



รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสี
ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

LIFESTYLES RELATING TO THE VALUE OF COLOR STONES BANGLE FROM
THE PERSPECTIVE OF WEARERS WHO LIVE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

ถิรจิตวี แจ้งขำ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไร
ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

LIFESTYLES RELATING TO THE VALUE OF COLOR STONES BANGLE FROM
THE PERSPECTIVE OF WEARERS WHO LIVE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำลังใจ
ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
ของ
ถิรจิตร์ แจ่มขำ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร. เศรษฐวิวัฒน์ พรมลสิทธิ์)

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชื่นสมล นุชนาค)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์ระวี อนันต์อักษรกุล)

ชื่อเรื่อง	รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไรในสิน
	ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ถิรจิตรี แจ้งขำ
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. เศรษฐวัชร ปรหมลธิ์

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณค่ากำไรในสินในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับคุณค่ากำไรในสินในมุมมองของผู้สวมใส่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้สวมใส่กำไรในสินที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร 385 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.962 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ค่าความแปรปรวนทางเดียว และค่าสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้สวมใส่กำไรในสินเพศหญิง อายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เป็นกลุ่มเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อคุณค่ากำไรในสินมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไรในสินในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.813, 0.912 และ 0.890 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : รูปแบบการดำเนินชีวิต, คุณค่ากำไรในสิน, มุมมองของผู้สวมใส่

Title	LIFESTYLES RELATING TO THE VALUE OF COLOR STONES BANGLE FROM THE PERSPECTIVE OF WEARERS WHO LIVE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	TIRAJITTREE JANGKUM
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Dr. Sedtawat Prommasit

The objectives of this research are to study the value of colored stone bangles from the perspectives of wearers who live in the Bangkok metropolitan area. The demographic characteristics were classified in order to study the relationship between lifestyle and the value of colored stone bangles from the perspectives of wearers. The sample of 385 colored stone bangle wearers lived in the Bangkok metropolitan area. A questionnaire with a reliability of 0.962 was used as the instrument for data collection. The results of the study were as follows: (1) The colored stone bangle wearers were female, aged from 36-45 years, with a marital status of living together, widowed, divorced or separated, their educational level was postgraduate and they were business owners or entrepreneurs with an average monthly income of 35,001-45,000 Baht, at a statistically significant level of 0.05; (2) the lifestyle factors included activities, interests, and opinions. There was a relationship with the value of colored stone bangles from the perspectives of wearers in the Bangkok metropolitan area, including personality enhancement, indication of social status, auspiciousness, and gifts for various occasions. The correlation coefficients were 0.813, 0.912, and 0.890, respectively. There is a very high degree of correlation in the same direction at a statistically significant level of 0.05

Keyword : Lifestyle, Colored stone bangles, Perspectives of wearers

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.เศรษฐวัสส์ ปรหมสิทธิ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา ตลอดจนข้อแนะนำต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ชื่นสุมล บุญนาค ผศ.ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล และอาจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นคณะกรรมการในการสอบ ให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณท่านคณาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้าย ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณครอบครัว เพื่อน ๆ พี่ ๆ พี่รหัส ที่คอยเป็นแรงสนับสนุน คอยผลักดันและให้การช่วยเหลือเสมอมา รวมถึงขอบคุณศิลปินวงโปรด อาทิ ชูเปอร่าจูเนียร์ บังทันไซนยอนตัน ที่เป็นแรงบันดาลใจในชีวิต จนสารนิพนธ์ชิ้นนี้เกิดผลสำเร็จ

ถิรจิตร์ แจ้งขำ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหินสี.....	10

แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์.....	17
แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการดำเนินชีวิต	19
ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต	19
แนวคิดและทฤษฎีคุณค่า	26
การรับรู้คุณค่า.....	26
แนวคิดและทฤษฎีบุคลิกภาพ	27
ความหมายของบุคลิกภาพ	27
แนวคิดความเป็นสตรีมคล	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	38
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	38
ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	39
การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในงานวิจัย.....	40
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	56
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	57

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	76
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	150
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	153
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	153
ความสำคัญของการวิจัย.....	153
สมมติฐานการวิจัย	153
สรุปผลการวิจัย	154
อภิปรายผลการวิจัย.....	170
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	175
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป	176
บรรณานุกรม	178
ภาคผนวก.....	184
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	185
แบบสอบถาม.....	186
ประวัติผู้เขียน.....	193

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงตัวอย่างของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น และประชากรศาสตร์.....	24
ตาราง 2 แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร.....	39
ตาราง 3 แสดงระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	43
ตาราง 4 แสดงระดับความสนใจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ.....	44
ตาราง 5 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น	45
ตาราง 6 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่ากำไรในมุมมองของผู้สวมใส่	46
ตาราง 7 แสดงผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม.....	47
ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance).....	52
ตาราง 9 แสดงการสรุปจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไร.....	57
ตาราง 10 แสดงการสรุปจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไรที่จัดกลุ่มใหม่	60
ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไร ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร.....	61
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไร ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม	61
ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไร ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านงานอดิเรก.....	62
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไร ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านกิจกรรมสังคม	63
ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไร ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านการเลือกซื้อ	64

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจ.....	64
ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านแฟชั่น.....	65
ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านสื่อต่าง ๆ	66
ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านความสำเร็จ	67
ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น	68
ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านต่อตนเอง	68
ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์	69
ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไล หินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านวัฒนธรรม	70
ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่ อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร.....	71
ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่ อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	72
ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่ อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม.....	73
ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่ อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล	74
ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่ อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ.....	75

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มเพศโดยใช้ Levene's test.....	77
ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามเพศ.....	77
ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test	80
ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามอายุ โดยใช้ Brown-Forsythe	81
ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	82
ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	83
ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกัน โดยรวม จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	84
ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มสถานภาพ โดยใช้ Levene's test.....	85
ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามสถานภาพ.....	86
ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test.....	89
ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ F-test.....	89
ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Brown-Forsythe.....	91
ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 .	92

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมจำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	93
ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลจำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	94
ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	95
ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านคุณค่ากำไหินสีโดยรวม จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	96
ตาราง 46 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test.....	98
ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe.....	99
ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	100
ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.	102
ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	104
ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	105
ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในโดยรวมจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	107

ตาราง 53 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test	110
ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้ F-test.....	110
ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Brown-Forsythe	111
ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	112
ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	113
ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	115
ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกัน โดยรวม จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	117
ตาราง 60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ.....	120
ตาราง 61 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม	122
ตาราง 62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมกับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล	124

ตาราง 63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	126
ตาราง 64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม	128
ตาราง 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	130
ตาราง 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม	132
ตาราง 67 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล	134
ตาราง 68 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	136
ตาราง 69 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม	138
ตาราง 70 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	140
ตาราง 71 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม	142

ตาราง 72 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความ
 คิดเห็น กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริม
 สิริมงคล 144

ตาราง 73 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความ
 คิดเห็น กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญ
 ในโอกาสต่าง ๆ 146

ตาราง 74 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความ
 คิดเห็น กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม.... 148

ตาราง 75 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 150



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	8
ภาพประกอบ 2 แสดงการจำแนกค่าความแข็งของแฉะในหน่วยโมลส์	11
ภาพประกอบ 3 แสดงรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค	21



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อัญมณีและหินสีถูกค้นพบจากหลายแหล่งทั่วโลก ถูกนำมาทำเป็นเครื่องประดับที่มีคุณค่าหลากหลายรูปแบบเพื่อสวมใส่ เพราะถือเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแต่งกายตามความชื่นชอบส่วนบุคคลและสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่ได้ นอกจากนี้จะเป็นเครื่องประดับเพื่อความสวยงามหรือเสริมสร้างความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ของผู้สวมใส่แล้ว ยังถูกมองว่ามีคุณค่าเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมความเชื่ออีกด้วย โดยกำไลหินสีและความเชื่อเป็นสิ่งที่อยู่ควบคู่กับสังคมไทยมาช้านาน แรกเริ่มผู้คนรู้จักหินโดยการนำไปประกอบเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ เปรียบแทนของสิ่งศักดิ์สิทธิ์และนำไปใช้เป็นเครื่องประดับ ซึ่งพื้นฐานเดิมของคนในสมัยก่อนมีความเชื่อนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ผสมผสานอิทธิพลวัฒนธรรมจากประเทศต่าง ๆ รวมกับอิทธิพลจากพุทธศาสนา จึงเป็นการผนวกความเชื่อเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนหลอมรวมกลายเป็น “อัตลักษณ์” ของสังคมไทย

ภาคอุตสาหกรรมเครื่องประดับนั้นมีขนาดใหญ่ทั้งในสหรัฐอเมริกาถึงในตลาดโลก Grand View Research ได้ประมาณการไว้ว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับจะมีมูลค่า 480,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี ค.ศ. 2025 แต่เมื่อร้านเครื่องประดับต้องปิดทำการนานหลายเดือนเนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดไวรัส COVID-19 กระทบไปทั่วโลก ขนาดของตลาดจึงลดลงเล็กน้อย แต่ประมาณการรายได้สุทธิที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลอดจนกระแสความนิยมของลูกค้า ได้บ่งชี้ว่าตลาดเครื่องประดับน่าจะเติบโตอย่างแข็งแกร่ง (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2564) แม้อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศชื่นชอบ ฉะนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญจากหลายสำนักวิเคราะห์ตรงกันว่ายังคงเป็นธุรกิจที่มีอนาคต เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายใช้สอย ไม่ว่าจะการเติบโตของเศรษฐกิจโลกโดยภาพรวมจะชะลอตัวลงก็ตาม (กรุงศรี ภูฏ เอสเอ็มอี, 2564)

ตลาดหินมงคลหรือหินนำโชคได้รับความนิยมครั้งแรกในปีพ.ศ. 2546 - 2547 ในฐานะหินมงคลที่ช่วยนำโชคด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรัก การงาน การเงิน โชคลาภ ตามสีของหิน และคำบอกเล่าของผู้ขายที่ปรุงแต่งให้หินมีสรรพคุณน่าสนใจและน่าเชื่อถือ และได้รับความนิยมอีกครั้งในช่วงปลายปีพ.ศ. 2557 จากการเป็นเครื่องประดับของดาราดาวที่มีชื่อเสียงระดับต้น ๆ ของ

วงการ (marketeeronline, 2558) เมื่อเข้าสู่ปีพ.ศ. 2563 ก้าไลหีนส์กลายเป็นหนึ่งในบรรดาของเสริมดวงยอดฮิตที่ผู้สวมใส่ให้ความนิยม นอกจากการออกแบบที่สวยงามเหมาะสำหรับการใส่เป็นเครื่องประดับแล้ว หินแต่ละชนิดยังมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับผู้สวมใส่ว่าต้องการเสริมในเรื่องใด (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) และตลาดหินมงคลนี้ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องยาวนานถึงปัจจุบัน จึงทำให้ภาคธุรกิจก้าไลหีนส์ขนาดเล็กจำนวนมากเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้โดยมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไป

ในประเทศไทยมีความเชื่อเรื่องหินสีมากพอสมควร ถ้านึกถึงเรื่องของการเสริมดวง หรือความเชื่อเรื่องสิ่งของนำโชคนั้น คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า “ก้าไลหีนส์” เป็นหนึ่งในของเสริมดวงที่กำลังมาแรงและได้รับความนิยมจากผู้คนเป็นจำนวนมาก ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ทั้งชายและหญิงพากันสวมใส่ก้าไลหีนส์นี้จนกลายเป็นกระแสแฟชั่น มีความเชื่อกันว่าหินสีเหล่านี้สามารถเสริมดวงชะตาหรือนำโชคในด้านต่าง ๆ ของชีวิตได้ ซึ่งเป็นไปตามพื้นฐานความเชื่อส่วนบุคคล เมื่อความเชื่อไหลกลางเชื่อมโยงกับสินค้าจึงเป็นการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าจนเกิดกระแสความนิยมขึ้นมาในสังคม

นอกจากนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสวมใส่ก้าไลหีนส์ เพราะแสดงถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับการสวมใส่ ทั้งการมีกิจกรรมในส่วนของงานอดิเรก การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมด้านประเพณีหรือที่เกี่ยวข้องกับศาสนา การเลือกซื้อเครื่องประดับเพื่อสวมใส่หรือซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ด้านความสนใจ ไม่ว่าจะเรื่องแฟชั่นเครื่องประดับ การติดตามข่าวสารในวงการก้าไลหีนส์ผ่านสื่อต่าง ๆ ความสำเร็จในชีวิต และความคิดเห็นต่าง ๆ ทั้งต่อตนเอง ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ รวมไปถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เพื่อสะท้อนถึงคุณค่าของก้าไลหีนส์ในด้านต่าง ๆ เช่น เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพ ความมั่นใจให้แก่ผู้สวมใส่ เสริมความสวยงามดูสง่าทำให้ผู้สวมใส่เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง เครื่องประดับจัดเป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดี แสดงถึงสถานะทางสังคมและช่วยสร้างความน่าเชื่อถือใช้ในการบอกฐานะเสริมสถานภาพความมั่งคั่งให้ผู้สวมใส่ ถูกเลือกซื้อเพื่อใช้ในการเป็นสิ่งของนำโชค เสริมความเป็นสิริมงคลในด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังจัดเป็นของขวัญที่มีคุณค่าสื่อถึงความเอาใจใส่และความพิเศษ เป็นสื่อกลางที่ช่วยกระชับความสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น (จิ๋วเวลรี่, 2564) ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีชื่อเสียงในงานฝีมือด้านอัญมณี และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล หากดูในภาพรวมช่วง 2-3 ปีมานี้ แนวโน้มตลาดอัญมณีและเครื่องประดับในเมืองไทยอาจชะงักหรือชะงักไปบ้าง แต่คงเป็นระยะเวลาไม่นานนัก เพราะในช่วงเทศกาลสำคัญอย่างวันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน หรือวันวาเลนไทน์ ยอดซื้อโดยรวมยังไปได้ดี (กรุงศรี ภูธร เอสเอ็มอี, 2564)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลวิจัยมาเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าให้กับตลาดก้ำไหลินสีทั้งการเลือกซื้อเพื่อสวมใส่เองหรือซื้อเป็นของขวัญตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ที่เหมาะแก่การกระตุ้นยอดขาย ปรับตัวเพื่อแข่งขันได้ทุกสถานการณ์ สร้างความแตกต่างทั้งแนวคิดและภาพลักษณ์ก้ำไหลินสีให้โดดเด่นมีเอกลักษณ์ท่ามกลางสภาพการแข่งขันของภาคธุรกิจขนาดเล็กที่มีการปรับกลยุทธ์ตามตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละช่วงเวลา และกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นมากมาย รวมถึงยังสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจผ่านกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่สวมใส่ก้ำไหลินสีต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณค่าก้ำไหลินสี ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไหลินสี ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพิ่มโอกาสในการนำเสนอคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ และเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถกำหนดกลุ่มตลาดได้อย่างชัดเจน เพื่อนำเสนอสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้โดยตรง
2. เพิ่มโอกาสในการนำเสนอการสวมใส่ก้ำไหลินสีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน สามารถคาดการณ์ความต้องการ สร้างแนวคิดสินค้า เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคชาวไทยได้

3. ให้ธุรกิจสตาร์ทอัปสามารถนำข้อมูลไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจอย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Non-Probability) ของ Cochran (1977) โดยให้ค่าความผิดพลาด 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณเท่ากับ 385 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากเลือกพื้นที่ในการเก็บแบบสอบถามแบบไม่ใส่คืน (Without Replacement) จำนวน 5 เขต จากทั้งหมด 50 เขต ประกอบด้วย เขตบางรัก เขตคลองสาน เขตปทุมวัน เขตวัฒนา และเขตพระนคร

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากเขตพื้นที่ในขั้นตอนที่ 1 ในสัดส่วนประชากรที่เท่ากัน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกตามความเต็มใจของประชากรที่จะให้ข้อมูล การเก็บข้อมูลเป็นไปตามเขตพื้นที่ที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจนครบจำนวน 385 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรอิสระมาศึกษา ดังต่อไปนี้

1.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 18-25 ปี

1.1.2.2 26-35 ปี

1.1.2.3 36-45 ปี

1.1.2.4 46-55 ปี

1.1.2.5 56 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพ

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นิสิต/นักศึกษา

1.1.5.2 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

1.1.5.4 เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ

1.1.5.5 แม่บ้าน/พ่อบ้าน

1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.1.6.2 15,001-25,000 บาท

1.1.6.3 25,001-35,000 บาท

1.1.6.4 35,001-45,000 บาท

1.1.6.5 45,001 บาทขึ้นไป

1.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่

1.2.1 กิจกรรม (Activities)

1.2.1.1 งานอดิเรก

1.2.1.2 กิจกรรมสังคม

1.2.1.3 การเลือกซื้อ

1.2.2 ความสนใจ (Interests)

1.2.2.1 แฟชั่น

1.2.2.2 สื่อต่าง ๆ

1.2.2.3 ความสำเร็จ

1.2.3 ความคิดเห็น (Opinions)

1.2.3.1 ต่อตนเอง

1.2.3.2 ผลิตภัณฑ์

1.2.3.3 วัฒนธรรม

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ คุณค่ากำไรสินไหมของ ผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 การเสริมบุคลิกภาพ

2.2 การบ่งบอกสถานะทางสังคม

2.3 การเสริมสิริมงคล

2.4 ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ประชากรศาสตร์** หมายถึง ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของประชากรผู้สวมใส่กำไรสินไหมที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่

