

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในที่ชนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ในครั้งนี้ เพื่อให้เกิด ความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
p	แทน	ความน่าจะเป็นของค่าสถิติ
t	แทน	ค่าสถิติเปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ย
F	แทน	ค่าสถิติแจกแจง
*	แทน	ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ วิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูล โดย ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ และความรู้ความเข้าใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบความแตกต่าง ด้วยค่า t-test หรือ F-test และความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe'

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 บัณฑิตส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละบัณฑิตส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ครอบครัว และประสบการณ์ในการทำงาน

บัณฑิตส่วนบุคคล	จำนวน (n = 188)	ร้อยละ (100)
1. เพศ		
ชาย	78	41.50
หญิง	110	58.50
2. อายุ		
18 - 20 ปี	19	10.10
26 - 35 ปี	25	13.30
36 - 45 ปี	63	33.50
46 - 55 ปี	81	43.10
56 - 60 ปี	-	-
3. การศึกษา		
ประถมศึกษา	30	16.00
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	58	30.90
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	84	44.70
สูงกว่าปริญญาตรี	16	8.50

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 188)	ร้อยละ (100)
4. สถานภาพ		
โสด	58	30.90
สมรส	107	56.90
หย่า, หม้าย, แยก	23	12.20
5. รายได้		
ต่ำกว่า 200,000 บาท	18	9.60
200,001 - 400,000 บาท	59	31.40
400001 - 600,000 บาท	72	38.30
600,000 บาทขึ้นไป	39	20.70
6. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	17	9.00
5 - 15 ปี	33	17.60
16 - 25 ปี	51	27.10
25 ปีขึ้นไป	87	46.30

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในทัศนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี จำแนกเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นเพศหญิง มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 58.50) เป็นเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 41.50)

อายุ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ มีอายุ 46 - 55 ปี มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 43.10) รองลงมา อายุ 36 - 45 ปี (คิดเป็นร้อยละ 33.50) อายุ 26 - 35 ปี (คิดเป็นร้อยละ 13.30) และมีอายุ 18 - 20 ปี (คิดเป็นร้อยละ 10.10) ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 44.70) รองลงมา มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (คิดเป็นร้อยละ 30.90) ประถมศึกษา (คิดเป็นร้อยละ 16.00) และสูงกว่าปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 8.50) ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ มีสถานภาพสมรสมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 56.90) รองลงมา มีสถานภาพโสด (คิดเป็นร้อยละ 30.90) และมีสถานภาพหย่า หม้าย แยก (คิดเป็นร้อยละ 12.20) ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 400,001 - 600,000 บาท มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 38.30) รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,001 - 400,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 31.40) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 600,000 บาทขึ้นไป (คิดเป็นร้อยละ 20.70) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 200,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 9.60) ตามลำดับ

ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ที่มีประสบการณ์ 25 ปีขึ้นไป มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 46.30) รองลงมา มีประสบการณ์ 16 - 25 ปี (คิดเป็นร้อยละ 27.10) มีประสบการณ์ 5 - 15 ปี (คิดเป็นร้อยละ 17.60) และมีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี (คิดเป็นร้อยละ 9.00) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ วิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านปัจจัยการผลิต จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านปัจจัยการผลิต	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การออกแบบเครื่องประดับด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์	1.72	0.73	ปานกลาง	7
2. การออกแบบเครื่องประดับด้วยการวาดมือ	2.41	0.49	มาก	2
3. การวิเคราะห์อัญมณีเบื้องต้น	2.51	0.78	มาก	1
4. การทำต้นแบบแม่พิมพ์เครื่องประดับ	1.61	0.74	น้อย	8
5. การหล่อตัวเรือนเครื่องประดับ	2.28	0.81	ปานกลาง	3
6. เทคนิคการฝังตัวเรือนด้วยกล้อง Microscope	2.10	0.68	ปานกลาง	4
7. เทคนิคการชุบโลหะมีค่าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	1.93	0.85	ปานกลาง	5
8. การเจียรระไนเหลี่ยมใหม่ของพลอยเนื้ออ่อน	1.77	0.87	ปานกลาง	6
รวม	2.04	0.30	ปานกลาง	

