

วไลยภูมิ. (2557). การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ในทัศนะของ
ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมศาสตร์
เพื่อการพัฒนา). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมพล สุวรรณภูมิ ค.ค. (พัฒนศึกษา)

ประธานกรรมการ

วัฒนา บรรเทงสุข กศ.ค. (การบริหารการศึกษา)

กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและ
เครื่องประดับ ในทัศนะของสมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัด
จันทบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบการปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตาม
เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์
ในการทำงานเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการอัญมณี
และเครื่องประดับที่จดทะเบียนเป็นสมาชิกชมรมผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ
กับสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 188 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม
มาตราส่วน 3 ระดับ และ 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ ทดสอบรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ
(Scheffe's Method)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ
ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย
ได้แก่ ด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รองลงมา ด้านการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน
และด้านปัจจัยการผลิต 2) การปรับตัวของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านภาพรวม
พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย
ได้แก่ ด้านการปรับตัวทางด้านสินค้า ด้านการปรับตัวทางช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการปรับตัว
ทางด้านราคา ด้านการปรับตัวทางด้านการส่งเสริมการขาย 3) เปรียบเทียบการปรับตัวของ
ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส
ประสบการณ์ในการทำงานและรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจ พบว่า
ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์
ในการทำงาน และความรู้ความเข้าใจ ต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเพศ และสถานภาพต่างกัน มีทัศนะการปรับตัว
ไม่แตกต่างกัน

Walaiporn Suttaphum. (2014). **Gems and Jewelry Entrepreneurs Attitudes in Chanthaburi Province towards Business Adaptation.** Thesis. M.A. (Social Sciences for Development). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University.

Thesis Advisors

Assistant Professor Khompol Suvarnakuta Ph.D. (Development Education)	Chairman
Wattana Banteangsuk Ed.D. (Educational Administration)	Member

Abstract

The aims of this research were 1) to study the business adaptation of gems and jewelry entrepreneurs in the opinion of gems and jewelry association members in Chanthaburi Province and 2) compare the business adaptation of gems and jewelry entrepreneurs by gender, age, education, marital status, monthly family income, and work experience in the gems and jewelry business. The 188 entrepreneurs registered as members of gems and jewelry association with Office of Commercial Affairs Chanthaburi Province were chosen as a research sample group. The questionnaire with the three and five rating scale with the reliability level of 0.89 was used as a research tool. The statistical analyses were percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and Scheffe test.

The research findings showed that 1) the overview cognition level of gems and jewelry entrepreneurs was moderate. When each aspect was analyzed and sorted in descending order, the following aspects were revealed : domestic and overseas markets, competition promotion, and factors of production. 2) The overview business adaptation level of gems and jewelry entrepreneurs was moderate. When each aspect was analyzed and sorted in descending order, the following aspects were revealed : the business adaptation of product, distribution, price, and promotion. 3) When the business adaptation of gems and jewelry entrepreneurs with different gender, age, education, marital status, work experience, monthly family income, and cognition was compared, the results showed that the factors of different gender, age, education, marital status, work experience, monthly family income, and cognition in gems and jewelry entrepreneurs affected their opinions with the statistical significance level of .05. The gems and jewelry entrepreneurs with different gender and status had no different attitudes towards the business adaptation.