2.1. ด้านกิจกรรม (Activities) หมายถึง ผู้สวมใส่กำลังใช้เวลาในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ในเรื่องของงานอดิเรกที่เกี่ยวกับเครื่องประดับ ในเรื่องของกิจกรรมสังคมที่อาจเกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น การไปวัดทำบุญ และการเลือกซื้อเครื่องประดับเพื่อสวมใส่ในชีวิตประจำวันหรือตามโอกาสต่าง ๆ

2.2. ด้านความสนใจ (Interests) หมายถึง ผู้สวมใส่กำลังมีความพึงพอใจและการให้ความสำคัญในสิ่งนั้น ซึ่งถือเป็นความชอบส่วนบุคคล หรือความเอาใจใส่เป็นพิเศษในด้านแฟชั่นเกี่ยวกับเครื่องประดับ โดยเฉพาะกำลังสนใจติดตามข่าวสารกำลังฮิตตามสื่อต่าง ๆ รวมถึงความสำเร็จในชีวิต

2.3. ด้านความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง การแสดงออกของผู้สวมใส่กำลังเห็นทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง ผลิตภัณฑ์กำลังฮิตในรูปแบบต่าง ๆ และวัฒนธรรมที่มีมาอย่างช้านาน

3. การเสริมบุคลิกภาพ หมายถึง การสวมใส่กำลังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ เสริมความสวยงามดูสง่าทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และช่วยเสริมภาพลักษณ์การแต่งกายที่ดูดี โดยกำลังเปรียบเทียบเสมือนศิลปะทางวัตถุอย่างหนึ่งที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นด้วยความประณีตให้เกิดความพึงพอใจ

4. การบ่งบอกสถานะทางสังคม หมายถึง การแสดงถึงผู้สวมใส่กำลังชนิตที่หายากและมีราคาสูง มักมีฐานะที่ดี

5. การเสริมสิริมงคล หมายถึง ผู้สวมใส่กำลังมองว่ากำลังเป็นสิ่งที่เป็นมงคลให้เกิดความสุข สวมใส่แล้วทำให้เกิดความสมหวัง โชคลาภ ความร่ำรวย ความเจริญรุ่งเรืองด้วยลาภยศ สรรเสริญ หรือบันดาลให้เกิดขวัญและกำลังใจ ฯลฯ

6. ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ หมายถึง การซื้อกำลังให้กันเพื่ออภยศยศเกียรติแก่ผู้รับ โดยถือเป็นการแสดงน้ำใจให้แก่กันในบางโอกาส เช่น ของขวัญวันปีใหม่ ของขวัญวันเกิด ของขวัญวันเกษียณอายุราชการ

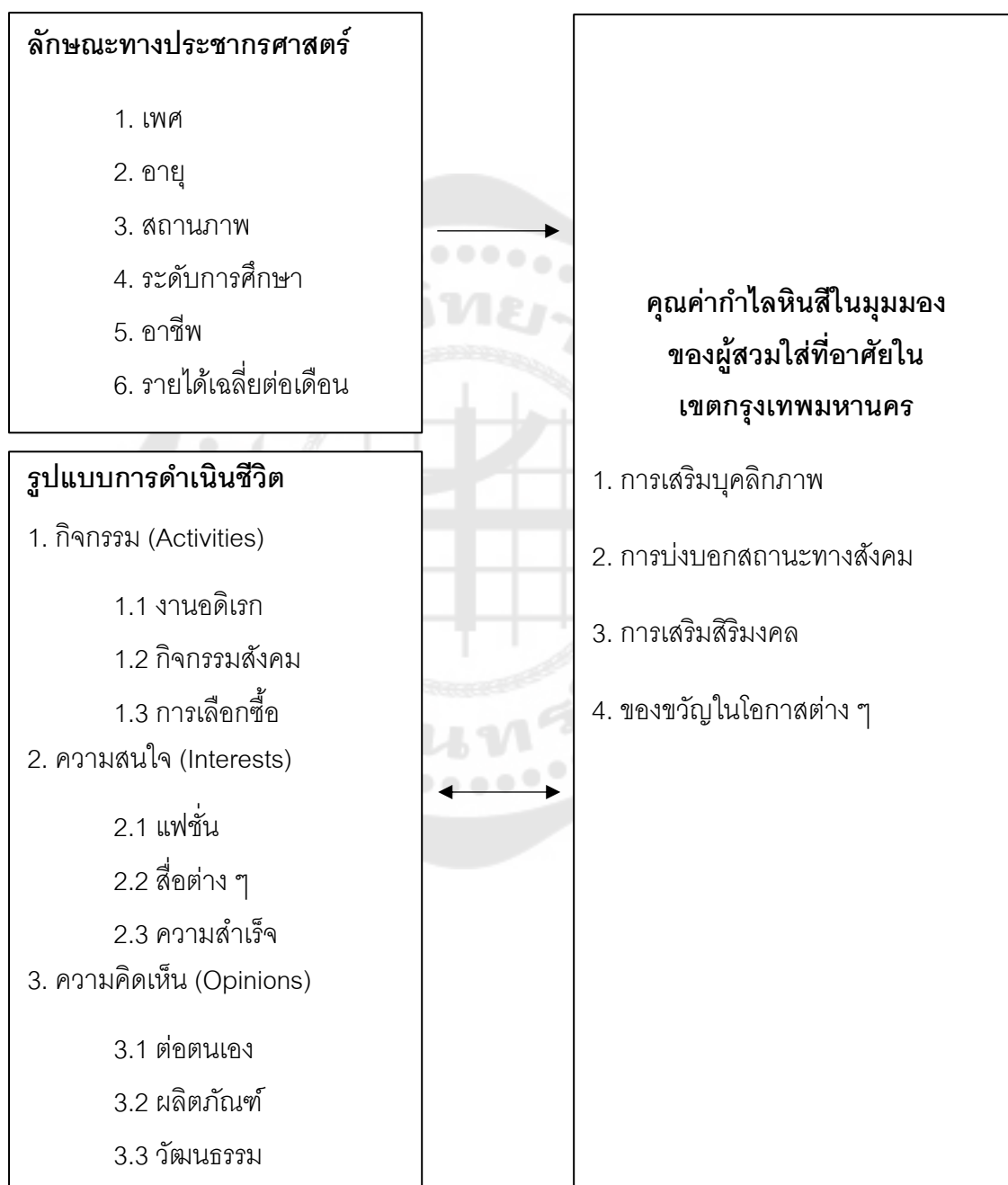
7. ผู้สวมใส่ในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง ผู้สวมใส่กำลังที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ใช้ในการศึกษาคำนี้ จำนวน 5 เขต คือ เขตบางรัก เขตคลองสาน เขตปทุมวัน เขตวัฒนา และเขตพระนคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษางานวิจัย เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำลังใจในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบงานวิจัยและแบบสอบถาม โดยนำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหินสี
2. แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการดำเนินชีวิต
4. แนวคิดและทฤษฎีคุณค่า
5. แนวคิดและทฤษฎีบุคลิกภาพ
6. แนวคิดความเป็นสิริมงคล
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหินสี

รศ.ดร.จักรพันธ์ สุทธิรัตน์ (2558) กล่าวว่า หินและแร่ล้วนเกิดจากธรรมชาติ โดยหินสีที่นิยมนำมาร้อยเป็นกำไลมีทั้งแบบที่เป็น “หิน” และแบบที่เป็น “แร่” ซึ่งหินสีธรรมชาติทั้งหมดล้วนเกิดจากจุดกำเนิดเดียวกัน คือกระบวนการทางธรณีวิทยาใต้ชั้นเปลือกโลก แหล่งเก็บรวบรวมแร่ธาตุที่จะปะทุตัวขึ้นมาในรูปแบบลาวาของภูเขาไฟ หรือรูปแบบอื่น ๆ เกิดจากการทับถมกันของหินประเภทต่าง ๆ เป็นเวลานานจนเกาะตัวเป็นเนื้อเดียวกัน “หินสี” ถูกจัดให้เป็นอัญมณีคุณภาพต่ำ เพราะหินสีส่วนมากจะมีเนื้อขุ่นและมีมลทินอยู่ภายใน ทำให้หินสีมีราคาถูกเมื่อเทียบกับอัญมณีชนิดอื่น

ธัญญา พยากรณ์ และนเรนทร นเรนทรเสนี (2558) กล่าวว่า อัญมณี คือ หินแร่ที่มีค่าสูงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจจะเป็นแก้วผลึก เช่น เพชร มรกต ทับทิม ตลอดจนถึงปะการังบางชนิดรวมถึงไข่มุก คุณลักษณะที่ทำให้รัตนชาติมีค่า ขึ้นอยู่กับความสวยงาม ความแข็ง และความคงทนถาวร หายาก อยู่ในความนิยมตามกาลสมัย ประเทศไทยขึ้นชื่อว่าเป็นตลาดอัญมณีอันดับ 1 ใน 6 ของโลก จึงนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญไม่แพ้ใครอื่น ๆ

ผศ.ดร.ปัญญาวรรณ ธนสุทธิพิทักษ์ (2558) กล่าวว่า หินสีที่ขุดได้จะมาในรูปแบบหินก้อน จะถูกนำมาผ่านกรรมวิธีการตัดแต่งขึ้นส่วนหินไม่มีค่าออกก่อน แล้วจึงนำเข้ากระบวนการกลึงให้เป็นรูปร่างตามความต้องการ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้คล้ายกับการเจียรระโนเพชรให้มีรูปแบบและเหลี่ยมที่สวยงาม เป็นขั้นตอนที่ช่วยเพิ่มคุณค่าหินสี และเพิ่มราคาให้มีมูลค่า โดยราคาจะขึ้นอยู่กับความนิยมของหินหรือแร่ชนิดนั้น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม หินสีก็ยังถือว่ามีราคาต่ำมากเมื่อเทียบกับอัญมณีชนิดอื่น

Hongrutai (2003) ได้รวบรวมข้อมูลและให้คำอธิบายถึงคุณสมบัติทางกายภาพของหินสีไว้ว่า คุณสมบัติทางกายภาพ (Physical Properties) ของอัญมณีเกิดจากการจัดเรียงตัวของโครงสร้างอะตอมและส่วนประกอบทางเคมี ลักษณะทางกายภาพประกอบด้วย ความแข็ง (Hardness) ความเหนียว (Toughness) รอยแตก (Fracture) รอยแตกเรียบ (Cleavage) และความถ่วงจำเพาะ (Specific Gravity)

1. ความแข็ง (Hardness) คือความคงทนต่อการขูดขีด แร่แต่ละชนิดมีความแข็งเฉพาะตัว แร่ที่มีความแข็งมากจะสามารถขีดบนแร่ที่มีความแข็งน้อยกว่าเป็นรอยได้ โดยภาควิชาธรณีวิทยา คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ให้คำอธิบายมาตราความแข็งแร่ของโมลส์ (Mohs scale of mineral hardness) ไว้ว่า เป็นมาตราความแข็งของแร่ตามที่นักวิทยาศาสตร์ชาวเยอรมัน ชื่อ ฟรีดริช โมลส์ (Friedrich Mohs) กำหนดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1812 ประกอบด้วยแร่มาตรฐาน 10 ชนิด เรียงลำดับตั้งแต่แร่ที่ทนทานต่อการขูดขีดน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด ตามลำดับดังนี้ ทัลค์ (Talc) ยิปซัม (Gypsum) แคลไซต์ (Calcite) ฟลูออไรต์ (Fluorite) อะพาไทต์ (Apatite) ออร์โทเคลส (Orthoclase) ควอตซ์ (Quartz) โทแพส (Topaz) คอรันดัม (Corundum) เพชร (Diamond)



ภาพประกอบ 2 แสดงการจำแนกค่าความแข็งของแร่ในหน่วยโมลส์

2. ความเหนียว (Toughness) หมายถึง ความทนทาน ความคงทนของแร่ที่มีต่อการแตกหัก กะเทาะ บิ่น เป็นคุณสมบัติของแร่ที่เกิดเนื่องจากแรงดึงดูดของอนุภาคภายในโครงสร้าง ซึ่งมีผลทำให้มีความเหนียวไม่เท่ากัน แร่บางชนิดแข็งมากแต่ไม่เหนียว เช่น เพชร เป็นแร่ที่แข็งมากที่สุดแต่ไม่เหนียวที่สุด เนฟไฟไรต์ (Nephrite) เป็นแร่ที่มีความแข็งไม่มากแต่มีความเหนียวมาก เนื่องจากโครงสร้างประกอบด้วยเส้นใยจำนวนมากที่มีการบิดตัวประสานกันแน่น เป็นต้น คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับความเหนียว ได้แก่

ความเปราะ (Brittle) เป็นความอ่อนแอในอัญมณีที่ง่ายต่อการแตกออกหรือเกิดความเสียหาย

ตีเป็นแผ่นได้/ความอ่อนตัว (Malleable) เป็นความสามารถของวัตถุต่อการยืดหรือทำเป็นรูปร่างต่าง ๆ ได้ โดยการตีด้วยค้อนหรือการกดด้วยลูกกลิ้ง

ดึงเป็นเส้นได้ (Ductile) เป็นความสามารถของวัตถุต่อการยืดหรือทำเป็นรูปร่างต่าง ๆ ได้ โดยการใช้เครื่องดึงยืดเป็นเส้น

มีดตัดได้ (Sectile) เป็นความสามารถของวัตถุต่อการตัดเป็นแผ่นด้วยมีดได้

งอได้ (Flexible) เป็นความสามารถของวัตถุต่อการโค้งงอ

ยืดหยุ่นได้ (Elastic) เป็นความสามารถของวัตถุที่สามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ หรือรองรับการกระแทกได้

3. รอยแตก (Fracture) การแตกหรือรอยแตกเกิดขึ้นเมื่อมีแรงมากระทำกับก้อนแร่ และเกิดการแตกในลักษณะที่ไม่ใช่ตามแนวแตก จะมีลักษณะและทิศทางอย่างไรก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นหน้าเรียบ แร่ส่วนใหญ่มักมีการแตกแบบขรุขระ (Uneven) แต่มีแร่อีกหลายชนิดที่ลักษณะการแตกเฉพาะที่แตกต่างไป การแตกแบบอื่น ๆ ได้แก่

3.1 รอยแตกแบบฝ่าหอย (Conchoidal) จะคล้ายกับพื้นผิวของเปลือกหอยหรือขอบที่แตกของแก้วเหมือนกับวงแหวนซ้อน ๆ กัน รอยแตกแบบนี้มักพบได้ในอัญมณีโปร่งใสทั่วไป

3.2 รอยแตกแบบเป็นเส้นใยไม้ (Splintery) คล้ายกับไม้ที่แตกออกเป็นเส้น ๆ เหมือนเส้นใย พบในงาช้าง

3.3 รอยแตกแบบขรุขระหรือไม่สม่ำเสมอ (Hackly/Uneven) รอยแตกไม่สม่ำเสมอมีลักษณะรอยแตกที่พบในหินส่วนใหญ่

3.4 รอยแตกแบบเรียบ (Even) มีลักษณะผิวสม่ำเสมอ แต่ไม่ใช่จะเรียบเสมอกันเสียทีเดียว

4. แนวแตกเรียบ (Cleavage) หมายถึง การแตกออกตามระนาบที่อ่อนแอของ โครงสร้างอะตอม เป็นลักษณะรอยแตกของแร่ในแนวระนาบเรียบ โดยรอยแตกจะขนานไปตาม ผิวหน้าของผลึกแร่เสมอ แร่ที่ไม่เป็นผลึก (Amorphous) จะไม่มีแนวแตกแบบนี้ แนวแตกเรียบ อาจจะมีแนวเดียว 2 แนว หรือ 3 แนว ก็ได้ ซึ่งทำให้แร่มีการแตกในลักษณะต่าง ๆ กัน แนวแตก เรียบพบได้เมื่อแร่แตกแยกหลุดออกเอง หรือจะเห็นได้เมื่อทำการบิหรือทุบแร่ บางชนิดเห็นชัดเจน มาก บางชนิดเห็นไม่ชัดเจนต้องดูด้วยกล้องจุลทรรศน์ การอธิบายเกี่ยวกับแร่ที่มีแนวแตกเรียบ มักใช้คำว่า แนวแตกสมบูรณ์ชัด (Perfect) ดี (Good) พอใช้ได้ (Fair) ไม่ชัดเจน (Poor) เป็นต้น ชนิดของแนวแตกเรียบ ได้แก่

4.1 แนวแตกเรียบแนวเดียว (One-Direction Cleavage) แร่จะแตกออกใน ลักษณะเป็นแผ่นบาง ๆ แบบลอกออกได้ทั้งแผ่นใหญ่หรือเล็กมาก ๆ เช่น แร่ไมกา (Mica) รอยแตก เรียบขนานกับระนาบฐานพวก มัสโคไวต์ (Muscovite) ไบโอไทต์ (Biotite) โทแพซ (Topaz)

4.2 แนวแตกเรียบ 2 แนว (Two-Direction Cleavage) แบ่งออกเป็นแนวของ รอยแตกตั้งฉากกัน เช่น ออร์โทเคลส (Orthoclase) สปอดูมีน (Spodumene) เป็นต้น และแนวของ รอยแตกไม่ตั้งฉากกัน เช่น แอมฟิโบล (Amphibole)

