอรัญญิก โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ
- 7.1 ประเภทมิดที่ซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านราคา มีระดับการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน
- 7.2 วัตถุประสงค์ในการซื้อมิดแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านราคา มีระดับการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน
- 7.3 ความถี่ในการซื้อมิด แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน
- 7.4 แหล่งการรับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่าง มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านราคา มีระดับการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน
- 7.5 สถานที่ซื้อมิด แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกัน
- 7.6 คุณสมบัติของมิดที่ซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านราคา แตกต่างกัน
- 7.7 ระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อแตกต่าง มีระดับการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างกัน
- 7.8 ประเภทของวัสดุที่ใช้ทำค้ำมิด แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อ ไม่แตกต่างกัน
- 7.9 คุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อ แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

8. การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า

8.1 เพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

8.2 อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์และสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์

8.3 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ และสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์

8.4 ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ และระดับราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

8.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ระดับราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

8.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้าน ประเภทของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และระดับราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

8.7 ภูมิถิ่นอาศัยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

9. การหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ กับระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ อนุรักษ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

9.1 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านราคา ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

9.2 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดองค์การมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำทุกด้าน

9.3 ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

9.4 ระดับความคิดเห็นการบริหารจัดการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการควบคุมคุณภาพมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

### อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่ซื้อมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 48 ปี ขึ้นไป สถานภาพสมรส อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 8,001 – 15,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและส่วนใหญ่ซื้อมีดที่ใช้ในครัว

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่เลือกซื้อมีดอร์ญุญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อมีดที่ใช้ในครัวเลือกซื้อสินค้ามีคุณภาพเป็นที่นิยมสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนันทิยา ดันตราสืบ (2545 : บทคัดย่อ) ลูกค้าส่วนใหญ่เคยซื้อมีดในปีที่แล้ว ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนและญาติ สถานที่ซื้อมีดอร์ญุญิกส่วนใหญ่คือ ร้านค้าชุมชนเลือกซื้อ คือ มีดมีความคม ทนทาน ไม่ชำรุดง่าย ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อมีดที่มีระดับ ราคาปานกลาง คุณภาพดี ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อด้ามมีดโลหะ และรู้สึกพึงพอใจมากกับด้านคุณค่าที่ได้รับจากการใช้มีดอร์ญุญิก สรุปได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ซื้อมีดที่ใช้ในครัว ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่นิยม มีดมีความคม ทนทาน ไม่ชำรุดง่าย โดยสินค้าที่ซื้อมีระดับราคาปานกลาง คุณภาพดี

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ลูกค้าให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ ด้านการควบคุมคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2545 : 19) และสมยศ นาวิการ (2544 : 24) สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ จะมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจ และการควบคุมคุณภาพ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อมิดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของวนิดา แก้วเนตร (2547 : บทคัดย่อ)

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ โครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า อายุ สถานภาพสมรสและรายได้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อมิดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่า เพศและ อายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน

7. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อมิดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าพบว่า ปัจจัย ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าแตกต่าง มีระดับการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน

8. ผลการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยในการ ตัดสินใจซื้อมิดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของลูกค้า พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับประเภทของมิดที่ซื้อ และคุณสมบัติของมิดที่ซื้อ อายุมีความสัมพันธ์ กับวัตถุประสงค์ในการซื้อมิด สถานที่ซื้อมิด สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับประเภทของมิดที่ ซื้อ วัตถุประสงค์ที่ซื้อมิด และสถานที่ซื้อมิด ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทของมิดที่ซื้อ วัตถุประสงค์ที่ซื้อมิด สถานที่ซื้อมิด และระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ อาชีพมีความสัมพันธ์ กับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ คุณสมบัติของมิดที่ซื้อ ระดับราคาและคุณภาพของมิดที่ซื้อ และ คุณค่าที่ได้รับจากมิดที่ซื้อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทของมิดที่ซื้อ วัตถุประสงค์ ในซื้อมิด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สถานที่ซื้อมิด คุณสมบัติของมิดที่ซื้อ และระดับราคาและ คุณภาพของมิดที่ซื้อ และภูมิภาคนามีความสัมพันธ์กับ คุณสมบัติของมิดที่ซื้อ

9. ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ กับระดับ การตัดสินใจซื้อมิดอร์ญูญิก โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการ ด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทาง เดียวกันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านราคา ด้านบวกไปในทิศทาง

เดียวกันในระดับต่ำมาก ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจัดองค์การมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำทุกด้าน ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการด้านการควบคุมคุณภาพมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบวกไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

#### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยครั้งนี้มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียด ดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านการจัดองค์การ ควรมีการจัดตั้งองค์กรกลางที่มีได้แสวงหากำไรเพื่อช่วยเหลือกันในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการเงิน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ และด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น
2. ด้านการตลาด รัฐบาลควรช่วยเหลือตลาดให้กับกลุ่มผู้ผลิตมิดอรัญญิก ทั้งตลาดในประเทศและตลาดในต่างประเทศ
3. ด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความเป็นไปได้ ทั้งด้านการผลิตและการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น การผลิตมิดโบราณที่มีลักษณะเฉพาะที่มีราคาสูงสำหรับลูกค้าตลาดต่างประเทศ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด การสร้างแบรนด์ / ตราสินค้า “มิดอรัญญิก” ให้เป็นตัวแทนกลางของกลุ่มผู้ผลิตมิดอรัญญิกทุกราย ในการสื่อสารกับลูกค้าทั่วโลก
5. ด้านการท่องเที่ยวและบริการเนื่องจากชุมชนผลิตมิดบ้านอรัญญิกมีประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการผลิตมิดอันยาวนาน และอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเมืองมรดกโลก การส่งเสริมให้อรัญญิกให้อรัญญิกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างเด่นชัด ที่แสดงวิถีชีวิตการตีมิดแบบโบราณ โดยต่อเชื่อมกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในลักษณะคณะทัวร์ที่มีโปรแกรมการเที่ยวชมชุมชนผลิตมิดอรัญญิก จะช่วยเพิ่มนักท่องเที่ยวให้กับชมชุมชนผลิตมิดอรัญญิก ทั้งนี้จะต้องได้รับการสนับสนุนทั้งงบประมาณและนโยบายจากภาครัฐและหน่วยงานส่วนท้องถิ่น

6. ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ควรมีการรวบรวมประวัติศาสตร์ของอัญญุกอย่าง เป็นระบบ และอนุรักษ์การตีพิมพ์ของอัญญุกให้อยู่สืบไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาลักษณะเชิงคุณภาพมากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ หรือใช้เวลาพูดคุยสอบถามลูกค้า ให้มากขึ้น

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในแนวทางของปัจจัย ระดับการตัดสินใจซื้อและ ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการเท่านั้น เพื่อให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้นจึงควร นำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาเชิงขยายผลทางด้านความพึงพอใจ ทักษะคติ รูปแบบการบริหาร จัดการ ประสิทธิภาพในการผลิต หรือรูปแบบการท่องเที่ยวและบริการ ทั้งนี้เพื่อผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการศึกษามาใช้ในการประยุกต์ใช้ได้ต่อไป