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านปัจจัยการผลิต พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.04$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อปรากฏผลดังนี้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การวิเคราะห์อัญมณีเบื้องต้น ($\bar{X} = 3.92$) การออกแบบเครื่องประดับด้วยการวาดมือ ($\bar{X} = 2.41$) การหล่อตัวเรือนเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.28$) เทคนิคการฝังตัวเรือนด้วยกล้อง Microscope ($\bar{X} = 2.10$) เทคนิคการชุบโลหะมีค่าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 1.93$) การเจียรไนเหลี่ยมใหม่ของพลอยเนื้ออ่อน ($\bar{X} = 1.77$) การออกแบบเครื่องประดับด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ($\bar{X} = 1.72$) และการทำต้นแบบแม่พิมพ์เครื่องประดับ ($\bar{X} = 1.61$) ตามลำดับ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การจัดทำเว็บไซต์	2.82	1.63	มาก	3
2. การขยายตลาดในประเทศ	3.84	1.45	มาก	1
3. การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า ในประเทศไทย	2.87	1.58	มาก	2
4. การขยายตลาดต่างประเทศ	2.49	0.50	มาก	5
5. การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า ในต่างประเทศ	2.41	0.84	มาก	6
6. การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ	2.55	1.19	มาก	4
7. การตลาดเชิงสร้างสรรค์	2.23	0.79	ปานกลาง	7
8. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	2.19	0.60	ปานกลาง	8
รวม	2.67	0.56	มาก	

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.67$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การขยายตลาดในประเทศ ($\bar{X} = 3.84$) การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในประเทศไทย

($\bar{X} = 2.87$) การจัดทำเว็บไซต์ ($\bar{X} = 2.82$) การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 2.55$) การขยายตลาดต่างประเทศ ($\bar{X} = 2.49$) การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ ($\bar{X} = 2.41$) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 2.23$) และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.19$) ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ	2.46	0.81	มาก	1
2. การพัฒนาตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ	2.46	0.81	มาก	1
3. การวิเคราะห์และตรวจสอบอัญมณี	2.27	0.80	ปานกลาง	5
4. การวิเคราะห์และตรวจสอบเครื่องประดับ	2.25	0.82	ปานกลาง	6
5. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	1.78	0.85	ปานกลาง	8
6. การสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า	2.46	0.49	มาก	3
7. พฤติกรรมการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของลูกค้า	2.44	0.49	มาก	4
8. การสร้างตราสัญลักษณ์รับประกันคุณภาพสินค้า	1.80	0.86	ปานกลาง	7
รวม	2.24	0.28	ปานกลาง	

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.24$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายชื่อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.46$) การพัฒนาตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.46$) การสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า ($\bar{X} = 2.46$) พฤติกรรมการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของลูกค้า ($\bar{X} = 2.44$) การวิเคราะห์และตรวจสอบอัญมณี ($\bar{X} = 2.27$) การวิเคราะห์และตรวจสอบเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.25$) การสร้างตราสัญลักษณ์รับประกันคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 1.80$) และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 1.78$) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ ด้านภาพรวม

ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับแบบองค์รวม 4 ด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านปัจจัยการผลิต	2.04	0.30	ปานกลาง	3
2. ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	2.67	0.56	มาก	1
3. ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน	2.24	0.28	ปานกลาง	2
รวม	2.32	0.30	ปานกลาง	

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.32$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ($\bar{X} = 2.67$) ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน ($\bar{X} = 2.24$) และด้านปัจจัยการผลิต ($\bar{X} = 2.04$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดย ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การผลิตสินค้ามีความสวยงาม และคงทน	3.60	1.52	มาก	5
2. ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า	4.00	0.98	มาก	1
3. สินค้ารูปแบบทันสมัยมีความหลากหลาย	3.88	1.31	มาก	2
4. การสร้างตราสินค้า	2.76	1.50	ปานกลาง	4
5. มีการรับประกันสินค้า	3.77	1.50	มาก	3
รวม	3.60	0.93	มาก	