4.3 แนวแตกเรียบ 3 แนว (Three-Direction Cleavage) แบ่งออกเป็นแนวของ รอยแตกตั้งฉากซึ่งกันและกัน ทำให้แร่แตกออกเป็นรูปลูกบาศก์ (Cube) เช่น กาลีน่า (Galena) เฮไลต์ (Halite) และแนวของรอยแตกไม่ตั้งฉากกัน แร่จะแตกออกคล้ายรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (Rhombus) เช่น แคลไซต์ (Calcite)

4.4 แนวแตกเรียบ 4 แนว (Four-Direction Cleavage) สังเกตได้จาก รูปสามเหลี่ยมด้านเท่า 8 หน้า ประกอบกันเป็นรูปออกตะฮีดรอล (Octahedral) มีผิวเรียบ 8 แนว เช่น ฟลูออไรต์ (Fluorite) เพชร (Diamond)

4.5 แนวแตกเรียบ 6 แนว (Six-Direction Cleavage) เช่น สฟาเลอไรต์หรือแร่ สังกะสี (Sphalerite) รอยแตกเรียบโดเดคะฮีดรอน ทำให้เกิดหน้าเรียบ 12 แนว

ตัวอย่างของรอยแตกเรียบ ได้แก่

4.5.1 รอยแตกที่มีลักษณะผิวเรียบ พื้นผิวมักจะมีควมวาวแบบมุก

4.5.2 บางครั้งพบการเหลื่อมแสงเหมือนรุ้งเมื่อมีการแทรกสอดของแสง เกิดขึ้นในบริเวณที่มีรอยแยกแนวเรียบซ้อน ๆ กัน

4.5.3 พลอยที่แตกง่ายตามรอยแตกเรียบมักพบเป็นลักษณะแบบขั้นบันได เนื่องจากมีแนวแตกเรียบและการแตกที่ไม่เป็นระเบียบเกิดร่วมกัน หรือเกิดแนวแตกเรียบ 2 ทิศทาง

พร้อม ๆ กัน ตัวอย่างอัญมณีที่มีรอยแตกเรียบชัดเจน ได้แก่ เพชร (Diamond) เฟลด์สปาร์ (Feldspar) มูนสโตน (Moonstone) โทแพซ (Topaz) แคลไซต์ (Calcite) ฟลูออไรต์ (Fluorite) สแคปโพลีท์ (Scapolite) สเฟีน (Sphene) สปอดูมีน (Spodumene) ซอยไซต์ (Zoisite) แแทนซาไนต์ (Tanzanite)

5. ความถ่วงจำเพาะ (Specific Gravity) คือ อัตราส่วนระหว่างความหนาแน่นของหินสีในอากาศต่อความหนาแน่นของน้ำที่มีปริมาตรเท่ากับวัตถุ

จุฑามาศ ณ สงขลา (2553) กล่าวว่า หินสีและอัญมณีถูกค้นพบและรู้จักหลากหลายแหล่งทั่วโลก เริ่มต้นนั้นผู้คนรู้จักหินในฐานะของการนำไปเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ เป็นตัวแทนของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตลอดจนเกี่ยวข้องกับความเชื่อ รูปเคารพต่าง ๆ และนำไปใช้เป็นเครื่องประดับ จากนั้นมีการบันทึกถึงเรื่องราวของหินสีและอัญมณี ซึ่งเป็นวัตถุอันทรงพลังจากธรรมชาติอย่างหนึ่งที่ถูกนำกลับมาใช้ ทั้งเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยทางร่างกายและจิตใจ เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นความเชื่อในด้านของการดึงดูดความมั่งคั่งร่ำรวย ชื่อเสียงและการประสบความสำเร็จมาสู่ผู้เป็นเจ้าของ

และยังได้กล่าวอีกว่า หินสีและอัญมณีถูกนำมาใช้เป็นเครื่องประดับกันมากขึ้น เครื่องมือเครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ถูกนำมาใช้ในการเจาะระโนอัญมณี ความงามและคุณค่าของหินที่ถูกเจาะระโนเหลี่ยมมุมแล้วยิ่งเพิ่มมากขึ้นและราคาสูงขึ้นเป็นลำดับ เครื่องประดับที่ทำจากหินสีหรืออัญมณีจึงใช้ในการบอกฐานะ เสริมสถานภาพความมั่งคั่งของผู้สวมใส่ได้อีกด้วย

สุริยศักดิ์ อมตกุล (2550) กล่าวถึงการแบ่งสีของหินสีกับพลังในการบำบัด ตามความเชื่อและการมีผลต่อการบำบัดร่างกาย อารมณ์ และจิตวิญญาณที่แตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 12 แบบ ดังต่อไปนี้

1. หินสีใสไม่มีสี เป็นสีที่รวบรวมพลังของสีทุกสีเข้าไว้ด้วยกัน มีคุณสมบัติในการสะสมพลังงานเอาไว้ในตัวและนำออกมาใช้ได้อย่างง่ายดาย เป็นสีออกกลางระหว่างจิตวิญญาณกับวัตถุให้ผสมผสานพลังเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม ช่วยบำบัดสภาพจิตใจ ชะล้างความรู้สึกไม่ดี ทำให้จิตใจผ่องแผ้ว นำความรักและความเมตตา มาสู่ผู้เป็นเจ้าของ

2. หินสีน้ำตาล เป็นสีตัวแทนของโลก เป็นสีที่ให้กำเนิดชีวิต มีผลต่อความรู้สึกสำนึกผิด ความเสียใจ ความซื่อสัตย์ ความตรงไปตรงมา และความโดดเด่น

3. หินสีขาว เป็นสีที่แทนความบริสุทธิ์ ความดี และความอ่อนโยน ช่วยในการบำบัดความผิดปกติของฮอร์โมนหรือรังไข่ ช่วยในการลดความรู้สึกด้านลบต่าง ๆ ความอิจฉา ความก้าวร้าว เพิ่มความมั่นใจในตนเอง

4. หินสีแดง เป็นสัญลักษณ์ของผู้นำ เป็นตัวแทนของความรัก ชีวิต ให้พลังในด้านกำลังใจ ความหวัง และความโอบอ้อมอารี ช่วยเปลี่ยนพลังด้านลบให้เป็นพลังด้านบวก ลดความรู้สึกหดหู่ เพิ่มพลังความคิดสร้างสรรค์ ความกล้าหาญ ทำให้มีชีวิตชีวา เยียวยาจิตใจที่ ซึมเศร้า กระตุ้นการสร้างเซลล์ รักษาอาการติดเชื้ สร้างผลดีต่อผู้ป่วยโรคเลือด

5. หินสีชมพู ช่วยรักษาเนื้อเยื่อ ทำให้เกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ความสดชื่น เสริมความนุ่มนวล อ่อนโยน ปลอดภัยผู้ทีบาดเจ็บทางจิตใจ เสริมสร้างพลังแห่งความรัก

6. หินสีเหลือง หินสีกลุ่มนี้จะทำงานร่วมกับอารมณ์เป็นส่วนใหญ่ ช่วยในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร ทำให้รู้สึกกระชุ่มกระชวย จิตใจแจ่มใส กระตุ้นพลังสติปัญญา ขจัดความคิดด้านลบ ลดอาการเชื่องซึม ช่วยบำบัดอาการของโรคดีซ่าน โรคเกี่ยวกับน้ำเหลือง โรคเกี่ยวกับสายตา เสริมสร้างทัศนคติที่ดี ความศรัทธา

7. หินสีเขียว เป็นสีแห่งชีวิต สีแห่งความอุดมสมบูรณ์ ทำให้จิตใจสงบ เสริมสร้างพลังใจ ปรับสมดุลภายในจิตใจ ลดอาการบาดเจ็บทางอารมณ์ ช่วยในการพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วย บรรเทาอาการอ่อนเพลียจากการทำงานหนัก ชะล้างอารมณ์ด้านลบ เพิ่มพลังในการเติบโตและเสริมภูมิคุ้มกัน

8. หินสีฟ้า ช่วยในการสร้างพลังสติปัญญา การหยั่งรู้ และควมมีเมตตา กรุณา ลดความร้อนแรงในร่างกายและจิตใจ กระตุ้นความรอบคอบ ทำให้ใจเย็น ช่วยกระตุ้นให้เลือดแข็งตัวเร็วขึ้นเมื่อมีบาดแผล ช่วยบรรเทาอาการป่วยไข้

9. หินสีน้ำเงิน ช่วยกระตุ้นให้เกิดจินตนาการ ทำให้เกิดความคิดด้านบวก ลดความคิดด้านลบ ทำให้จิตใจสงบ มีสมาธิ ช่วยยับยั้งพิษจากธรรมชาติ เช่น แมลงสัตว์กัดต่อย และพืช ช่วยให้การไหลเวียนของเลือดดีขึ้น ลดอาการปวดหัว บำบัดอาการปวดประสาทอย่างรุนแรง บำบัดโรคทีเกี่ยวกับลำไส้อุดตัน

10. หินสีม่วง เสริมสร้างความเข้มแข็งของจิตใจ เพิ่มพลังความคิดสร้างสรรค์ กระตุ้นพรสวรรค์ด้านศิลปะ ช่วยยกระดับจิตใจ บำบัดอาการทางประสาท ลดอาการนอนไม่หลับ ลดความวิตกกังวล อาการซึมเศร้า กระตุ้นการฟอกเลือดและการสร้างเม็ดเลือดใหม่

11. หินสีส้ม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ สร้างทัศนคติในด้านดี เสริมให้บุคลิกภาพดีขึ้น กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น เพิ่มกำลังใจ ลดความรู้สึกท้อแท้ เสริมสร้างความรัก ทำให้จิตใจมีความโอบอ้อมอารี ช่วยเรื่องระบบย่อยอาหารและระบบขับถ่าย ลดความเครียด ให้พลังแก่ร่างกาย

12. หินสีดำ เยียวหาความรู้สึกร้อนไหวและเปราะบาง เพิ่มความมั่นคงทางจิตใจ ขจัดพลังด้านลบในจิตใจได้สำนึก กระตุ้นจินตนาการ ทำจิตใจให้สงบนิ่ง ลดอาการหวาดกลัวในจิตใจ ทำให้เกิดความกล้า กล้าพูดกล้าทำในสิ่งที่ต้องการ

จุฑามาศ ณ สงขลา (2555) ยังได้กล่าวถึงการแบ่งคุณสมบัติหิน โดยเชื่อว่าการเลือกหินให้ถูกต้องตามเรื่องที่มีความปรารถนา จะนำมาซึ่งโชคลาภ ความเป็นสิริมงคล และความอุดมสมบูรณ์มาสู่ชีวิตของผู้ที่สวมใส่ ดังนี้

1. ด้านสุขภาพ หินจะมีพลังแม่เหล็กและมีพลังในการเยียวยารักษาแฝงอยู่ในตัว โดยหินจะแผ่พลังสนามแม่เหล็กออกมารอบตัวและพลังดังกล่าวจะซึมซาบเข้าสู่ร่างกายจนสามารถสร้างสมดุลให้แก่ร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณได้ ซึ่งหินที่มีคุณสมบัติในการบำบัดโรคมีอยู่หลายชนิด เช่น ลาพิซลาซูลี (Lapis Lazuli) ควอตซ์ (Quartz) อำพัน (Amber) ฟลูออไรต์ (Fluorite) คาร์เนเลียน (Carnelian) บลัดสโตน (Bloodstone) อเมทิสต์ (Amethyst) ซิทรีน (Citrine) เทอร์คอยส์ (Turquoise) แคลไซต์ (Calcite) ฯลฯ

2. ด้านการทำงาน ในการทำงานนอกจากตัวงานที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสำเร็จและความก้าวหน้าแล้ว ความสัมพันธ์ในที่ทำงานถือเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความก้าวหน้า หินที่มีคุณสมบัติในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การทำงาน เช่น อะเกต (Agate) มรกต (Emerald) ทัวร์มาลีนสีเขียว (Green Tourmaline) ควอตซ์ (Quartz) ฯลฯ เชื่อว่าหินเหล่านี้จะทำให้มีเสน่ห์และเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น พร้อมยังช่วยประสานความสัมพันธ์ได้อีกด้วย

3. ด้านครอบครัว การเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนในบ้านจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น หินที่มีคุณสมบัติในการชะล้างความคิดในแง่ลบและช่วยยกระดับอารมณ์และจิตใจ เช่น โรโดโครไซต์ (Rhodochrosite) แจสเปอร์ (Jasper) ปะการัง (Coral) โกเมน (Garnet) โรสควอตซ์ (Rose Quartz) นูซซาควัม (Yellow Sapphire) มูนสโตน (Moonstone) ทับทิม (Ruby) บลัดสโตน (Bloodstone) ฯลฯ

4. ด้านความรัก หินที่มีพลังในการเสริมสร้างความรัก ผู้สวมใส่ได้รับความรักที่มั่นคงและแท้จริง เช่น หินที่มีสีเหลือง ส้ม ขาว ชมพู หรือแดง เช่น ไข่มุก (Pearl) คาร์เนเลียน (Carnelian) ทับทิม (Ruby) โรโดโครไซต์ (Rhodochrosite) โรสควอตซ์ (Rose Quartz) มูนสโตน (Moonstone) ทัวร์มาลีนสีชมพู (Pink Tourmaline or Rubellite) บลัดสโตน (Bloodstone) ฯลฯ

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า หินสีมีแหล่งกำเนิดตามธรรมชาติ มีหลากหลายสีและหลากหลายชนิด ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องประดับเพื่อความสวยงามและเป็นเครื่องรางในการบำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ ตามความเชื่อมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์

วันชัย แซ่ชู (2561) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ซึ่งลักษณะเหล่านี้มีความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ทำให้ความต้องการที่จะได้รับการบริการหรือพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อใช้สร้างให้เกิดพฤติกรรมความต้องการให้ตรงตามกลุ่ม

จากข้อมูลสถิติประชากรในปี พ.ศ. 2563 ระบุว่า มีจำนวนประชากรทั้งประเทศ 66.19 ล้านคน โดยแบ่งตามช่วงอายุ 0-14 ปี มีจำนวนประชากรชาย 5,512,470 คน หญิง 5,209,331 คน คิดเป็น 16.20% ช่วงอายุ 15-24 ปี มีจำนวนประชากรชาย 4,333,814 คน หญิง 4,151,876 คน คิดเป็น 12.82% ช่วงอายุ 25-54 ปี มีจำนวนประชากรชาย 14,584,071 คน หญิง 14,963,073 คน คิดเป็น 44.64% ช่วงอายุ 55-64 ปี มีจำนวนประชากรชาย 3,891,464 คน หญิง 4,466,079 คน และช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป มีจำนวนประชากรชาย 3,409,472 คน หญิง 4,485,814 คน คิดเป็น 11.93% (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2564)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ เป็นสถิติที่วัดได้ของประชากร ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย สามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะกำหนดลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้แก่

1. เพศ อธิบายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่ต่างกัน อาจแตกต่างกันในเรื่องความคิด ทศนคติ และค่านิยม เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นสิ่งที่ทำให้ความคิดและพฤติกรรมของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน เช่น ประสบการณ์การใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อแตกต่างกัน โดยคนอายุมากอาจจะนิยมใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารที่มีสาระมากกว่าความบันเทิง ในขณะที่คนที่อายุน้อยอาจจะชื่นชอบความบันเทิงมากกว่า

3. การศึกษา เป็นสิ่งที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงมักจะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล สิ่งเหล่านี้ถือมีอิทธิพลสำคัญ เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. สถานภาพ หมายถึง การครองเรือน แบ่งเป็น โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของคนได้ เช่น คนโสด การตัดสินใจมักจะเกิดขึ้นโดยตัวเอง ในขณะที่คนที่สมรสแล้วจะมีการตัดสินใจร่วมกันกับคู่สมรส ซึ่งมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิด การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน

ลัดดา วัฒนชะวีระกุล (2554) ได้เขียนและเรียบเรียงถึงความหมายของประชากรศาสตร์ไว้ว่า ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง การศึกษาเรื่องประชากรมนุษย์ ที่เกี่ยวกับขนาด โครงสร้างอายุ เพศ การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากร ได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น

การกระจายตัว (Population Distribution) หมายถึง การที่ประชากรกระจายกันอยู่อาศัยตามพื้นที่ภูมิศาสตร์ ซึ่งอาจแบ่งพื้นที่ภูมิศาสตร์ออกตามหน่วยการบริหาร หรือหน่วยการปกครองเป็นเขต เมือง ชนบท หรือตามลักษณะพื้นที่อย่างอื่น

การเปลี่ยนแปลงประชากร (Population Change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงขนาด (Size) โครงสร้าง (Structure) และการกระจายตัว (Distribution) ของประชากรในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง การเปลี่ยนแปลงประชากรเป็นผลมาจากมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนประกอบ 3 ประการ ได้แก่ การเกิด (Birth) การตาย (Death) และการย้ายถิ่น (Migration) และปฏิสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบเหล่านี้

จำนวนประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป = จำนวนเกิด + จำนวนย้ายเข้า - จำนวนตาย - จำนวนย้ายออก

นิพนธ์ เทพวัลย์ (2523) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์มีขอบเขตการศึกษาใน 4 ประเด็น ได้แก่

1. การศึกษาเกี่ยวกับขนาดของประชากร คำว่า ขนาด หมายถึง จำนวนหน่วยในการนับประชากร เช่น จำนวน-คน ซึ่งในประเด็นนี้จะเป็นการศึกษาให้ทราบว่า ณ พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง มีขนาดประชากรเท่าใด ใหญ่หรือเล็กกว่าในอดีต และจะมีขนาดเท่าใดในอนาคต

