

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในทัศนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยสรุปสาระสำคัญนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผลการวิจัย
5. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในทัศนะของสมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ และความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่จดทะเบียนเป็นสมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ กับกระทรวงพาณิชย์ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 371 คน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี, CD-ROM, 2552)

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 : 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างแบบสอบถาม

1.1 ศึกษาการสร้างเครื่องมือจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ

1.2 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาถึงรายละเอียดให้ครอบคลุมทั้งวัตถุประสงค์และลักษณะของการวิจัย และศึกษาเพิ่มเติมจากแบบสอบถามของภานุพันธุ์ สัจจาธรรม (2551 : 131 - 140) จิตติมา วิบูลย์วงศ์ (2548 : 79 - 82)

1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจทานเพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงเชิงพินิจ และความเหมาะสมของแบบสอบถามเพื่อที่ปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนนำไปทดลองใช้

2. ลักษณะโครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อคำถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี จำนวน 24 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นการศึกษาถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในทัศนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี จำนวน 20 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ขอหนังสือจาก คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย

3.2 ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง สมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ผู้ประกอบการทำการตอบแบบสอบถามที่ได้รับ

3.3 เมื่อได้รับแบบสอบถามที่กลุ่มประชากรตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยก็จะนำแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมแล้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดขั้นตอน โดยการนำแบบสอบถามทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์และมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับต่อการปรับตัว โดยใช้สถิติเชิงวิเคราะห์ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05

4.5 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับต่อการปรับตัว โดยใช้สถิติเชิงวิเคราะห์ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้สรุปผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นเพศหญิงมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 58.50) รองลงมา มีอายุ 46 - 55 ปี (คิดเป็นร้อยละ 43.10) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (คิดเป็นร้อยละ 44.70) มีสถานภาพสมรส (คิดเป็นร้อยละ 56.90) มีประสบการณ์ 25 ปีขึ้นไป (คิดเป็นร้อยละ 46.30) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 400001-600,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 38.30)

2. ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ

ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.32$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ($\bar{X} = 2.67$) รองลงมา ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน ($\bar{X} = 2.24$) และด้านปัจจัยการผลิต ($\bar{X} = 2.04$) ตามลำดับ

3. การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ

การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อปรากฏผลดังนี้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมาด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.49$) ด้านการปรับตัวทางด้านราคา ($\bar{X} = 2.99$) และด้านการปรับตัวทางการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 2.91$) ตามลำดับ

4. เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน และความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเพศ และสถานภาพต่างกัน มีการปรับตัวไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในทัศนะของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ

ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชนี เสาร์แก้ว (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง วิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตเทศบาลเชียงใหม่จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจในการปรับตัวแบบการบริหารงานสมัยใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้ว่า ในการทดสอบความรู้นั้น ผู้ประกอบส่วนใหญ่อาจเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการผลิต การตลาด การส่งออกของอัญมณี และเครื่องประดับ จากการรับฟังข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ แต่สิ่งที่ได้รับฟัง รับรู้มา อาจยังไม่ครบถ้วน หรือได้รับครบถ้วน แต่อาจจำไม่ได้ หรือจำไม่ได้ทั้งหมด จึงทำให้มีการตอบคำถามตามประสบการณ์ที่ได้เคยรับฟัง และได้รับรู้มา ซึ่งอาจมีบางข้อที่รับรู้มาไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และบางข้ออาจไม่เคยรับรู้มาเลย เช่นในข้อคำถามความรู้เรื่อง การทำต้นแบบแม่พิมพ์เครื่องประดับ” ซึ่งมีผู้ตอบอยู่ในระดับน้อยที่สุด (จากตาราง 2 หน้า 36) เป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ที่ บุญชม ศรีสะอาด (2543 : 40) ได้ให้คำจำกัดความของความรู้ไว้ว่า เป็นข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์มีความสามารถรับรู้เข้าใจได้ในสมอง และรวบรวมจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งวัดได้จากความสามารถในการระลึกได้ของมนุษย์ ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2556 : 1) ได้จัด โครงการเสริมสร้างผู้บริหารระดับกลางยุคใหม่ สาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ปีงบประมาณ 2556 หลักสูตรระดับเบื้องต้นขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการสามารถได้รับความรู้และทักษะเพิ่มมากขึ้นในระดับหนึ่ง

2. การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ

การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านภาพรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี เสาร์แก้ว (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องวิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการแข่งขันธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตเทศบาลเชียงใหม่จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า วิธีการปรับตัวของผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้ว่า อาจสืบเนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบการมีความรู้ในเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อยู่ในระดับปานกลาง จึงมีผลทำให้มีการปรับตัวในการประกอบธุรกิจในระดับปานกลางได้ เนื่องจากการที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้นั้น บุคคลจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ เสียก่อนคือ เคยมีประสบการณ์ เคยรู้ เคยเห็น เคยทำ และเคยสัมผัส จึงจะทำให้เกิดความรู้สึกหรือมีท่าทีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลไม่เคยมีประสบการณ์ ไม่เคยรู้ ไม่เคยเห็น ไม่เคยทำ และไม่เคยสัมผัสก็จะไม่แสดงความรู้สึกหรือแสดงท่าทีต่อสิ่งนั้นเช่นกัน เป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่เฉลิมพล ต้นสกุล (2541 : 22) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ไว้ว่า เป็นการรับรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพราะความรู้เป็นพื้นฐานของความเชื่อที่จะทำให้บุคคลนั้นเชื่อว่า ข้อมูลนั้นเป็นจริง หรือไม่จริง มีคุณสมบัติอย่างไร ในทำนองเดียวกันการที่ผู้ประกอบการมีการปรับตัวของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ดีได้ ก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเสียก่อนเช่นกัน

3. เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจ

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีเพศต่างกัน มีการปรับตัวไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เพราะในปัจจุบันสังคมเปิดกว้างให้ผู้หญิงและผู้ชายได้รับโอกาสในการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ผู้หญิงมีความรู้และความสามารถหรือมีมีการปรับตัวทัดเทียมกับผู้ชาย อีกทั้งในปัจจุบันชายและหญิงต่างมีโอกาสได้แสดงความสามารถของตนเองให้เป็นที่ประจักษ์แก่สังคมได้อย่างเท่าเทียมกันส่งให้ความแตกต่างทางด้านเพศ จึงไม่ใช่อุปสรรคในการปรับตัวในการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับอีกต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขุนทอง ศาลางาม (2553 : บทคัดย่อ) กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่องจังหวัดนครราชสีมา

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอายุต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุมากมักจะรู้ถึงวิธีการแก้ไขปัญหา หรือวิธีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้มากกว่าเพราะว่าอายุมากก็ต้องมีประสบการณ์การทำงาน และความรู้มากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย และบางครั้งผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยก็ยังไม่กล้าตัดสินใจอะไรได้อย่างคล่องแคล่วและว่องไวเพราะกลัวว่าถ้าตัดสินใจไปแล้วจะผิดพลาด ต่างกับ ผู้ประกอบการที่มีอายุมากมักจะตัดสินใจแน่วแน่ ถูกต้องและแม่นยำกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีอายุมากย่อมจะมีวิธีการปรับตัวเพื่อเอาตัวอยู่รอดในสังคมได้มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขุนทอง ศาลางาม (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวแตกต่างกัน

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถอธิบายได้จากสภาพการณ์ ในสังคมปัจจุบันมีระบบการสื่อสารข้อมูลทางด้านธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ทันสมัยผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ทั้งในระบบและการศึกษานอกระบบการศึกษา ทำให้ประชาชนทุกระดับ มีโอกาสได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสารที่แตกกันไปตามระดับการศึกษา เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูง อาจมีช่องทางการการเปิดรับสื่อข่าวสารมากกว่า เช่น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ส่วนผู้ที่มีศึกษาน้อยก็อาจจะเปิดรับสื่อได้เพียงแค่อ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น จึงทำให้ ผู้ประกอบการที่ระดับการศึกษาในระดับสูง มีแนวโน้มที่จะสามารถบริหารจัดการองค์การหรือมีการปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ แสดงว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถเข้าถึงในเรื่องของอัญมณีและเครื่องประดับมากกว่าผู้ประกอบการที่มีศึกษาน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเจียรไน ภัทราคม (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อันเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการเมืองไทย ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกัน

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการปรับตัวไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า ในสังคมไทยเป็นสังคมที่มีการดำรงชีวิตแบบ

ครอบครัวเครือข่าย มีบุตรหลานและญาติพี่น้องที่คอยให้ความช่วยเหลือกันในการดำเนินชีวิต และการประกอบธุรกิจ และคอยคำปรึกษาแก่กันทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน ดังนั้น จึงทำให้ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรส โสด หย่า หม้าย แยกกันอยู่ มีการปรับตัวในด้านธุรกิจ เช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของขุนทอง ศาลางาม (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีรายได้ต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นรายได้ต่างกัน มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้มากกว่านั้นก็จะจะมีเงินนำไปลงทุนหรือนำไปต่อยอดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย เพราะผู้ที่มีรายได้น้อยก็ต้องนำเงินที่หามาได้ไปใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็นก่อนแล้วค่อยนำมาต่อยอดหรือนำมาลงทุนใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีรายได้มากก็จะส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวมากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขุนทอง ศาลางาม (2553 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวแตกต่างกัน