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.00$) สินค้ารูปแบบทันสมัยมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.88$) มีการรับประกันสินค้า ($\bar{X} = 3.77$) การสร้างตราสินค้า ($\bar{X} = 2.76$) และการผลิตสินค้ามีความสวยงามและคงทน ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านปรับตัวทางด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ

การปรับตัวทางด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ต้นทุนการผลิต เช่น วัตถุดิบ หรือค่าแรง	3.09	1.28	ปานกลาง	3
2. สินค้ามีความทันสมัย และมีเอกลักษณ์	3.19	1.31	ปานกลาง	1
3. กลุ่มของผู้บริโภค	3.09	1.06	ปานกลาง	4
4. สถานที่ในการจำหน่าย	3.15	1.51	ปานกลาง	2
5. การสร้างแบรนด์สินค้า	2.46	1.30	น้อย	5
รวม	2.99	0.89	ปานกลาง	

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ สินค้ามีความทันสมัย และมีเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.19$) รองลงมา สถานที่ในการจำหน่าย ($\bar{X} = 3.15$) ต้นทุนการผลิต เช่น วัตถุดิบ หรือค่าแรง ($\bar{X} = 3.09$) กลุ่มของผู้บริโภค ($\bar{X} = 3.09$) และการสร้างแบรนด์สินค้า ($\bar{X} = 2.46$) ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การออกงานแสดงสินค้า ตามงานแสดงสินค้า	3.79	1.36	มาก	2
2. การจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ต	3.57	1.55	มาก	3
3. การเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง	3.49	1.55	ปานกลาง	4
4. จำหน่ายเป็นของที่ระลึก ในสโมสรนันทนาการ (Club) ต่าง ๆ	2.66	1.44	ปานกลาง	5
5. การปรับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด	3.92	0.98	มาก	1
รวม	3.49	0.95	ปานกลาง	

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายชื่อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การปรับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด ($\bar{X} = 3.92$) การออกงานแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้า ($\bar{X} = 3.79$) การจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.57$) การเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ($\bar{X} = 3.49$) และจำหน่ายเป็นของที่ระลึก ในสโมสรนันทนาการ (Club) ต่าง ๆ ($\bar{X} = 2.66$) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านการปรับตัวทางด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	3.42	1.22	ปานกลาง	1
2. การให้ข้อมูลข่าวสารลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	2.69	1.34	ปานกลาง	4
3. การบริการหลังการขาย	2.67	1.11	ปานกลาง	5
4. การแนะนำการใช้สินค้า และการรักษาคุณภาพของสินค้า	2.77	1.42	ปานกลาง	3
5. ให้ของสัมมนาคุณ กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์	3.03	1.34	ปานกลาง	2
รวม	2.91	0.76	ปานกลาง	

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการปรับตัวทางด้านการส่งเสริมการขาย พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.91$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายชื่อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.42$) ให้ของสัมมนาคุณ กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.03$) การแนะนำการใช้สินค้า และการรักษาคุณภาพของสินค้า ($\bar{X} = 2.77$) การให้ข้อมูลข่าวสารลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 2.69$) และการบริการหลังการขาย ($\bar{X} = 2.67$) ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับแบบองค์รวม ด้านภาพรวม

ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับแบบองค์รวม 4 ด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	3.60	0.93	มาก	1
2. ด้านการปรับตัวทางด้านราคา	2.99	0.89	ปานกลาง	3
3. ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย	3.49	0.95	ปานกลาง	2
4. ด้านการปรับตัวทางด้าน การส่งเสริมการขาย	2.91	0.76	ปานกลาง	4
รวม	3.25	0.64	ปานกลาง	

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า ($\bar{X} = 3.60$) ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.49$) ด้านการปรับตัวทางด้านราคา ($\bar{X} = 2.99$) และด้านการปรับตัวทางด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 2.91$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ และความรู้ความเข้าใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบความแตกต่าง ด้วยค่า t-test หรือ F-test และความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe'