2. การศึกษาเกี่ยวกับการกระจายของประชากร คำว่า การกระจาย หมายถึง การจัดกลุ่มของประชากรในพื้นที่หนึ่ง จะเป็นในลักษณะทางภูมิศาสตร์หรือเขตที่อยู่อาศัยก็ได้ในเวลาที่กำหนด ฉะนั้นในประเด็นนี้จึงศึกษาว่า ประชากรกระจายออกไปตามลักษณะภูมิศาสตร์หรือเขตที่อยู่อาศัยอย่างไร เช่น ภูมิภาค จังหวัด ชนบท ในเมือง อะไรเป็นสาเหตุของการกระจายดังกล่าว และมีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างที่เกิดขึ้นจากการกระจายของประชากรดังกล่าว

3. การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบประชากร ในประเด็นนี้เป็นการศึกษาถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของประชากรที่รวมกลุ่มกัน ณ พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เช่น เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ รายได้ อาชีพ

4. การศึกษาองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากร คำว่า การเปลี่ยนแปลงทางประชากร หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนประชากรทั้งหมด หรือของประชากรในโครงสร้าง (Structure) บางส่วน การเปลี่ยนแปลงทางประชากรทั้งหมดได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น ส่วนโครงสร้างนั้นเป็นการกระจายของประชากรตามเพศและอายุ

ยูล เบญจรงค์กิจ (2542) ได้อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย และอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) ยังได้อธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย โดยการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์จะชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงของตลาด

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สามารถกำหนดกลุ่มผู้บริโภคกำไรได้เป็นอย่างดี

แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบการดำเนินชีวิต

ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

Solomon (2013) กล่าวถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตในเชิงผู้บริโภคไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และซื้อของที่คล้ายกัน ดังนั้นนับเป็นโอกาสที่ดีของนักการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์หรือผลิตสินค้าให้ตรงกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มคนต่าง ๆ เหล่านี้

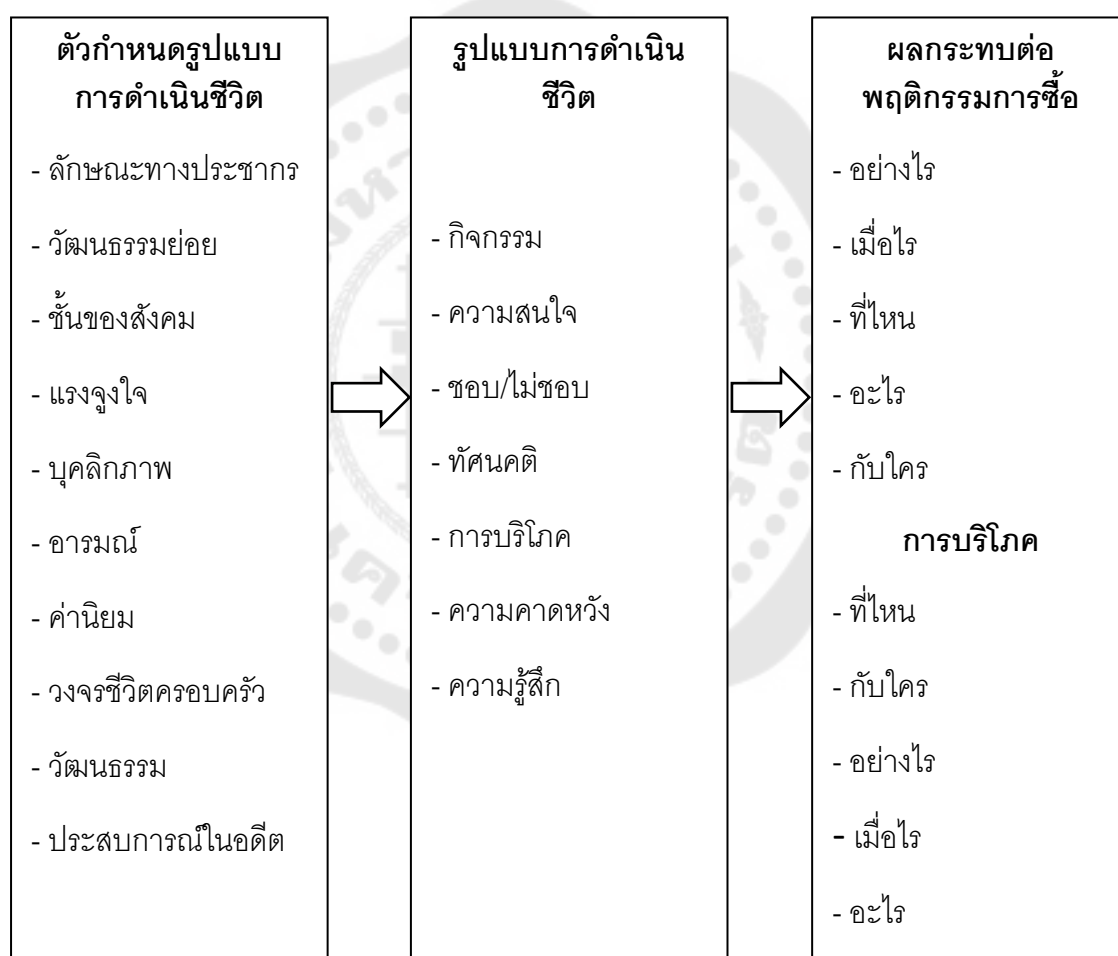
และถือเป็นลักษณะทางจิตวิทยาอย่างหนึ่ง ซึ่งหมายถึง รูปแบบพฤติกรรมการบริโภค (Pattern of Consumption) ที่สะท้อนให้เห็นถึงการที่ผู้บริโภคเลือกใช้เวลาและเงินของตนไปกับสิ่งต่าง ๆ (Solomon, 2017)

สมจิตร์ ล้วนจำเริญ (2532) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง แบบที่ประชาชนได้ใช้ชีวิต ใช้จ่ายเงินและเวลา แบบการดำรงชีวิตมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ สิ่งจูงใจ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย เพราะคนเราเกิดมาต้องใช้ชีวิตที่สัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ ภายนอกตัว ประกอบกับการใช้ชีวิตที่ได้รับอิทธิพลมาจากความเป็นบุคลิกภาพของของตัวเองที่ผลักดันให้เกิดรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นมา ดังนั้นรูปแบบการดำรงชีวิตของคนจึงสามารถแตกต่างกันออกไปได้

Kotler (2000) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่ง ๆ คือรูปแบบการดำเนินชีวิตในโลกที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้น ๆ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเขาทั้งหมด

Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับด้านจิตใจ ได้แก่ ทศนคติ ความเชื่อ ความคิดเห็น บุคลิกภาพ การวิเคราะห์ และศึกษาเรื่องกิจกรรมหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงค่านิยม เป็นผลของการแสดงออกของความรู้สึกภายในของบุคคล ซึ่งเป็นวิธีที่บุคคลเลือกที่จะอยู่ พยายามให้มีรายได้และมีความสามารถที่ถูกแรงจูงใจอย่างมากจากสถานะทางสังคมและความปรารถนาภายในของบุคคลเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนซึ่งรวมถึงสินค้าที่เราซื้อ วิธีที่เราใช้ซื้อสินค้า และวิธีคิดเกี่ยวกับสินค้าเป็นบทสรุปของการตัดสินใจในอดีตและเป็นการวางแผนในอนาคต เป็นภาพรวมทั้งหมดของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของคนนั้น ๆ และเป็นประโยชน์ต่อการแบ่งส่วนการตลาด วิธีการวัดและแบ่งกลุ่มการตลาดตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ถูกสร้างขึ้น เป็นผลของลักษณะต่าง ๆ ของ พฤติกรรมและทัศนคติต่าง ๆ ทั้งที่มีความขัดแย้งและไม่แน่นอนในชีวิตของแต่ละบุคคล ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่จะวัดลักษณะของกลุ่มคนจากการศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ต่างกันของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เรียกว่า การศึกษาแบ่งกลุ่มตามลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นการวัด องค์ประกอบ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ในลักษณะกว้าง ๆ จนถึงลักษณะเฉพาะเจาะจงของสินค้า ซึ่งเป็นพฤติกรรมของรูปแบบการดำเนินชีวิตนั่นเอง

จุฑามาศ พาณิชยรังสี (2549) ได้กล่าวอธิบายถึงการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตมุ่งตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายด้านสังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรม ที่สะท้อนถึงวิธีการที่แต่ละบุคคลมีแนวโน้มจะตัดสินใจในการบริโภคหรือไม่บริโภคสิ่งใด โดยแนวคิดนี้เป็นลักษณะของการที่คนเราจะกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับทัศนคติในรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรากำลังดำเนินอยู่ที่เราต้องการหรือคิดที่จะเป็น ซึ่งในการวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคลจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ส่งผลต่อการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปของกลุ่มเป้าหมาย



ภาพประกอบ 3 แสดงรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค

ที่มา: ดารา ทีปะปาล (2542, น. 170)

จากภาพแสดงให้เห็นว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตถูกกำหนดด้วยปัจจัยหลายประการ ประกอบด้วย ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Past Experience) ลักษณะบางอย่างที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด (Innate Characteristics) และสถานการณ์ในปัจจุบัน (Current Situation) สิ่งดังกล่าวเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior) ทุกคนจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง และจะได้รับการปรุงแต่งขัดเกลาโดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ไปตามลำดับขั้นตอนของวงจรชีวิต

ดังนั้นรูปแบบการดำเนินชีวิตจึงมีลักษณะไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา หากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นตัวใดตัวหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงไป แต่โดยส่วนใหญ่บุคคลจะรักษารูปแบบการดำเนินชีวิตของตนไว้ หรือถ้าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงก็จะมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

Plummer (1974) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตประเมินโดยใช้ลักษณะทางจิตวิทยาทางสังคม ด้วยการวิเคราะห์ "AIO" มีดังนี้

A คือ กิจกรรม หมายถึง ปฏิกริยาที่แสดงออก เช่น การจับจ่ายซื้อสินค้า เข้าร่วมชมงานแสดง ดุไรท์ทัศน์ หรือมีส่วนร่วมในบทสนทนาต่าง ๆ

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์ หรือวัตถุ โดยมีระดับของความตื่นเต้นที่เกิดขึ้น เมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษ

O คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียนตอบที่ใช้เพื่ออธิบาย แปลความหมาย การคาดคะเน และการประมาณค่า

Antonides and Raaij (1998) ได้ให้ความหมายองค์ประกอบของ AIO ไว้ 3 ประการ ดังนี้

กิจกรรม (Activities) หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัด เป็นส่วนที่กำหนดว่าบุคคลใช้เวลาทำอะไร มีสันทนาการอะไร เช่น กีฬาชนิดไหนที่เขาฝึกฝน มีการซื้อสินค้ามากน้อยแค่ไหนและที่ใด มีการออกไปนอกบ้านมากน้อยแค่ไหน หรืออยู่บ้านมากน้อยเพียงใด การพบเพื่อน พบญาติ กิจกรรมมีวัตถุประสงค์อะไรและคุณค่าที่เป็นจริงคืออะไร

ความสนใจ (Interests) หมายถึง ความต้องการที่จะเข้าใจและเรียนรู้ในสิ่งต่าง ๆ ด้วยความพอใจ และให้ความสำคัญในส่วนนั้นเป็นระดับความตื่นเต้นที่เกิดขึ้น พร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือใส่ใจแบบต่อเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ความสนใจเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคลที่เขาชอบกระทำ บุคคลจะสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เขาชอบ สื่อมักจะได้รับการแบ่งกลุ่มเพื่อให้ตรงกับลักษณะความสนใจของผู้บริโภค เช่น เรื่องการเมือง กีฬา งานอดิเรก การท่องเที่ยว ดนตรี

ความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบนพื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง และสภาพแวดล้อมเป็นคำตอบของแต่ละบุคคล ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นเปรียบเสมือนเป็นคำถามในลักษณะการตีความ การคาดหวัง และการประเมินผลดีผลเสีย เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ บุคคลต่าง ๆ สินค้าต่าง ๆ รัฐบาล นักการเมือง ประเทศ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจะสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Assael (1998) กล่าวถึงความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ว่าเป็นโครงสร้างโดยรวมของการใช้ชีวิต กล่าวได้ว่าการที่บุคคลเลือกใช้เวลา การใช้จ่ายเงิน และวิธีที่คนเราเลือกจะใช้เวลาว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตจะเป็นตัวสะท้อนกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสามารถสะท้อนค่านิยมของแต่ละบุคคลออกมาทางกิจกรรม หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัวบุคคล ซึ่งสามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นบุคลิกภาพทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics)

Reimer (1995) กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคเลือกกระทำตามวิถีชีวิตของตน วิถีชีวิตของแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยด้านจิตวิทยา (เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม และการเรียนรู้) และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (เช่น ครอบครัว ชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม) วิถีชีวิตของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันนี้จะมีผลทำให้พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลแตกต่างกันด้วย อย่างไรก็ตาม วิถีชีวิตจะไม่คงที่แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

การวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยการใช้การวัด AIO

การแบ่งส่วนตลาดเรื่องจิตนิสัย จิตวิทยา หรือตามรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นที่นิยมมากขึ้นเนื่องจากชี้ให้เห็นถึงลักษณะของผู้บริโภค และอธิบายลักษณะทางจิตวิทยาที่ละเอียดและแม่นยำกว่าการแบ่งส่วนตลาดเรื่องประชากรศาสตร์ ส่วนลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) เป็นเทคนิคหนึ่งที่ใช้อธิบายหรือวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต เทคนิคดังกล่าวสามารถวัดในเชิงปริมาณและใช้กับตัวอย่างที่มีจำนวนมากได้ (Engel, Blackwell, & Miniard, 1993) โดยเทคนิคนี้จะใช้การวัด AIO (Activities, Interests and Opinions) ประกอบด้วยกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) มาใช้ในการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังตัวอย่างของ AIO และสถิติประชากรที่ใช้ในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต

ตาราง 1 แสดงตัวอย่างของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น และประชากรศาสตร์

กิจกรรม	ความสนใจ	ความคิดเห็น	ประชากรศาสตร์
Activities	Interests	Opinions	Demography
การทำงาน (Work)	ครอบครัว (Family)	ต่อตัวเอง (Themselves)	อายุ (Age)
งานอดิเรก (Hobbies)	บ้าน (Home)	ปัญหาสังคม (Social Issues)	การศึกษา (Education)
กิจกรรมสังคม (Social Events)	งาน (Job)	การเมือง (Politics)	รายได้ (Income)
วันหยุดพักผ่อน (Vacation)	การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	ธุรกิจ (Business)	อาชีพ (Occupation)
การบันเทิง (Entertainment)	การพักผ่อน (Recreation)	เศรษฐกิจ (Economic)	ขนาดของครอบครัว (Family size)
สมาชิกสโมสร (Club Membership)	แฟชั่น (Fashion)	การศึกษา (Education)	ที่อยู่อาศัย (Dwelling)
การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	อาหาร (Food)	ผลิตภัณฑ์ (Product)	ภูมิศาสตร์ (Geography)
การเลือกซื้อ (Shopping)	สื่อ (Media)	อนาคต (Future)	ขนาดเมือง (City size)
การเล่นกีฬา (Sports)	ความสำเร็จ (Achievements)	วัฒนธรรม (Culture)	วงชีวิตของครอบครัว (Stage in life cycle)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า การใช้ชีวิตของคนจะอยู่กันเป็นกลุ่มก้อน มีกฎที่กำหนดให้ทุกคนทำตาม การกระทำของแต่ละคนจะเป็นไปในทางเดียวกัน ไม่เพียงเท่านั้น เมื่อกลุ่มชั้นทางสังคมอยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน ก็จะทำอะไรที่ไปในทิศทางเดียวกัน คนที่เป็นสมาชิกของชั้นทางสังคมและวัฒนธรรมจะปรับการใช้ชีวิต ตลอดจนแบบแผนของการใช้สินค้าต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อใช้ในสังคม แบบแผนดังกล่าวจะเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyles)

1. บทบาททางสังคม (Social Roles) โครงสร้างความสัมพันธ์ของบทบาทภายในครอบครัวของคนไทยเปลี่ยนไปจากเมื่อก่อนมาก แต่เดิมผู้หญิงอยู่กับบ้านและตัดสินแต่เรื่องภายในบ้าน ผู้ชายมักจะทำหน้าที่ซื้อของมาให้ แต่ในปัจจุบันผู้หญิงได้รับการศึกษาที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้หญิงมีบทบาทและมีอำนาจการซื้อในตลาดสูงทีเดียว ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของการใช้ชีวิตแบบครอบครัวของคนไทย ปัจจุบันทุกคนในครอบครัวมีบทบาทและการตัดสินใจซื้อของให้กับครอบครัวมากขึ้น เมื่อมีการเลือกซื้อไหน ก็จะมีการตัดสินใจร่วมกัน

2. เวลาสำหรับการพักผ่อน (Leisure Time) ปัจจุบันการทำงานของคนเราน้อยลงเหลือเพียง 5 วันต่อสัปดาห์ ดังนั้นปรัชญาของการใช้เวลาพักผ่อนจึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในทุกวันนี้ คนไทยให้ความสนใจในเรื่องของกิจกรรม กีฬา และการพักผ่อน เช่น การไปเที่ยวทะเล สนใจศิลปะ ดนตรี การแสดง การออกไปหาอาหารรับประทานนอกบ้าน การเพิ่มเวลาพักผ่อน จะนำไปสู่การใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิม ตั้งแต่การใช้ชีวิตคู่หลังแต่งงาน การใช้ชีวิตกับครอบครัว เป็นต้น