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีการปรับตัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ในการทำงานที่ต่างกัน มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่าก็จะรู้ถึงวิธีการดำเนินงานที่ถูกต้องและรับรู้ถึงปัญหาต่าง ๆ ของการประกอบธุรกิจที่เกิดขึ้น ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้เหล่านี้ อาจสืบเนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบการมีอายุการทำงานที่มาก หรือมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกับเรื่องอัญมณีและเครื่องประดับมากก็เป็นไปได้ ดังนั้นประสบการณ์ที่มากกว่าก็จะทำให้รู้ถึงวิธีการปรับตัวที่มากกว่าผู้ประกอบการที่ประสบการณ์น้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเจียรไน ภัทราคม (2552 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อันเนื่องมาจากวิกฤติเศรษฐกิจและการเมืองไทย ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบ

การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประสบการณ์
 ดานการท่องเที่ยว โดยรวมแตกต่างกัน

เปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตาม
 ความรู้ความเข้าใจ พบว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความรู้ความเข้าใจต่างกัน
 มีทัศนคติการปรับตัวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นผู้ประกอบการที่มี
 ความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่ต่างกัน
 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการที่มีความรู้ดี จะมีวิธีการปรับตัวในด้านการประกอบธุรกิจดี
 ในขณะที่ผู้ประกอบที่มีความรู้ไม่ดี จะมีวิธีการปรับตัวการประกอบธุรกิจไม่ดีด้วยเช่นกัน
 เป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติที่ เกลิมพล ตันสกุล (2541 : 22) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติ
 ด้านความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นพื้นฐานของความเชื่อที่จะทำให้บุคคลนั้นเชื่อว่า ข้อมูลนั้นเป็นจริง
 หรือไม่จริง มีคุณ มีโทษอย่างไร ในทำนองเดียวกันการที่ผู้ประกอบการมีการปรับตัว
 ของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ดีได้ ก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจอัญมณีและ
 เครื่องประดับเสียก่อนเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุนทอง ศาลางาม (2553 : บทคัดย่อ)
 ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่อง
 จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ
 ร้านค้าปลีกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบการที่มี ความรู้ความเข้าใจต่างกัน มีกลยุทธ์
 การปรับตัวแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 รัฐบาลควรจัด โครงการขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้ทั้งผู้ประกอบการได้มีโอกาส
 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเองเพื่อที่จะ ได้มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้เกี่ยวกับ
 การทำต้นแบบแม่พิมพ์เครื่องประดับที่มีการผลิตที่แตกต่างกัน ไป เพื่อเป็นการเพิ่มพูนและนำไป
 ประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับธุรกิจของตนเอง

1.2 รัฐบาลควรมีมาตรการเพื่อเร่งสร้างความร่วมมือระหว่างตลาดทั้งในและ
 ต่างประเทศ เพื่อที่จะได้ทราบถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการอุตสาหกรรมอัญมณี
 และเครื่องประดับจะได้มีกฎหมายรองรับเหมือนกันทั่วโลก

1.3 รัฐบาลควรเร่งภาคธุรกิจเอกชน ในการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดให้เพิ่มมากขึ้น และเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าให้มากที่สุด ทั้งด้านสินค้า ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 ผู้ประกอบการอัญมณี ควรสร้างตราสินค้าและแบรนด์สินค้าขึ้นมาเอง เพื่อเป็นสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า ให้ผู้พบเห็นสินค้าเกิดความประทับใจและจดจำสินค้าของเราตั้งแต่วินาทีแรกที่เห็น

2.2 ผู้ประกอบการอัญมณี ควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายนอกเหนือจากแหล่งประจำ หรือจากร้านประจำของผู้ประกอบการ โดยการนำสินค้าไปจำหน่ายเป็นของที่ระลึกในสโมสร นันทนาการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

2.3 ผู้ประกอบการอัญมณี ควรมีการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า อย่างเช่น มีการซ่อมแซม มีการเปลี่ยนสินค้า หรือมีการบริการหลังการขายอื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าหลังการขาย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการดำเนินการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นทั้งข้อเท็จจริงที่ละเอียดและชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรทำการวิจัยเรื่องปัญหาและความต้องการในการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณี และเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัญหาในการปรับตัวของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการมีความต้องการอะไรบ้างในการปรับตัวในแต่ละครั้ง