สมมติฐานในการวิจัยที่ 1 ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเพศต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ

การปรับตัวของผู้ประกอบ	เพศ				t	p
	ชาย (n=78)		หญิง (n=110)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โดยรวม	3.29	0.54	3.22	0.71	0.66	.51
การปรับตัวทางด้านสินค้า	3.72	0.89	3.52	0.95	1.45	.15
ด้านการปรับตัวทางด้านราคา	3.04	0.79	2.96	0.96	0.62	.54
ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย	3.58	0.90	3.42	0.97	1.20	.23
ด้านการปรับตัวทางด้านการส่งเสริมการขาย	2.80	0.79	3.00	0.73	-1.73	.09

* $p \leq .05$

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเพศต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัยที่ 2 ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอายุต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ

การปรับตัวของ ผู้ประกอบการ	อายุ								F	p
	18 - 20 ปี		26 - 35 ปี		36 - 45 ปี		46 - 55 ปี			
	(n= 19)	(n=25)	(n=63)	(n=81)	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โดยรวม	2.55	0.15	2.89	0.32	3.92	0.56	3.00	0.34	86.93	.00*
การปรับตัว										
ทางด้านสินค้า	2.24	0.32	3.06	1.02	4.09	0.83	3.70	0.63	34.87	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านราคา	2.25	0.43	2.64	0.78	3.95	0.68	2.54	0.43	86.68	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางช่องทางการ										
จัดจำหน่าย	2.16	0.24	2.48	0.56	4.09	0.83	3.63	0.64	59.84	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านการ										
ส่งเสริมการขาย	3.54	0.25	3.36	0.66	3.55	0.31	2.14	0.24	234.79	.00*

* $p \leq .05$

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและ

เครื่องประดับที่มีอายุต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตาราง 13

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกเป็นรายคู่

การปรับตัวของผู้ประกอบการ		18 - 20 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี
โดยรวม	\bar{X}	2.55	2.89	3.92	3.00
18 - 20 ปี		-	0.34	-1.37	0.45*
26 - 35 ปี			-	-1.03*	0.11*
36 - 45 ปี				-	0.92*
46 - 55 ปี					-
ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	\bar{X}	2.24	3.06	4.09	3.70
18 - 20 ปี		-	-0.82*	-1.85*	-1.46*
26 - 35 ปี			-	-1.03*	-0.64*
36 - 45 ปี				-	0.39*
46 - 55 ปี					-
ด้านการปรับตัวทางช่องทาง					
ด้านราคา	\bar{X}	2.25	2.64	3.95	2.54
18 - 20 ปี		-	0.39*	1.70*	-0.29
26 - 35 ปี			-	1.31*	0.10
36 - 45 ปี				-	1.41*
46 - 55 ปี					-
ด้านการปรับตัวทางด้านช่องทาง					
การจัดจำหน่าย	\bar{X}	2.16	2.48	4.09	3.63
18 - 20 ปี		-	-0.32*	-1.93*	-1.47*
26 - 35 ปี			-	-1.61*	-1.15*
36 - 45 ปี				-	0.46*
46 - 55 ปี					-

ตาราง 13 (ต่อ)

การปรับตัวของผู้ประกอบการ		18 - 20 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี
ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	3.54	3.36	3.55	2.14
18 - 20 ปี	3.54	-	-0.18*	-0.01*	-1.40*
26 - 35 ปี	3.36		-	0.19*	-1.22
36 - 45 ปี	3.55			-	1.41*
46 - 55 ปี	2.14				-

* $p \leq .05$

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกเป็นรายคู่ ด้านอายุโดยรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีอายุ 46 - 55 ปี มีระดับการปรับตัวมากกว่าผู้ที่มีอายุ 18 - 20 ปี 26 - 35 ปี และ 36 - 45 ปี