3. ช่วงเวลาของชีวิต (Period of Life) ในขณะที่มีการให้ช่วงเวลาของชีวิตหมุนไปเร็วขึ้น คนแต่ละคนจะไม่อยากรอเวลา ความต้องการในการซื้อสินค้า แม้ว่าจะไม่มีเงินในการจับจ่ายมาเป็นเจ้าของก็ตาม แนวโน้มดังที่กล่าวมานี้จะเพิ่มความสำคัญในการกู้เงิน ตลอดจนการขาย ผ่อนสินค้าของบริษัท นอกจากนี้บริษัทต้องมีเครื่องมือที่อำนวยความสะดวก ระบบอัตโนมัติและเครื่องจักร มีเครื่องไว้สำหรับขายและบรรจุ คอยผลิตสินค้าประทับตรา เพื่อส่งสินค้าให้ลูกค้าที่ต้องการได้

4. การเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Mobility) การเคลื่อนไหวทางสังคมเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของการใช้ชีวิตของผู้บริโภค เช่น การเปลี่ยนอาชีพไปทำอีกอาชีพหนึ่งซึ่งมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น การเรียนต่อหรือเพิ่มวุฒิทางการศึกษาจะเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้เรามีรสนิยมที่เปลี่ยนไป ในบางที่อาจทำให้ระดับทางสังคมของเราเพิ่มมากขึ้น และเป็นเหตุให้คนหางานที่รายได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ในปัจจุบันแบบแผนการใช้จ่ายในครอบครัวได้เปลี่ยนแปลงไป โดยขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคมากกว่ารายได้ที่มีอยู่ เราจะเห็นได้จากการขอใช้สินเชื่อที่มีเพิ่มมากขึ้น คนชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้น การเคลื่อนย้ายภูมิศาสตร์มีมากขึ้น คนต่างถิ่นเข้ามาอาศัยในเมืองใหญ่โดยเฉพาะเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร แบบการใช้ชีวิตของแต่ละคนนำไปสู่การแสดงออกของสถานการณ์ ค่านิยม ประสบการณ์ชีวิต ทศนคติ การใช้ชีวิตต่าง ๆ ที่ได้รับอิทธิพลมาจากครอบครัว ไม่ว่าจะเพื่อนหรือครอบครัว

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ถึงพฤติกรรมของบุคคลที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันกับมุมมองการสวมใส่กำไลหินสีในชีวิตประจำวัน

แนวคิดและทฤษฎีคุณค่า

การรับรู้คุณค่า

คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้อธิบายตามพื้นฐานทฤษฎีค่านิยมบริโภค (Theory of Consumption Values) Sheth, Newman, and Gross (1991) เน้นการอธิบายแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้าน “คุณค่าในสายตาของผู้บริโภค (Consumer Perceived Value : CPV)” คือ การประเมินประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพของสิ่งที่ได้รับกับต้นทุนที่ต้องสูญเสียไป (Hellier, Geursen, Carr, & Rickard, 2003) (Zeithaml, 1988) เช่น การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เสียไปเพื่อแลกเปลี่ยน หรือทำให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ การเปรียบเทียบความคาดหวังในสินค้าหรือบริการก่อนการได้มากับสิ่งที่ได้รับจากการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ หรือกล่าวได้ว่าเป็นการประเมินความคุ้มค่าของการได้มาซึ่งสินค้าและบริการ (Ruth & James, 1991) เป็นความพยายามในการประเมินมูลค่าสุทธิที่ผู้บริโภคเห็นว่าได้รับตอบแทนเมื่อทำการชั่งน้ำหนักกับสิ่งที่จะได้รับอะไรคือสิ่งที่เสียไปในการแลกเปลี่ยน (Robert, 1997)

Ittner and Larcker (1996) กล่าวว่า คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้มีความสำคัญต่อการตลาด เนื่องจากสามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคและนำไปสู่พฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องมีการระบุองค์ประกอบของประสบการณ์ผู้บริโภคในระหว่างกระบวนการซื้อสินค้าและบริการ และประมาณการว่าการรับรู้คุณค่าในองค์ประกอบประสบการณ์นั้นส่งผลต่อผู้บริโภคอย่างไร ผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การรับรู้คุณค่าส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค และพฤติกรรมหลังซื้อของผู้บริโภค และยังส่งผลทางอ้อมต่อพฤติกรรมหลังการซื้อโดยผ่านความพึงพอใจของผู้บริโภค และยังพบว่า คุณค่าการรับรู้มีน้ำหนักมากกว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคในการกำหนดพฤติกรรมหลังการซื้อของผู้บริโภค

Zeithaml (1988) กล่าวว่า คุณค่าที่รับรู้ได้เกิดจากการกำหนดและการประเมินโดยลูกค้าว่า สิ่งที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นเหมาะสมหรือไม่ เมื่อพิจารณาจากความรู้สึก ภาวลักษณะ ราคา และคุณภาพ (J. C., Geoffrey, & Lester W, 1999) ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณค่าที่รับรู้ของผู้ใช้บริการแต่ละคน ทั้งนี้คุณค่าที่รับรู้ได้แสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างสิ่งที่จะได้รับและสิ่งที่เสียไปว่า สิ่งนั้นคุ้มค่าหรือเหมาะสมกับสิ่งที่เสียไปหรือไม่ และคุณค่าที่รับรู้ของมูลค่า

ผลิตภัณฑ์จะถูกผู้บริโภคตัดสินเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยการตัดสินเปรียบเทียบนี้จะแตกต่างกันไปตามแต่ละผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ (Jamie, Aron, & Dennis, 2015) ว่าความแตกต่างระหว่างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับการเป็นเจ้าของและการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการได้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นอย่างไร (Philip & Kevin, 2009)

Sheth et al. (1991) J. C. and Geoffrey (2001) กล่าวว่า องค์ประกอบการรับรู้คุณค่าของลูกค้าตามแนวความคิดการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ประกอบด้วย คุณค่าทางด้านการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) คุณค่าทางความรู้ความคิด (Epistemic Value) และคุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional Value) โดยการรับรู้คุณค่าด้านหน้าที่และการปฏิบัติงาน (Functional Value) เป็นการรับรู้เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการในด้านลักษณะที่ต้องการประโยชน์ และรูปแบบการใช้งานจากคุณภาพ ประสิทธิภาพ ด้านราคา และคุณค่าด้านราคาเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าและบริการ ด้านการรับรู้คุณค่า ด้านค่านิยมทางสังคม (Social Value) เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากความสามารถของสินค้าหรือบริการที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้ทางสังคม ด้านการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากความรู้สึก อารมณ์ที่สินค้าและบริการสร้างขึ้น (J. C. & Geoffrey, 2001) ส่วนการรับรู้คุณค่าทางความรู้ความคิดใหม่ (Epistemic Value) เป็นการรับรู้ประโยชน์ที่มาจากความอยากรู้อยากลองสิ่งใหม่ เป็นสินค้าและบริการที่ให้ความรู้สึกใหม่หรือแตกต่างแก่ลูกค้า และด้านการรับรู้คุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional Value) เป็นการรับรู้ประโยชน์ที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในการตัดสินของลูกค้าจากคุณค่าที่ลูกค้าได้รับแตกต่างกันออกไป ทำให้รู้สึกว่าคุ้มค่าจากสถานการณ์หรือบริบทเฉพาะที่ลูกค้าพบเจอ (Sheth et al., 1991)

แนวคิดและทฤษฎีบุคลิกภาพ

ความหมายของบุคลิกภาพ

สิริภรณ์ ระวังงาน (2553) กล่าวว่า บุคลิกภาพตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า "Personality" ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า "Persona" มาจากคำว่า Per + Sonare ซึ่งแปลว่า หน้ากาก ใช้สำหรับสวมหน้าของตัวละครเวลาออกแสดง หน้ากากจะได้รับการดัดแปลงอย่างดี เพื่อให้ผู้เล่นพบกับคนดูได้สะดวก และเพื่อใช้สื่อความหมายว่าตัวละครนั้นแสดงเป็นตัวอะไรและมีความรู้สึกเช่นไร จากความหมายข้างต้น บุคลิกภาพของบุคคลจึงหมายถึงหน้ากากของตัวละคร

เพราะในชีวิตจริงของบุคคลจะต้องแสดงพฤติกรรมที่ต่างกันไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับการสวมหน้ากากที่ต้องแสดงบทบาทไปตามบทที่ได้รับเช่นกัน

รุ่งอรุณ สมเคราะห์ (2550) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่กลายมาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคล โดยบุคลิกภาพจะแสดงถึงลักษณะภายนอกซึ่งเป็นสิ่งสังเกตเห็นได้ง่าย เช่น กิริยามารยาท วิธีการพูดจา การแสดงตัว และลักษณะภายใน ซึ่งเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้ยาก เช่น ค่านิยม ความสนใจ ความถนัด ที่มาของบุคลิกภาพมาจากหลายแหล่ง เช่น พันธุกรรม การเรียนรู้ และสภาพแวดล้อม

Assael (1995) กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือ รูปแบบของพฤติกรรมหรือนิสัยที่เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล มีความมั่นคงและแปรเปลี่ยนได้ยาก อันเป็นผลมาจากจิตใต้สำนึกของบุคคล บุคลิกภาพถือเป็นปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคลและมีความสำคัญต่อพฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภค นักการตลาดในปัจจุบันจึงพยายามเข้าใจถึงบุคลิกภาพ เพื่อใช้ในการเข้าใจถึงผู้บริโภค และสามารถวางแผนทางการตลาดต่าง ๆ ได้ เช่น การวางตำแหน่งของสินค้า (Product Positioning) และการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) แต่อย่างไรก็ดี บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลต้องใช้เวลาในการศึกษามาก เนื่องจากบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมีความหลากหลาย แตกต่างกัน และเปลี่ยนแปลงได้ยาก

Schiffman and Kanuk (2010) กล่าวว่า บุคลิกภาพมีคุณสมบัติสำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่

1. บุคลิกภาพสามารถสะท้อนความแตกต่างของแต่ละบุคคลได้ (Personality Reflects Individual Differences) คุณลักษณะภายในทำให้แต่ละบุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไป บุคลิกภาพจึงมีความสำคัญที่จะช่วยจำแนกผู้บริโภคออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้ ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจมีคุณลักษณะทางบุคลิกภาพที่คล้ายคลึงกัน บุคลิกภาพประเภทเดียวกันอาจมีพฤติกรรม การตัดสินใจที่คล้ายกัน

2. บุคลิกภาพคงเส้นคงวาและคงทน (Personality is Consistent and Enduring) บุคลิกภาพของบุคคลทำให้สามารถคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ล่วงหน้า การศึกษาบุคลิกภาพจะช่วยทำให้ทราบว่า บุคลิกภาพแบบใดที่จะตอบสนองต่อสินค้า

3. บุคลิกภาพสามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Personality Can Change) การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปอาจส่งผลให้บุคลิกภาพเกิดการเปลี่ยนแปลง เมื่อเติบโตขึ้น บุคลิกภาพของผู้บริโภคจึงเปลี่ยนไปตามวัย

Carl G. Jung นักจิตวิทยาชาวสวิสเซอร์แลนด์ ได้ก่อตั้งแนวความคิดทฤษฎีบุคลิกภาพ (ศูนย์ให้คำปรึกษาและการสะกดจิตด้วยเทคนิค NLP, 2564) โดยให้คำอธิบายไว้ดังนี้

1. โครงสร้างบุคลิกภาพ (Structure of Personality) บุคลิกภาพคือจิต (Psyche) ซึ่งประกอบด้วยระบบต่าง ๆ มาทำงานรวมกัน ได้แก่

1.1 อีโก้ เป็นศูนย์กลางแห่งบุคลิกภาพของบุคคลซึ่งอยู่ในส่วนของจิตสำนึก (Conscious) ซึ่งประกอบไปด้วยความจำ ความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจ และการมีสติ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่บุคคลจะสามารถรับรู้เกี่ยวกับตนเองได้ตลอดเวลา จึงเท่ากับว่าอีโก้เป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล

1.2 จิตใต้สำนึกส่วนบุคคล (Personal Unconscious) เป็นส่วนที่ประกอบไปด้วยประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เคยอยู่ในจิตสำนึกมาก่อน แต่ได้ถูกกดลงสู่จิตใต้สำนึก (Unconscious) ด้วยกลไกทางจิต

1.3 จิตใต้สำนึกส่วนที่สะสมประสบการณ์ในอดีตชาติ (Collective Unconscious) จิตใต้สำนึกส่วนนี้จะทำหน้าที่สะสมประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ทุกคนได้รับเป็นมรดกสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ตั้งแต่เริ่มต้นมีมนุษย์เกิดขึ้นภายในโลกเป็นครั้งแรก ด้วยเหตุนี้จึงเชื่อว่ามนุษย์ทุกคน ทุกตระกูล ทุกเชื้อชาติ และทุกเผ่าพันธุ์ต่างก็มีประสบการณ์ในจิตใต้สำนึกส่วนที่สะสมประสบการณ์ในอดีตชาติที่เป็นต้นฉบับเดียวกันทั้งสิ้น โดยบันทึกเป็นข้อมูลอยู่ในสมองแล้วถ่ายทอดกันมารุ่นต่อรุ่นยาวนานตลอดจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ในการแสดงพฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์ทั่วโลก จึงอธิบายจากต้นฉบับที่ถูกบันทึกไว้ตั้งแต่อดีตชาติได้เหมือนกันหมด

1.4 หน้ากาก (Persona) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่จะต้องแสดงบทบาทไปตามความคาดหวังของสังคม และเป็นไปตามขนบธรรมเนียมประเพณีตามที่สังคมกำหนด หรือเป็นการแสดงออกเพื่อให้ได้รับการยอมรับและสร้างความประทับใจแก่บุคคลอื่น ดังนั้นในบางครั้งบุคลิกภาพของบุคคลที่เกิดจากการใช้หน้ากาก จึงอาจจะมี ความขัดแย้งกับบุคลิกภาพที่แท้จริงภายในตัวบุคคลนั้นได้

1.5 ลักษณะช่อนเร้น (Anima or Animus) มนุษย์มีลักษณะทั้งสองเพศอยู่ในคนคนเดียวกัน โดยจะเห็นได้จากการที่เพศชายมีความนุ่มนวลและอ่อนโยนซึ่งเป็นลักษณะของเพศหญิงอยู่ในตัว เรียกลักษณะเช่นนี้ว่าแอนิมา (Anima) ส่วนผู้หญิงจะมีความเข้มแข็ง กล้าหาญและเด็ดขาดซึ่งเป็นลักษณะของเพศชายช่อนเร้นอยู่ในตัวเช่นกัน เรียกลักษณะเช่นนี้ว่าแอนิมัส (Animus) จากลักษณะทั้งสองเพศที่ช่อนเร้นอยู่ในนี้จึงทำให้ผู้ชายเข้าใจธรรมชาติของผู้หญิง และผู้หญิงก็มีความเข้าใจธรรมชาติของผู้ชายได้ด้วยตนเอง

1.6 เงาแฝง (Shadow) เป็นภาพหรืออารัตไต้ปฐูปแบบหนึ่งท่ก่อดัวมาจาก สัตว์ก่อนจะมีวิวัฒนาการมาเป็นมนุษย์ หรืออาจกล่าวได้ว่าเงาแฝงเป็นสัญชาตญาณของสัตว์ที่จะ ส่งผลให้มนุษย์แสดงความชั่วร้าย ก้าวร้าว และป่าเถื่อน รวมทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ขัดแย้งกับ กฎหมาย ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีของสังคม เงาแฝงเหล่านี้จะถูกควบคุมและปกปิดโดย หน้ากาก หรือเก็บกดไว้ในจิตใต้สำนึก

2. ลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล โดยแบ่งลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลไว้ 2 ประเภท ได้แก่

2.1 บุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introvert) เป็นบุคลิกภาพของบุคคลที่มีแนวโน้ม เป็นพวกเก็บตัว ชอบความสงบเงียบ ไม่ชอบการเข้าสังคม ซ้ำ่าย พอใจที่จะอยู่เบื้องหลัง ขาด ความมั่นใจในตนเอง ชอบใช้วิธีหนีปัญหามากกว่าเผชิญปัญหา ส่วนดีของบุคลิกภาพแบบเก็บตัว นี้มักจะเป็นบุคลิกของนักประดิษฐ์และนักคิดค้นทั้งหลาย แต่ส่วนเสียมักจะทำเกิดอาการซึมเศร้า แยกตัว และไม่สนใจสังคม

2.2 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extrovert) เป็นบุคลิกภาพประเภทแสดงตัว ชอบเข้าสังคมรักความสนุกสนาน ชอบการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เป็นจริง มี มนุษย์สัมพันธ์ดี กล้าแสดงออก ชอบความเป็นผู้นำ ต้องการเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คบคนง่าย ชอบเผชิญปัญหามากกว่าการหนีปัญหา

แนวคิดความเป็นสิริมงคล

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายของคำว่า สิริ ไว้ว่า ศรี, มิ่งขวัญ, มงคล, เช่น สิริราชสมบัติ, มักใช้เข้าคู่กับคำ มงคล เป็น สิริมงคล (สำนักงานราชบัณฑิตย สภา, 2564) และพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของคำว่า มงคล ไว้ว่า เหตุที่นำมาซึ่งความเจริญ เช่น เรียกเครื่องรางของขลังที่เชื่อว่าจะนำความสุข ความเจริญมาให้หรือป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ว่า วัตถุมงคล (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2564)

สมเด็จพระสังฆราช (อุฎฐายีมหาเถระ จวน) (2534) กล่าวถึง ความหมายของ มงคล ไว้ว่า มงคลนั้นได้แก่เหตุที่ให้เราบรรลุความสุขความเจริญนั่นเอง

จิตติมา อังกรวัชรพันธุ์ (2549) กล่าวถึง สัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของความเป็นสิริมงคลของ ชาวจีนว่ามีอยู่มากมาย นับตั้งแต่เทพเจ้า ต้นไม้ ดอกไม้ ผลไม้ สัตว์หลายชนิด รวมถึงลวดลายของ สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ สิ่งสิริมงคลที่คนมุ่งหวังมากที่สุด คือ โชค ลาก และอายุยืน หรือที่ชาวจีน เรียกว่า ฮก ลก ซิ่ว ซึ่งถือเป็นความหมายด้านสัญลักษณ์ของสิริมงคล ชาวจีนเริ่มรู้จักนำสิ่งของ ดอกไม้ ผลไม้ และสิ่งอื่น ๆ มาเป็นสัญลักษณ์ในการแสดงออกถึงเรื่องสิริมงคลตั้งแต่เมื่อใดนั้นไม่

ปรากฏแน่ชัด แต่ในหนังสือขุนจื่อ ได้กล่าวถึงกลอนบทหนึ่งที่มีการใช้สิ่งของเป็นสัญลักษณ์แทน โดยกล่าวถึง หยกเขียว ว่าเป็นสัญลักษณ์ของอัปมงคล ส่วนหยกขาว ซึ่งแปลว่ากำไลแขน มีความหมายเป็นสิริมงคล นอกจากนี้ในสมัยราชวงศ์ฮั่น มีบทกลอนกล่าวถึงการปกถายนกยวนยัง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์คู่รักหรือสามีภรรยาที่มีความรักใคร่ ไม่มีวันแยกจากกัน

อารยา ธิรมงคลจิต (2556) ได้รวบรวมข้อมูลและอธิบายไว้ว่า ความหมายของคำอัปมงคล ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 มีอยู่หลายความหมาย ได้แก่ เหตุที่นำมาซึ่งความเจริญ เช่น มงคล 38 หรือสิ่งซึ่งถือว่าเป็นสิริและความเจริญมาสู่และป้องกันไม่ให้อันตรายหรือสิ่งเลวร้ายมากล้ากราย นอกจากนี้ยังหมายถึงสิ่งที่ทำเป็นวงด้วยด้ายสำหรับสวมศีรษะเพื่อเป็นสิริมงคล นิยมใช้เฉพาะในเวลาชกมวยไทยหรือตีกระบี่กระบอง หรือใช้เรียกเครื่องรางของขลังที่เชื่อว่าจะนำความสุขความเจริญมาให้ หรือป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ว่า วัตถุมงคลก็ได้

วรรณศิริ ศรีวราชนบูลย์ (2563) ได้กล่าวถึง สิริมงคลในความเชื่อแบบไทย ไว้ว่า ทุกประเทศในโลกมีความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลแตกต่างกันไป ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นสิริมงคล ในวัฒนธรรมไทยเราได้รับอิทธิพลมาจากหลายแหล่ง แต่หากจำแนกแนวทางให้เห็นภาพชัดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องบ้านช่อง เคหสถาน และชีวิตประจำวัน ก็สามารถแบ่งออกเป็นแง่มุมที่น่าสนใจ และนำไปปฏิบัติตามได้ไม่ยาก ดังนี้

ทิศมงคล หมายถึง การออกแบบและจัดองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ในบ้านให้ตรงกับทิศที่ถือว่าเป็นมงคล มีทั้งที่มาจากอิทธิพลความเชื่อแบบพราหมณ์และจากหลักฮวงจุ้ย จึงขึ้นอยู่กับว่า เจ้าของบ้านเลือกใช้ชุดความคิดและความเชื่อจากอิทธิพลไหนเป็นตัวกำหนด โดยทั่วไปบ้านคนไทยจะเลี่ยงการหันหน้าไปทางทิศตะวันตก และไม่หันหัวนอนไปทางทิศตะวันตก แต่ในการจัดวางสิ่งของในบ้านหรือปลูกต้นไม้ให้เป็นมงคล จะมีเรื่องของลัคนาราศีเกิดของเจ้าบ้านมาเป็นตัวพิจารณาด้วย เพราะคนที่เกิดในช่วงเวลาที่ต่างกันจะมีธาตุ และโชคชะตาราศีต่างกัน ทิศที่เป็นมงคลในการวางสิ่งของต่าง ๆ ของแต่ละคนจึงต่างกันไปด้วย

สีมงคล หมายถึง ความเชื่อเรื่องสีมงคลในวัฒนธรรมไทยส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมตามเชื้อชาติ ถ้าเป็นคนไทยเชื้อสายจีน จะเชื่อว่าสีแดงและสีทองคือสีที่เป็นมงคล ในขณะที่สีเหลืองจะสื่อถึงความเป็นผู้ทรงศีลหรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับศาสนา แต่ถ้าเป็นอิทธิพลจากพุทธและพราหมณ์ก็จะต่างออกไปอีก อย่างในการใช้ธูปจุฑามาศ ธูปสีทองจะใช้เพื่อบูชาพระรัตนตรัยหรือพระอรหันต์ ธูปสีม่วงใช้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือดวงวิญญาณลี้ลับ เช่น พระภูมิเจ้าที่ ธูปสีดำใช้บูชาพระราหู นอกจากนี้ยังมีความเชื่อเกี่ยวกับการสวมเสื้อผ้าสีตามวัน และการใช้อัญมณีที่มีสีตรงกับสีวันเกิดเสริมราศี เป็นการสร้างสิริมงคลตามความเชื่อทางโหราศาสตร์

จำนวนและตัวเลขมงคล หมายถึง คนไทยแต่เดิมจะนิยมใช้เลขคู่ในพิธีกรรมหรือกิจกรรมที่เป็นมงคล ส่วนเลขคู่มักใช้ในพิธีกรรมที่เป็นอวมงคล อย่างการนิมนต์พระสงฆ์ในงานมงคลทั่วไป จะนิมนต์พระสงฆ์ 5 รูป 7 รูป 9 รูป เหตุที่นิมนต์เป็นคู่ เพื่อจะได้เป็นคู่เมื่อนับพระพุทธรูปด้วย โดยถือคติว่า พุทธูปมุนี มีพระพุทธรูปเจ้าเป็นประธาน ยกเว้นงานแต่งงาน ตามคติโบราณนิมนต์พระสงฆ์เป็นคู่ คือ 6 รูป 8 รูป 10 รูป เพราะโบราณท่านถือเป็นเคล็ดให้เจ้าบ่าวและเจ้าสาวเป็นคู่กันตลอดไป ไม่แยกกัน แต่ถ้าเป็นงานทำบุญอายุจะนิมนต์พระสงฆ์ให้เกินอายุขึ้นไปอีก เช่น ทำบุญอายุ 60 ปี ก็นิมนต์พระสงฆ์ 61 รูป นอกจากนี้ยังมีเลขมงคลยอดนิยม เช่น เลข 9 เป็นเลขมงคล ของไทย เพราะมีเสียงพ้องกับคำว่า ก้าว ซึ่งหมายถึง ก้าวหน้า คนส่วนใหญ่จึงยังคงนำเลข 9 มาใช้เป็นตัวเลขมงคล

ชื่อที่เป็นมงคล หมายถึง การตั้งชื่อที่เป็นมงคลตามความเชื่อแบบไทย จะขึ้นอยู่กับวันเดือนปีเกิดของเจ้าของชื่อ แต่โดยทั่วไปจะต้องเลี่ยงคำที่มีความหมายไม่ดี ไม่ไพเราะ และเลี่ยงคำหรือตัวอักษรที่เป็นกาลกิณี คนสมัยก่อนจะต้องไม่ตั้งชื่อให้พ้องหรือเลียนแบบชื่อพระมหากษัตริย์เพราะถือว่าไม่สมควร ไม่รู้ที่ต่ำที่สูง ชีวิตจะวิบัติ ไม่เจริญรุ่งเรือง ควรเป็นชื่อที่เหมาะสมและถูกต้องทั้งในหลักโหราศาสตร์ และหลักโลกศาสตร์ คือ หลักความเป็นจริงที่มีความหมายดี ไม่ผิดหลักภาษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาท มีสถานภาพโสด ซื้อเครื่องประดับอัญมณีเฉลี่ย 1 ครั้งต่อปี สนใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีประเภทสร้อยคอเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีที่ตัวเรือนทำจากทองคำขาว และประกอบจากแร่อัญมณีมีค่าที่เป็นเพชร ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีที่ร้านเพชรทองและร้านเครื่องประดับอัญมณีทั่วไป และซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีครั้งสุดท้ายที่ร้านเพชรทองและร้านเครื่องประดับอัญมณีทั่วไป โดยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีในแต่ละครั้งราคาต่ำกว่า 10,000 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ได้แก่ คุณภาพของเครื่องประดับอัญมณีอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงจังต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ความสะดวกในการเดินทางไปยังร้านค้าอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก การจัดระบบรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก การให้บริการลูกค้าด้วย

ความเสมอภาคอยู่ในระดับมาก การให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกของแถมของก้านลิในช่วงเทศกาลต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก และเทคโนโลยีการผลิตเครื่องประดับอัญมณีมีอิทธิพลในระดับมาก ในด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีเพื่อใช้เอง โดยซื้อในวันคล้ายวันเกิด ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีจากการบอกต่อของบุคคลอื่น มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อโดยการสำรวจจากร้านจำหน่ายอัญมณี มีระยะเวลาค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์ เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของแต่ละร้าน และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ 1-2 สัปดาห์ แต่ไม่ได้ใช้บริการอื่น ๆ จากร้านเครื่องประดับอัญมณี โดยมีเหตุผล คือ ร้านมีรูปแบบเครื่องประดับอัญมณีที่ต้องการอยู่แล้ว กรณีที่ใช้บริการอื่น ๆ เพราะต้องการได้แบบเครื่องประดับอัญมณีที่ต้องการ ส่วนการใช้บริการหลังการซื้อ ได้แก่ การทำความสะอาดสินค้า

นพดล สมฤกษ์ผล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความเชื่อและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกผู้มีส่วนร่วมในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีตามราศีเกิด และพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศาสนาของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อเครื่องประดับอัญมณีตามราศีเกิดต่อปี ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อต่อความนิยมในการบริโภคเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อต่อความนิยมในการบริโภคเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดแตกต่างกัน และความเชื่อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเชื่อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิด และความเชื่อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดเฉลี่ยต่อปี

นภัทร วงศ์คม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลังของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยเทคนิคแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความเชื่อว่า เครื่องรางของขลังมีพลังอำนาจช่วยให้ผู้เดินทางไกลมีความมั่นใจ และปลอดภัยจากการเดินทางมากขึ้น ในด้านเสน่ห์ เมตตามหานิยม มีความเชื่อว่าเครื่องราง

ของขลังมีพลังอำนาจช่วยให้การเจรจาใด ๆ เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว ในด้านการเรียน มีความเชื่อว่า เครื่องรางของขลังมีพลังอำนาจช่วยให้ไม่มีอุปสรรคในการเรียน ในด้านการดำเนินชีวิต มีความเชื่อว่า เครื่องรางของขลังมีพลังอำนาจช่วยให้สอบเข้าเรียนต่อในสถาบันที่ต้องการเรียนต่อได้ ซึ่งเครื่องรางของขลังที่รู้จักมากที่สุด คือ ตะกรุดและผ้ายันต์ และวิธีการปฏิบัติตนต่อเครื่องรางของขลังเมื่อบูชามาแล้ว ส่วนใหญ่เห็นว่าห้ามเดินลอดราวตากผ้าจะทำให้เครื่องรางของขลังเสื่อม และเครื่องรางของขลังที่นับถือและพกติดตัวมากที่สุดคือ พระเครื่องรุ่นต่าง ๆ ส่วนมากบูชามาจากวัด พระ หรือเกจิอาจารย์ชื่อดัง และที่มาของความเชื่อที่มีต่อเครื่องรางของขลังส่วนใหญ่ นั้นเกิดจากบรรพบุรุษมีความเชื่อถือ ความศรัทธาในเครื่องรางของขลังอยู่ก่อนแล้ว จึงมีความเชื่อความศรัทธาตาม

สุภาวดี กังวานวานิชย์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคกับความเชื่อในเรื่องเครื่องรางของขลังในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี สถานะโสด นับถือพุทธศาสนา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากความเชื่อเรื่องโชคลางในด้านความปลอดภัยมากที่สุด มาจากสาเหตุเพื่อความสบายใจของตนเอง และยังมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางด้านโชคลางจากบุคคลรอบข้างและได้รับอิทธิพลความเชื่อโชคลางมาจากครอบครัวมากที่สุด โดยใช้เหตุผลในการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องรางของขลังจากเรื่องเล่าของขลังนั้น ๆ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 5,000 บาท

วาริธร อุดมเวช (2557) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญต่อการเลือกซื้อสินค้าโชคลาง โดยมีความนับถือโชคลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ ซึ่งเป้าหมายการให้ของขวัญในที่นี้ประกอบไปด้วย 2 เงื่อนไข ได้แก่ การให้ของขวัญผู้อื่น และการให้ของขวัญตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 185 คน เข้าสู่เงื่อนไขการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น เงื่อนไขการให้ของขวัญผู้อื่น จำนวน 94 คน และ เงื่อนไขการให้ของขวัญตนเอง จำนวน 91 คน โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยแต่ละคนจะได้รับแบบสอบถามทางบุคลิกภาพ และแบบสอบถามการตัดสินใจเลือกสินค้าโชคลางเพื่อเป็นของขวัญ จากนั้นผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบมีตัวแปรกำกับมาเป็นเครื่องมือในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรม PROCESS ซึ่งผลการวิจัยไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายของการให้ของขวัญและตัวแปรบุคลิกภาพประเภทต่าง ๆ ในการส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโชคลาง

อย่างไรก็ตาม พบว่าสถานการณ์การให้ของขวัญผู้อื่น ผู้เข้าร่วมการวิจัยจะเลือกใช้ความเชื่อถือโชคลางในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

วัชรพงษ์ กงเวียน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบูชาวัตถุมงคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าเป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ลักษณะงานเป็นพนักงานปฏิบัติการภาคสนาม มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และมีระดับรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจบูชาวัตถุมงคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่ามีวัตถุประสงค์ในการเข้าบูชาเชิงพุทธคุณเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจมีความเชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ด้านความปลอดภัย นิยมบูชาวัตถุมงคลที่มีลักษณะเด่นครอบคลุมในทุกด้าน และนิยมวัตถุประสงค์ห้อยล้อย โดยนิยมวัตถุมงคลเนื้อโลหะประเภทเนื้อโลหะผสมรูปพระพุทธรูปคณาจารย์หรือเกจิอาจารย์ได้บูชาจากวัดที่มีชื่อเสียงโดยไม่เจาะจงสถานที่ที่มีโอกาสเข้าบูชาคือ เข้าบูชาเมื่อได้ผ่านไปที่วัดหรือแผงพระเครื่อง โดยมีค่าใช้จ่ายในการบูชาแต่ละครั้ง 100 - 500 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบูชาวัตถุมงคลของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครพบว่าสาเหตุที่เริ่มบูชาเนื่องจากความเชื่อความศรัทธาส่วนตัวตามแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือในการบูชาคือ ผู้ใหญ่ที่เคารพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยพบประสบการณ์ความศักดิ์สิทธิ์ และเคยอธิษฐานขอพรจากการบูชาวัตถุมงคลในเรื่องแคล้วคลาดปลอดภัย รองลงมาคือเรื่องมหาลาภ ร่ำรวย และมีประสบการณ์ในการแสวงหาเพื่อบูชาบูชาวัตถุมงคล การบูชาวัตถุมงคลมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตในระดับปานกลาง และผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจ คือ ผู้ใหญ่ที่เคารพ รองลงมาคือญาติพี่น้อง

ถวัลรัตน์ กัลชาญกิจ และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพผู้บริโภคความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับหินสีมงคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) ด้วยเครื่องมือการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อและสวมใส่หรือเคยสวมใส่เครื่องประดับหินสีมงคลอายุตั้งแต่ 18 ปี ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน การศึกษานี้ใช้ลักษณะบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ของ McCrae และ Costa ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สวมใส่เครื่องประดับหินสีมงคลส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพการแสดงตัว (Extraversion) และรองลงมา

ได้แก่บุคลิกภาพการมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (Conscientiousness ส่วนความเชื่อใจกลางในเครื่องประดับหินสี พบว่า ด้านการทำงานหรือการศึกษาเป็นความเชื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรัก ด้านครอบครัว และด้านสุขภาพ ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สวมใส่สร้อยข้อมือและกำไลหิน โดยให้ความสำคัญกับรูปแบบและความสวยงาม (ลักษณะรูปทรงหรือสี) และราคาสินค้าที่ซื้อมักจะไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนสถานที่ที่ซื้อส่วนใหญ่มักซื้อจากร้านค้าในห้างสรรพสินค้า