สมมติฐานในการวิจัยที่ 3 ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา

การปรับตัวของ ผู้ประกอบการ	ระดับการศึกษา								F	P
	ประถมศึกษา (n= 30)		ประถมศึกษา หรือเทียบเท่า (n=58)		ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า (n=84)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=16)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โดยรวม	2.63	0.24	58.00	3.71	84.00	3.12	16.00	3.41	29.57	.00*
ด้านการปรับตัว										
ด้านสินค้า	2.59	0.88	4.07	0.50	3.73	0.80	3.08	1.21	26.93	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านราคา	2.20	0.28	3.68	0.70	2.65	0.76	3.77	0.59	47.78	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางช่องทางการ										
จัดจำหน่าย	2.20	0.20	4.07	0.50	3.64	0.80	3.00	1.25	49.94	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านการ										
ส่งเสริม การขาย	3.53	0.27	3.00	0.79	2.47	0.58	3.81	0.27	36.85	.00*

* $p \leq .05$

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและ เครื่องประดับที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตาราง 15

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ
จำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่

การปรับตัวของผู้ประกอบการ		ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษาหรือ เทียบเท่า	ปริญญา หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
โดยรวม	\bar{X}	2.63	3.71	3.12	3.41
ประถมศึกษา	2.63	-	-1.48*	-0.49*	-0.78*
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	3.71		-	.059*	0.30
ปริญญาหรือเทียบเท่า	3.12			-	-0.29*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.41				-
ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	\bar{X}	2.59	4.07	3.73	3.08
ประถมศึกษา	2.59	-	-1.48*	-1.14*	-0.49*
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	4.07		-	0.34*	0.99
ปริญญาหรือเทียบเท่า	3.73			-	-0.65*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.08				-
ด้านการปรับตัวทางด้านราคา	\bar{X}	2.20	3.68	2.65	3.77
ประถมศึกษา	2.20	-	-1.48*	0.45*	-1.57*
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	3.68		-	1.03*	-0.09
ปริญญาหรือเทียบเท่า	2.65			-	-1.12*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.77				-
ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัด จำหน่าย	\bar{X}	2.20	4.07	3.64	3.00
ประถมศึกษา	2.20	-	-1.87*	-1.44*	-0.80*
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	4.07		-	0.43*	1.07*
ปริญญาหรือเทียบเท่า	3.64			-	0.64*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.00				-

ตาราง 15 (ต่อ)

การปรับตัวของผู้ประกอบการ		ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษาหรือ เทียบเท่า	ปริญญา หรือ เทียบเท่า	สูงกว่า ปริญญาตรี
การปรับตัวทางการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	3.53	3.00	2.47	3.81
ประถมศึกษา	3.53	-	0.53*	1.06*	-0.28
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	3.00		-	0.53*	-0.81*
ปริญญาหรือเทียบเท่า	2.47			-	-1.34*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.81				-

* $p \leq .05$

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ จำแนกเป็นรายคู่ ด้านระดับการศึกษาโดยรวมพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการปรับตัวมากกว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษามัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า ปริญญาหรือเทียบเท่า

สมมติฐานในการวิจัยที่ 4 ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส

การปรับตัวของ ผู้ประกอบการ	สถานภาพสมรส						F	p
	โสด (n= 58)		สมรส (n=107)		หย่า, หม้าย, แยก (n=23)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โดยรวม	3.25	0.61	3.28	0.66	3.08	0.65	0.87	.42
ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	3.67	0.92	3.64	0.94	3.21	0.83	2.31	.10
ด้านการปรับตัวทางด้านราคา	2.97	0.86	3.01	0.92	2.99	0.87	0.03	.97
ด้านการปรับตัวทางช่องทาง การจัดจำหน่าย	3.55	0.98	3.51	0.95	3.21	0.83	1.12	.33
ด้านการปรับตัวทางด้านการ ส่งเสริมการขาย	2.82	0.76	2.96	0.75	2.93	0.83	0.62	.54

* $p \leq .05$

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มี สถานภาพสมรสต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานในการวิจัยที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้