ในการศึกษานี้พบว่า บุคลิกภาพของผู้บริโภค อันได้แก่ บุคลิกภาพการแสดงตัว (Extraversion), บุคลิกภาพความอ่อนไหว (Neuroticism) และบุคลิกภาพการเข้ากับผู้อื่นได้ดี (Agreeableness) มีความสัมพันธ์กับความเชื่อใจกลางในเครื่องประดับหินสี โดยเฉพาะบุคลิกภาพความอ่อนไหว (Neuroticism) มีความสัมพันธ์กับความเชื่อใจกลางทุกด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านการทำงานหรือการศึกษา ด้านครอบครัว และด้านความรัก และยังพบว่า บุคลิกภาพของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า อีกทั้งความเชื่อใจกลางทุกด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเช่นกัน ยกเว้นประเด็นราคาสินค้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อใจกลางในด้านใดเลย นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สวมใส่เครื่องประดับหินสีมงคลที่เปิดรับสื่อแตกต่างกันมีความเชื่อใจกลางด้านสุขภาพและด้านครอบครัวแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ รวมถึงมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ ในประเด็นอันได้แก่ ราคาของสินค้า ช่องทางการจำหน่ายสินค้า คำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์ และความเหมาะสมกับดวงชะตาราคา

ปริญวรัตน์ ประกิจเพชร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านราคา และให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิตอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความคิดเห็น ซึ่งมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยด้านความถี่ในการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยเฉลี่ย 3 ครั้งต่อ 3 เดือน และมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยเฉลี่ย 612 บาทต่อครั้ง ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในด้านส่วนประสมทางการตลาด

ด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดพบว่ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยด้านความถี่ในการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ และรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยด้านความถี่ในการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ในขณะที่รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นพบว่า มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อย ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อเครื่องประดับคอสร้อย ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำเช่นกัน

นัสทยา ชุ่มบุญชู (2564) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องประดับอัญมณีประเภทแหวน และซื้อเฉลี่ย 1 ครั้งต่อปี จำนวนเงินที่ตัดสินใจอยู่ที่ราคาต่ำกว่า 5,000 บาท ตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีด้วยตนเอง ซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตัวเรือนทำมาจากทองคำขาว และประกอบจากแร่อัญมณีมีค่าที่เป็นพลอยเนื้อแข็ง ซื้อที่ร้านเพชรทองเครื่องประดับอัญมณีทั่วไป และซื้อจากร้านจำหน่ายที่มีชื่อเสียง/น่าเชื่อถือ ในช่วงเวลาวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อคือราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับอัญมณีจากการบอกต่อจากบุคคลอื่น แต่ไม่มีผลในการตัดสินใจซื้อ และการวางแผนล่วงหน้าก่อนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ได้แก่ ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประเภทของเครื่องประดับอัญมณี จำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ และเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประเภทของเครื่องประดับอัญมณี จำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ลักษณะของร้านที่เลือกซื้อสินค้า เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ และการวางแผนการซื้อ ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี การวางแผนการซื้อ ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี ลักษณะของร้านที่เลือกซื้อ และแหล่งข้อมูลที่ได้รับมีผลต่อการซื้อเครื่องประดับอัญมณี ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประเภทของเครื่องประดับอัญมณีจำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ และการวางแผนการซื้อ และด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อประเภทของเครื่องประดับอัญมณี จำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ และการวางแผนการซื้อเครื่องประดับอัญมณี โดยเป็นความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไรในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้สวมใส่กำไรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้สวมใส่กำไรในเขตกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Non-Probability) ของ Cochran (1977) โดยให้ค่าความผิดพลาด 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% สูตรที่ใช้คือ

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญที่ 95% หรือระดับนัยสำคัญ

0.05 มีค่า $Z = 1.96$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ คน หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากเลือกพื้นที่ในการเก็บแบบสอบถามแบบไม่ใส่คืน (Without Replacement) จำนวน 5 เขต จากทั้งหมด 50 เขต ประกอบด้วย เขตบางรัก เขตคลองสาน เขตปทุมวัน เขตวัฒนา และเขตพระนคร

โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ ดังนี้

เขตบางรัก เก็บข้อมูลที่ จิวเวอร์รี เทวด เซ็นเตอร์

เขตคลองสาน เก็บข้อมูลที่ ไอคอนสยาม

เขตปทุมวัน เก็บข้อมูลที่ สยามพารากอน

เขตวัฒนา เก็บข้อมูลที่ เทอร์มินอล 21

เขตพระนคร เก็บข้อมูลที่ ดิโอล์ดสยามพลาซ่า

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากเขตพื้นที่ในขั้นตอนที่ 1 ในสัดส่วนประชากรที่เท่ากัน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน มีจำนวนดังนี้

ตาราง 2 แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

เขต	จำนวน
1. เขตบางรัก	77
2. เขตคลองสาน	77
3. เขตปทุมวัน	77
4. เขตวัฒนา	77
5. เขตพระนคร	77
รวม	385

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกตามความเต็มใจของประชากรที่จะให้ข้อมูล การเก็บข้อมูลเป็นไปตามเขตพื้นที่ที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจนครบจำนวน 385 คน

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีลักษณะที่ง่ายต่อการตอบและครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่ก้ำไลหีนสี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions) ให้ผู้ตอบเลือกเพียงข้อเดียว ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ วัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. ชาย
2. หญิง

ข้อที่ 2 อายุ วัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. 18-25 ปี
2. 26-35 ปี
3. 36-45 ปี
4. 46-55 ปี
5. 56 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพ วัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. โสด
2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา วัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ วัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
2. พนักงานบริษัทเอกชน
3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
4. เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ
5. แม่บ้าน/พ่อบ้าน

ข้อที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก ดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
2. 15,001-25,000 บาท
3. 25,001-35,000 บาท
4. 35,001-45,000 บาท
5. 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสามารถจำแนกแบบสอบถามออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. กิจกรรม (Activities)	จำนวน 12 ข้อ
1.1 งานอดิเรก	4 ข้อ
1.2 กิจกรรมสังคม	4 ข้อ
1.3 การเลือกซื้อ	4 ข้อ
2. ความสนใจ (Interests)	จำนวน 12 ข้อ
2.1 แฟชั่น	4 ข้อ
2.2 สื่อต่าง ๆ	4 ข้อ
2.3 ความสำเร็จ	4 ข้อ

3. ความคิดเห็น (Opinions)	จำนวน 12 ข้อ
3.1 ต่อดตนเอง	4 ข้อ
3.2 ผลិតภักดิ์	4 ข้อ
3.3 วัฒนธรรม	4 ข้อ

ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยกำหนดแบบสอบถามเป็นรูปแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันดับหรือมาตราช่วง (Interval Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน คือการคำนวณหาอันดับภาคขั้นเพื่อแปลผลในแต่ละช่วง ดังต่อไปนี้

ด้านกิจกรรม ประกอบด้วย งานอดิเรก กิจกรรมสังคม และการเลือกซื้อ

คะแนน		ระดับการปฏิบัติ
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เพื่อให้ได้ลักษณะเกณฑ์เป็นการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) ผู้วิจัยใช้สูตรสำหรับการหาความกว้างของอันดับภาคขั้นแต่ละขั้นของ ชูศรี วงศ์รัตน์ (2544) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันดับภาคขั้น} &= \frac{\text{พิสัยข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม สามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ตาราง 3 แสดงระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการปฏิบัติ
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ด้านความสนใจ ประกอบด้วย แฟชั่น สื่อต่าง ๆ และความสำเร็จ

คะแนน		ระดับความสนใจ
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เพื่อให้ได้ลักษณะเกณฑ์เป็นการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) ผู้วิจัยใช้สูตรสำหรับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละชั้นของ ชูศรี วงศ์รัตน์ (2544) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัยข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ สามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงระดับความสนใจเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสนใจ
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ต่อตนเอง ผลกระทบ และวัฒนธรรม

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เพื่อให้ได้ลักษณะเกณฑ์เป็นการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) ผู้วิจัยใช้สูตรสำหรับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้นแต่ละชั้นของ ชูศรี วงศ์รัตน์ (2544) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัยข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น สามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ตาราง 5 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณค่ากำไรในมุมมองของผู้สวมใส่ ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยกำหนดแบบสอบถามเป็นรูปแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันดับหรือมาตราช่วง (Interval Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งประกอบด้วยคำถามจำนวน 16 ข้อ ดังนี้

1. การเสริมบุคลิกภาพ จำนวน 4 ข้อ
2. การบ่งบอกสถานะทางสังคม จำนวน 4 ข้อ
3. การเสริมสิริมงคล จำนวน 4 ข้อ
4. ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำนวน 4 ข้อ

ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ การคำนวณหาอันดับมาตราขั้น เพื่อแปลผลในแต่ละช่วงประกอบด้วย

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เพื่อให้ได้ลักษณะเกณฑ์เป็นการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) ผู้วิจัยใช้สูตรสำหรับการหาความกว้างของอันดับมาตราขั้นแต่ละขั้นของ ชูศรี วงศ์รัตน์ (2544) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัยข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น คุณค่ากำไหสินสึในมุมมองของผู้สวมใส่ สามารถแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้ดังนี้

ตาราง 6 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่ากำไหสินสึในมุมมองของผู้สวมใส่

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สวมใส่กำไลหินสึ รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสึในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกัน

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สวมใส่กำไลหินสึ รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสึในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสึ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ศึกษาศาสนาปริพจน์ และ คณะกรรมการ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ ศึกษาและคณะกรรมการ

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และการใช้สำนวนภาษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้าย ก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out)

7. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ

8. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (α -Coefficient) สูตรของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าอัลฟาที่ได้แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นซึ่งใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.962 โดยจำแนกค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคในแต่ละด้าน มีค่าดังนี้

ตาราง 7 แสดงผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ความเชื่อมั่น
ส่วนที่ 2	
1. กิจกรรม (Activities)	
1.1 งานอดิเรก	0.958
1.2 กิจกรรมสังคม	0.965
1.3 การเลือกซื้อ	0.958

ตาราง 7 (ต่อ)

แบบสอบถาม	ความเชื่อมั่น
2. ความสนใจ (Interests)	
2.1 แพ้ชั้น	0.958
2.2 สื่อต่าง ๆ	0.956
2.3 ความสำเร็จ	0.958
3. ความคิดเห็น (Opinions)	
3.1 ต่อตนเอง	0.957
3.2 ผลិតภักดิ์	0.962
3.3 วัฒนธรรม	0.958
ส่วนที่ 3	
คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่	
1. เสริมบุคลิกภาพ	0.956
2. บ่งบอกสถานะทางสังคม	0.960
3. เสริมสิริมงคล	0.957
4. ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	0.958

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างตามประชากรที่กำหนดไว้ โดยจะนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่สวมใส่กำไลหินสีตอบ พร้อมทั้งอธิบาย และให้คำแนะนำในการตอบ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร” ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สวมใส่กำไลหินสี จำนวน 385 คนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น หนังสือ บทความวารสาร เอกสารงานวิจัย สิ่งพิมพ์ ผลงานวิจัย

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการค้นคว้าและสร้างแบบสอบถาม

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม และคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก โดยคัดเลือกเฉพาะที่สมบูรณ์เท่านั้น
2. ลงรหัสข้อมูล (Coding) โดยแบ่งเป็นกลุ่มตามตัวแปรที่ทำการศึกษา และนำข้อมูลบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยดำเนินการตามขั้นตอน
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
 - 4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
 - 4.1.2 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Questions) รวมจำนวน 36 ข้อ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)
 - 4.1.3 การวิเคราะห์คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Questions) รวมจำนวน 16 ข้อ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)
 - 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
 - 4.2.1 สมมติฐานที่ 1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้ สถิติ Independent t-test ของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2549) และสถิติ One-way analysis of variance ของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2549)
 - 4.2.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัย

ในเขตกรุงเทพมหานคร จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2549)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติโดยพิจารณาถึงวัตถุประสงค์และความหมายของข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้ลักษณะประชากรศาสตร์ และรูปแบบการดำเนินชีวิต นำมาวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.1 การหาร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
 f แทน ความถี่ของคะแนน
 n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ $S.D$) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $S.D.$ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation)

$\sum x^2$ แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

2. สถิติที่ใช้ทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบักแอลฟา (Cronbach's alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1)\overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ α แทน ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{\text{covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

$\overline{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ประกอบด้วย

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่าง 2 กลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศชายกับเพศหญิง โดยมีสูตรในการหาค่า t (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้

กรณีที่ $S_1^2 = S_2^2$

สูตร $t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1+n_2-2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$

โดยที่ Degree of freedom (df) = $n_1 + n_2 - 2$

กรณีที่ $S_1^2 \neq S_2^2$

$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$

โดยที่ Degree of freedom (df) = $\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1-1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2-1}}$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

\bar{X}_1 แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 1

\bar{X}_2 แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ 2

S^2_1	แทน ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
S^2_2	แทน ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2
n_1	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (n_1+n_2-2)

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ใช้ค่า F-Ratio กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) มีสูตรดังนี้

ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม (B)	$k - 1$	$SS_{(B)}$	$MS_{(B)} = \frac{SS_{(B)}}{k - 1}$	$\frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$
ภายในกลุ่ม (W)	$n - k$	$SS_{(W)}$	$MS_{(W)} = \frac{SS_{(W)}}{n - k}$	
รวม (T)	$n - 1$	$SS_{(T)}$		

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	df	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม ($k-1$) และภายในกลุ่ม ($n - k$)
	k	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	n	แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
	$SS_{(B)}$	แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Square)
	$SS_{(W)}$	แทน ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Square)
	$MS_{(B)}$	แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

$MS_{(w)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

$n - k$ แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม (Within degree of freedom)

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แล้วต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$$LSD = t_{\frac{1-\alpha}{2}; N - k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{N_i} + \frac{1}{N_j} \right]}$$

โดยที่ $N_i - N_j$

$$Df = N - k$$

โดยที่ $n_i = n_j$

เมื่อ LSD แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากร กลุ่มที่ i

และ j

$$t_{\frac{\alpha}{2}; n-k}$$

แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = $n - k$

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม ($MS_{(w)}$)

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

ใช้สถิติ Brown-Forsythe (B) ทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung & Argac, 2001) มีสูตรดังนี้

$$B = \beta = \frac{MS(B)}{MS(W)}$$

$$\text{โดยค่า } MS_{(w)} = \sum_{i=j}^k \left[1 - \frac{n_j}{N} \right] S_1^2$$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe

$MS_{(B)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Group)

$MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within groups) สำหรับ Brown-Forsythe

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n_i แทน จำนวนตัวอย่างกลุ่ม i

N แทน ขนาดประชากร

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนกลุ่มตัวอย่าง i

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_{(W)} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within groups) สำหรับ Brown-Forsythe

\bar{x}_i แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง i

\bar{x}_j แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง j

n_i แทน จำนวนตัวอย่างกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างกลุ่มที่ j

3.3 การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Correlation) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันโดยที่แต่ละตัวมีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval scale) ขึ้นไป ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

เมื่อ r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ΣX	แทน ผลรวมคะแนน x
ΣY	แทน ผลรวมคะแนน y
ΣX^2	แทน ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
ΣY^2	แทน ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
ΣXY	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y ทุกคู่
n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) คือ

1. ถ้า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่ม ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
2. ถ้า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อยลง
6. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
P-value	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสี

ตอนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขต
กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ข้อมูลคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต
กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ
อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของ
คุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ
และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต
กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสี

ตาราง 9 แสดงการสรุปจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสี

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	161	41.82
หญิง	224	58.18
รวม	385	100.00
2. อายุ		
18-25 ปี	84	21.82
26-35 ปี	203	52.73
36-45 ปี	56	14.54
46-55 ปี	23	5.97

ตาราง 9 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
56 ปีขึ้นไป	19	4.94
รวม	385	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	235	61.04
สมรส/อยู่ด้วยกัน	137	35.58
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	13	3.38
รวม	385	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	22.60
ปริญญาตรี	245	63.64
สูงกว่าปริญญาตรี	53	13.76
รวม	385	100.00
5. อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	42	10.91
พนักงานบริษัทเอกชน	109	28.31
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	105	27.27
เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ	92	23.90
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	37	9.61
รวม	385	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	59	15.32
15,001-25,000 บาท	102	26.49
25,001-35,000 บาท	115	29.87
35,001-45,000 บาท	69	17.92
45,001 บาทขึ้นไป	40	10.40
รวม	385	100.00

จากตาราง 9 สามารถสรุปข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสีในการวิจัยนี้ จำนวน 385 คน ได้ดังนี้

ด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.18 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 ตามลำดับ

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมา คือ อายุ 18-25 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.82 อายุ 36-45 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.54 อายุ 46-55 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97 และอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.94 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 35.58 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.58 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.38 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.76 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 อาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.49 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.32 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 ตามลำดับ

เนื่องจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสี ด้านอายุ และสถานภาพ มีความถี่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการรวมชั้นใหม่เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตาราง 10 แสดงการสรุปจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสีที่จัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
18-25 ปี	84	21.82
26-35 ปี	203	52.73
36-45 ปี	56	14.54
46 ปี ขึ้นไป	42	10.91
รวม	385	100.00
3. สถานภาพ		
โสด	235	61.04
สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	150	38.96
รวม	385	100.00

จากตาราง 10 สามารถสรุปข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสีที่จัดกลุ่มใหม่ในการวิจัยนี้ จำนวน 385 คน ได้ดังนี้