การปรับตัวของ ผู้ประกอบการ	รายได้								F	p
	ต่ำกว่า 200,000 บาท (n= 18)	200,001- 400,000 บาท (n=59)	400,001- 600,000 บาท (n=72)	600,000 บาทขึ้นไป (n=39)						
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โดยรวม	4.19	0.01	3.01	0.45	3.41	0.70	2.88	0.34	18.15	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านสินค้า	4.60	0.00	3.47	0.77	3.80	0.94	2.97	0.84	19.15	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านราคา	4.17	0.06	2.65	0.61	3.12	1.04	2.73	0.63	14.65	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางช่องทางการ จัดจำหน่าย	4.60	0.00	3.47	0.77	3.50	1.02	2.97	0.84	18.01	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านการ ส่งเสริมการขาย	3.40	0.00	2.43	0.60	3.22	0.69	2.85	0.87	31.33	.00*

* $p \leq .05$

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีรายได้ต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมแตกต่างกันและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยจึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ่ ดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ
จำแนกตามรายได้เป็นรายกลุ่ม

รายได้		ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,001 - 400,000 บาท	400,001 - 600,000 บาท	600,000 ขึ้นไป
ความคิดเห็นโดยรวม	\bar{X}	4.19	3.01	3.41	2.88
ต่ำกว่า 200,000 บาท	4.19	-	1.18*	0.78*	1.31*
200,001 - 400,000 บาท	3.01		-	-0.40*	0.13
400,001 - 600,000 บาท	3.41			-	0.53*
600,000 ขึ้นไป	2.88				-
ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	\bar{X}	4.60	3.47	3.80	2.97
ต่ำกว่า 200,000 บาท	4.60	-	1.13*	0.80*	1.63*
200,001 - 400,000 บาท	3.47		-	-0.33*	0.50*
400,001 - 600,000 บาท	3.80			-	0.83*
600,000 ขึ้นไป	2.97				-
ด้านการปรับตัวทางด้านราคา	\bar{X}	4.17	2.65	3.12	2.73
ต่ำกว่า 200,000 บาท	4.17	-	1.52*	1.05*	1.44*
200,001 - 400,000 บาท	2.65		-	-0.47*	-0.08
400,001 - 600,000 บาท	3.12			-	0.39*
600,000 ขึ้นไป	2.73				-
ด้านการปรับตัวทางช่องทางการ จัดจำหน่าย	\bar{X}	4.60	3.47	3.50	2.97
ต่ำกว่า 200,000 บาท	4.60	-	1.13*	1.10*	1.63*
200,001 - 400,000 บาท	3.47		-	-0.03	0.50*
400,001 - 600,000 บาท	3.50			-	0.53*
600,000 ขึ้นไป	2.97				-

ตาราง 18 (ต่อ)

รายได้	ต่ำกว่า 200,000 บาท	200,001- 400,000 บาท	400,001- 600,000 บาท	600,000 บาทขึ้นไป
ด้านการปรับตัวทางด้านการ ส่งเสริมการขาย	\bar{X} 3.40	2.43	3.22	2.85
ต่ำกว่า 200,000 บาท	3.40	-	0.97*	0.18
200,001 - 400,000 บาท	2.43	-	0.79*	-0.42*
400,001 - 600,000 บาท	3.22		-	0.37*
600,000 ขึ้นไป	2.85			-

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกเป็นรายคู่ ด้านรายได้โดยรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีรายได้ 600,000 ขึ้นไป มีการปรับตัวมากกว่ารายได้ต่ำกว่า 200,000 บาท รายได้ 200,001 - 400,000 บาท และรายได้ 400,001 - 600,000 บาท ส่วนผู้ประกอบการที่มีรายได้ 400,001 - 600,000 บาท จะมีการปรับตัวที่มากกว่า ต่ำกว่า 200,000 บาท และ 200,001 - 400,000 บาท

สมมติฐานในการวิจัยที่ 6 ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ

การปรับตัวของผู้ประกอบ	ประสบการณ์ในการทำงาน								F	p
	น้อยกว่า 5 ปี (n= 17)		5 - 15 ปี (n=33)		16 - 25 ปี (n=51)		25 ปีขึ้นไป (n=87)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
โดยรวม	4.10	0.26	3.83	0.53	3.20	0.65	2.89	0.37	48.09	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านสินค้า	4.45	0.39	4.24	0.55	3.25	1.09	3.40	0.79	17.32	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านราคา	4.12	0.14	3.72	0.96	3.12	0.83	2.42	0.44	50.45	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางช่องทางการจัด										
จำหน่าย	4.45	0.39	3.68	0.98	3.25	1.09	3.36	0.79	8.86	.00*
ด้านการปรับตัว										
ทางด้านการ										
ส่งเสริมการขาย	3.35	0.13	3.67	0.45	3.20	0.74	2.37	0.52	54.48	.00*

* $p \leq .05$

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านประสบการณ์ในการทำงาน พบว่าผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มี ประสบการณ์ต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่ ดังตาราง 20

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ
จำแนกตามประสบการณ์เป็นรายคู่

การปรับตัวของผู้ประกอบการ		น้อยกว่า 5 ปี	5 - 15 ปี	16 - 25 ปี	26 ปีขึ้นไป
โดยรวม	\bar{X}	4.10	3.83	3.20	2.89
น้อยกว่า 5 ปี		-	0.27	0.90*	1.21*
5 - 15 ปี			-	0.63*	0.94*
16 - 25 ปี				-	0.31*
26 ปีขึ้นไป					-
ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า	\bar{X}	4.45	4.24	3.25	3.40
น้อยกว่า 5 ปี		-	0.18	1.17*	1.02*
5 - 15 ปี			-	0.99*	0.84*
16 - 25 ปี				-	0.15
26 ปีขึ้นไป					-
ด้านการปรับตัวทางด้านราคา	\bar{X}	4.12	3.72	3.12	2.42
น้อยกว่า 5 ปี		-	0.40*	1.00*	1.68*
5 - 15 ปี			-	0.60*	1.30*
16 - 25 ปี				-	0.70*
26 ปีขึ้นไป					-
ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัด					
จำหน่าย	\bar{X}	4.45	3.68	3.25	3.36
น้อยกว่า 5 ปี		-	0.77*	1.20*	1.09*
5 - 15 ปี			-	0.43*	0.32*
16 - 25 ปี				-	0.11
26 ปีขึ้นไป					-

ตาราง 20 (ต่อ)

การปรับตัวของผู้ประกอบการ		น้อยกว่า 5 ปี	5 - 15 ปี	16 - 25 ปี	26 ปีขึ้นไป
การปรับตัวทางการส่งเสริมการขาย	\bar{X}	3.35	3.67	3.20	2.37
น้อยกว่า 5 ปี	3.35	-	0.32	0.15	0.98*
5 - 15 ปี	3.67		-	0.47*	1.30*
16 - 25 ปี	3.20			-	0.83*
26 ปีขึ้นไป	2.37				-

* $p \leq .05$

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับ จำแนกเป็นรายกลุ่ม ด้านประสิทธิภาพ โดยรวมพบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน 26 ปีขึ้นไป มีการปรับตัวที่มากกว่าประสิทธิภาพ น้อยกว่า 5 ปี 5 - 15 ปี และ 16 - 25 ปี ส่วนผู้ประกอบการที่มีอายุ 16 - 25 ปี มีการปรับตัวมากกว่า ประสิทธิภาพ น้อยกว่า 5 ปี และ 5 - 15 ปี

สมมติฐานในการวิจัยที่ 7 ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการกับการปรับตัวจำแนกเป็นรายด้าน

ความคิดเห็น	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	30	15.03	0.50	26.82	.00*
	ภายในกลุ่ม	157	2.93	0.02		
	รวม	187	17.96			
ด้านปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	30	49.13	1.64	26.46	.00*
	ภายในกลุ่ม	157	9.72	0.06		
	รวม	187	58.85			
ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ	ภายในกลุ่ม	30	13.02	0.43	27.73	.00*
	ระหว่างกลุ่ม	157	2.46	0.02		
	รวม	187	15.48			
ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	30	15.81	0.53	38.62	.00*
	ภายในกลุ่ม	157	2.14	0.01		
	รวม	187	17.95			

* $p \leq .05$

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการกับการปรับตัว จำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีการปรับตัวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าความรู้ความเข้าใจ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันที่ต่างกันมีผลต่อการปรับตัวต่างกัน