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมา คือ อายุ 18-25 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.82 อายุ 36-45 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.54 และอายุ 46 ปี ขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 61.04 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.96 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับ การปฏิบัติ
กิจกรรม	3.23	0.84	ปานกลาง
ความสนใจ	3.51	0.93	มาก
ความคิดเห็น	3.63	0.77	มาก
รวม	3.46	0.79	มาก

จากตาราง 11 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความคิดเห็น ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมา ได้แก่ ความสนใจ ($\bar{X} = 3.51$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรม ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับ การปฏิบัติ
งานอดิเรก	2.75	1.08	ปานกลาง
กิจกรรมสังคม	3.52	0.95	มาก
การเลือกซื้อ	3.41	0.97	มาก
รวม	3.23	0.84	ปานกลาง

จากตาราง 12 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรมโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมสังคม ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมา ได้แก่ การเลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.41$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ งานอดิเรก ($\bar{X} = 2.75$) ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านงานอดิเรก

ด้านงานอดิเรก	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. ท่านมักจะหาโอกาสเข้าชมงานจัดแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	2.71	1.16	ปานกลาง
2. ท่านมักจะทำงานหัตถศิลป์ เช่น การร้อยลูกปัดร้อยกำไล	2.90	1.34	ปานกลาง
3. ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีเพื่อสวมใส่หรือสะสม	3.08	1.23	ปานกลาง
4. ท่านมักร่วมพูดคุยในบอร์ดสนทนาเกี่ยวกับกำไลหินสีอยู่เสมอ	2.31	1.15	น้อย
รวม	2.75	1.08	ปานกลาง

จากตาราง 13 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านงานอดิเรก โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีเพื่อสวมใส่หรือสะสม ($\bar{X} = 3.08$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะทำงานหัตถศิลป์ เช่น การร้อยลูกปัดร้อยกำไล ($\bar{X} = 2.90$) ข้อของท่านมักจะหาโอกาสเข้าชมงานจัดแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.70$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ข้อของท่านมักร่วมพูดคุยในบอร์ดสนทนาเกี่ยวกับกำไลหินสีอยู่เสมอ ($\bar{X} = 2.31$) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านกิจกรรมสังคม

ด้านกิจกรรมสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. ท่านมักจะไปทำบุญที่วัด หรือมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา	3.74	1.04	มาก
2. ท่านมักจะไปเทศกาลงานวัดตามโอกาส	3.56	1.05	มาก
3. ท่านมักจะทำโอกาสทำกิจกรรมจิตอาสาตามสถานสงเคราะห์ หรือมูลนิธิต่าง ๆ	3.28	1.17	ปานกลาง
4. ท่านมักจะทำร่วมงานประเพณีต่าง ๆ ของไทย	3.49	1.05	มาก
รวม	3.52	0.95	มาก

จากตาราง 14 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านกิจกรรมสังคม โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านมักจะไปทำบุญที่วัด หรือมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 3.74$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะไปเทศกาลงานวัดตามโอกาส ($\bar{X} = 3.56$) และข้อของท่านมักจะทำร่วมงานประเพณีต่าง ๆ ของไทย ($\bar{X} = 3.49$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านมักจะทำโอกาสทำกิจกรรมจิตอาสาตามสถานสงเคราะห์ หรือมูลนิธิต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.28$) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านการเลือกซื้อ

ด้านการเลือกซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับการปฏิบัติ
1. ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามรสนิยมที่ชอบ	3.60	1.18	มาก
2. ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีในราคาที่เหมาะสม	4.03	1.06	มาก
3. ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์	3.32	1.36	ปานกลาง
4. ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามที่ดารา/อินฟลูเอนเซอร์สวมใส่	2.70	1.24	ปานกลาง
รวม	3.41	0.97	มาก

จากตาราง 15 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านการเลือกซื้อ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีในราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามรสนิยมที่ชอบ ($\bar{X} = 3.60$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามที่ดารา/อินฟลูเอนเซอร์สวมใส่ ($\bar{X} = 2.70$) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจ

ด้านความสนใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสนใจ
แฟชั่น	3.59	1.01	มาก
สื่อต่าง ๆ	3.19	1.10	ปานกลาง
ความสำเร็จ	3.76	0.92	มาก
รวม	3.51	0.93	ปานกลาง

จากตาราง 16 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมา ได้แก่ แฟชั่น ($\bar{X} = 3.59$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.19$) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านแฟชั่น

ด้านแฟชั่น	\bar{X}	S.D.	ระดับความสนใจ
1. ท่านสนใจกำไลหินสีที่เป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น และอัปเดตกระแสความนิยมกำไลหินสีใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.30	1.18	ปานกลาง
2. ท่านสนใจการออกแบบกำไลหินสีที่ทันสมัยและเหมาะกับทุกวัยมากขึ้น	3.61	1.14	มาก
3. ท่านสนใจกำไลหินสีที่มีความสวยงาม โดดเด่น	3.89	1.21	มาก
4. ท่านสนใจกำไลหินสีหายาก	3.54	1.25	มาก
รวม	3.59	1.01	มาก

จากตาราง 17 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านแฟชั่น โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านสนใจกำไลหินสีที่มีความสวยงาม โดดเด่น ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านสนใจการออกแบบกำไลหินสีที่ทันสมัยและเหมาะกับทุกวัยมากขึ้น ($\bar{X} = 3.61$) และข้อของท่านสนใจกำไลหินสีหายาก ($\bar{X} = 3.54$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสนใจกำไลหินสีที่เป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น และอัปเดตกระแสความนิยมกำไลหินสีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.30$) ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านสื่อต่าง ๆ

ด้านสื่อต่าง ๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสนใจ
1. ท่านสนใจหัวข้อกำไลหินสีตามเว็บไซต์ โทรศัพท์ หรือนิตยสาร	3.00	1.24	ปานกลาง
2. ท่านสนใจโฆษณาที่เกี่ยวกับกำไลหินสี และคิดว่าสิ่งนี้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ	3.29	1.24	ปานกลาง
3. ท่านสนใจและติดตามดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ชื่นชอบกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์	2.98	1.30	ปานกลาง
4. ท่านสนใจกำไลหินสีตามคำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์	3.50	1.33	มาก
รวม	3.19	1.10	ปานกลาง

จากตาราง 18 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านสื่อต่าง ๆ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านสนใจกำไลหินสีตามคำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์ ($\bar{X} = 3.50$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสนใจโฆษณาที่เกี่ยวกับกำไลหินสี และคิดว่าสิ่งนี้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.29$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านสนใจหัวข้อกำไลหินสีตามเว็บไซต์ โทรศัพท์ หรือนิตยสาร ($\bar{X} = 3.00$) และข้อของท่านสนใจและติดตามดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ชื่นชอบกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 2.98$) ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านความสำเร็จ

ด้านความสำเร็จ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสนใจ
1. ท่านสนใจความสำเร็จของตนเองในอาชีพที่ทำอยู่	4.21	0.85	มากที่สุด
2. ท่านสนใจที่จะมุ่งมั่นถึงเป้าหมายในอาชีพที่ได้ตั้งไว้ภายในระยะเวลาที่กำหนด	4.01	0.88	มาก
3. ท่านสนใจการสวมใส่กำไลหินสีเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในด้านการงาน การเงิน ความรัก	3.76	1.39	มาก
4. ท่านสนใจดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ออกมาบอกเล่าเรื่องราวการสวมใส่กำไลหินสีที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ	3.05	1.38	ปานกลาง
รวม	3.76	0.92	มาก

จากตาราง 19 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความสนใจ ด้านความสำเร็จ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อของท่านสนใจความสำเร็จของตนเองในอาชีพที่ทำอยู่ ($\bar{X} = 4.21$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านสนใจที่จะมุ่งมั่นถึงเป้าหมายในอาชีพที่ได้ตั้งไว้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านสนใจการสวมใส่กำไลหินสีเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในด้านการงาน การเงิน ความรัก ($\bar{X} = 3.76$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสนใจดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ออกมาบอกเล่าเรื่องราวการสวมใส่กำไลหินสีที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.05$) ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น

ด้านความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
ต่อตนเอง	3.46	0.84	มาก
ผลิตภัณฑ์	3.97	0.81	มาก
วัฒนธรรม	3.45	1.00	มาก
รวม	3.63	0.77	มาก

จากตาราง 20 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมา ได้แก่ ต่อตนเอง ($\bar{X} = 3.46$) และวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านต่อตนเอง

ด้านต่อตนเอง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าท่านมักจะประสบความสำเร็จในเรื่องที่ท่านคาดหวังเสมอ	3.68	0.85	มาก
2. ท่านคิดว่าความสมหวังในชีวิตมีผลมาจากกำไลหินสีที่ท่านบูชาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ	3.09	1.25	ปานกลาง
3. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ จึงให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การสวมใส่เครื่องประดับกำไลหินสี	3.86	0.93	มาก
4. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น	3.22	1.18	ปานกลาง
รวม	3.46	0.84	มาก

จากตาราง 21 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านต่อตนเอง โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าภาพลักษณ์ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ จึงให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การสวมใส่เครื่องประดับกำไลหินสี ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าท่านมักจะประสบความสำเร็จในเรื่องที่ท่านคาดหวังเสมอ ($\bar{X} = 3.68$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 3.22$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าความสมหวังในชีวิตมีผลมาจากกำไลหินสีที่ท่านบูชาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ ($\bar{X} = 3.09$) ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าความสวยงามของกำไลหินสีเป็นสิ่งที่คุณสวยงาม ลึกลับและน่าค้นหา	3.71	1.18	มาก
2. ท่านคิดว่ารูปลักษณ์ของหินสีมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป	4.02	0.97	มาก
3. ท่านคิดว่ากำไลหินสีหายากมักมีราคาสูง	4.02	1.04	มาก
4. ท่านคิดว่ากำไลหินสีธรรมชาติเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภคมากกว่ากำไลหินสีที่ผ่านการขัด	4.14	0.88	มาก
รวม	3.97	0.81	มาก

จากตาราง 22 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีธรรมชาติเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภคมากกว่ากำไลหินสีที่ผ่านการขัด ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของ

ท่านคิดว่ารูปลักษณะของหินสีมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ($\bar{X} = 4.02$) ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีหายากมักมีราคาสูง ($\bar{X} = 4.02$) และข้อของท่านคิดว่าความสวยงามของกำไลหินสีเป็นสิ่งที่ดูสวยงาม ลึกลับและน่าค้นหา ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าวัฒนธรรมเรื่องราวหินสีที่มีมาตั้งแต่โบราณกาลเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ เพราะการสร้างสรรค์เครื่องประดับกำไลหินสีสะท้อนถึงภูมิปัญญาวัฒนธรรม	3.66	1.04	มาก
2. ท่านคิดว่าหินสีเสมือนตัวแทนแห่งศรัทธาที่มีต่อพระเจ้า มีต่อศาสนา	3.20	1.23	ปานกลาง
3. ท่านคิดว่าหินสีแต่ละสีนั้นมีพลังงานที่ส่งผลต่อร่างกายและจิตใจ สามารถใช้เป็นเครื่องรางของขลังได้	3.48	1.24	มาก
4. ท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นหลักฐานวัฒนธรรมของมนุษย์สมัยต่าง ๆ ในอดีต	3.46	1.17	มาก
รวม	3.45	1.00	มาก

จากตาราง 23 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านวัฒนธรรม โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าวัฒนธรรมเรื่องราวหินสีที่มีมาตั้งแต่โบราณกาลเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ เพราะการสร้างสรรค์เครื่องประดับกำไลหินสีสะท้อนถึงภูมิปัญญาวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าหินสีแต่ละสีนั้นมีพลังงานที่ส่งผลต่อร่างกายและจิตใจ สามารถใช้เป็นเครื่องรางของขลังได้ ($\bar{X} = 3.48$) และข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นหลักฐานวัฒนธรรมของมนุษย์สมัยต่าง ๆ ในอดีต ($\bar{X} = 3.46$) และผู้สวมใส่

กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าหินสีเสมือนตัวแทนแห่งศรัทธาที่มีต่อพระเจ้า มีต่อศาสนา ($\bar{X} = 3.20$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
การเสริมบุคลิกภาพ	3.44	1.02	มาก
การปกป้องสถานะทางสังคม	3.25	0.92	ปานกลาง
การเสริมสิริมงคล	3.26	1.28	ปานกลาง
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	3.37	0.83	ปานกลาง
รวม	3.33	0.91	ปานกลาง

จากตาราง 24 การวิเคราะห์คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ ($\bar{X} = 3.44$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.37$) รองลงมา ได้แก่ การเสริมสิริมงคล ($\bar{X} = 3.26$) และการปกป้องสถานะทางสังคม ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ

ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของท่านให้ดูดีขึ้น	3.54	1.00	มาก
2. ท่านสวมใส่กำไลหินสีเป็นประจำ เพื่อเปลี่ยนความจำเจของเครื่องแต่งกายให้ดูน่าสนใจมากขึ้น	3.38	1.21	ปานกลาง
3. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้ท่านดูมีความมั่นใจ	3.45	1.13	มาก
4. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเติมเต็มภาพลักษณ์ให้ดูสมบูรณ์แบบ	3.41	1.12	มาก
รวม	3.44	1.02	มาก

จากตาราง 25 การวิเคราะห์คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของท่านให้ดูดีขึ้น ($\bar{X} = 3.54$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้ท่านดูมีความมั่นใจ ($\bar{X} = 3.45$) และข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเติมเต็มภาพลักษณ์ให้ดูสมบูรณ์แบบ ($\bar{X} = 3.41$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสวมใส่กำไลหินสีเป็นประจำ เพื่อเปลี่ยนความจำเจของเครื่องแต่งกายให้ดูน่าสนใจมากขึ้น ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่ากำไลหินสีบ่งบอกรสนิยมของผู้สวมใส่	3.69	1.11	มาก
2. กำไลหินสีเป็นหนึ่งในเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคมได้	3.30	0.93	ปานกลาง
3. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม	3.01	1.00	ปานกลาง
4. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงจะทำให้คนรอบข้างมีมุมมองต่อท่านในทางที่ดีขึ้น	2.98	1.11	ปานกลาง
รวม	3.25	0.92	ปานกลาง

จากตาราง 26 การวิเคราะห์ว่าคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีบ่งบอกรสนิยมของผู้สวมใส่ ($\bar{X} = 3.69$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของกำไลหินสีเป็นหนึ่งในเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคมได้ ($\bar{X} = 3.30$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ($\bar{X} = 3.01$) และข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงจะทำให้คนรอบข้างมีมุมมองต่อท่านในทางที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 2.98$) ตามลำดับ

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล

ด้านการเสริมสิริมงคล	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้เกิดสมดุลง่าย ร่างกายและจิตใจ	3.35	1.31	ปานกลาง
2. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยป้องกันและปิด เป่าพลังงานลบได้	3.24	1.35	ปานกลาง
3. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีเปรียบเสมือน เครื่องรางและช่วยให้สมปรารถนาในความรัก	3.19	1.34	ปานกลาง
4. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเสริมอำนาจ บารมี โชคลาภและความร่ำรวย	3.24	1.31	ปานกลาง
รวม	3.26	1.28	ปานกลาง

จากตาราง 27 การวิเคราะห์คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคลโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้เกิดสมดุลง่ายในร่างกายและจิตใจ ($\bar{X} = 3.35$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยป้องกันและปิดเป่าพลังงานลบได้ ($\bar{X} = 3.24$) ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเสริมอำนาจบารมี โชคลาภและความร่ำรวย ($\bar{X} = 3.24$) และข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีเปรียบเสมือนเครื่องรางและช่วยให้สมปรารถนาในความรัก ($\bar{X} = 3.19$) ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นของขวัญที่มีคุณค่าในโอกาสต่าง ๆ	3.46	0.95	มาก
2. ท่านคิดว่ากำไลหินสีช่วยให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ได้รับ	3.42	0.90	มาก
3. ท่านคิดว่ากำไลหินสีสื่อถึงความเอาใจใส่และความพิเศษที่ผู้ให้มอบแก่ผู้รับ	3.44	0.93	มาก
4. ท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นสื่อกลางที่ช่วยยกระดับความสัมพันธ์	3.14	0.89	ปานกลาง
รวม	3.37	0.83	ปานกลาง

จากตาราง 28 การวิเคราะห์คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นของขวัญที่มีคุณค่าในโอกาสต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีสื่อถึงความเอาใจใส่และความพิเศษที่ผู้ให้มอบแก่ผู้รับ ($\bar{X} = 3.44$) และข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีช่วยให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ได้รับ ($\bar{X} = 3.42$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นสื่อกลางที่ช่วยยกระดับความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.14$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t-test) โดยใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มเพศโดยใช้ Levene's test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี	Levene's test for Equality of Variances	
	F	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	38.290*	<0.001
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	35.222*	<0.001
การเสริมสิริมงคล	28.291*	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	56.518*	<0.001
คุณค่ากำไหินสีโดยรวม	52.088*	<0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มเพศโดยใช้ Levene's test พบว่า การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ และคุณค่ากำไหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001, <0.001, <0.001, <0.001 และ <0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันจึงใช้การทดสอบสมมติฐานค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal Variances Not Assumed)

ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามเพศ

มุมมองในเรื่องของคุณค่า กำไหินสี	เพศ	t-test of Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	ชาย	3.10	1.23	-5.373*	246.837	<0.001
	หญิง	3.69	0.76			
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	ชาย	2.92	1.06	-5.745*	261.559	<0.001
	หญิง	3.48	0.72			
การเสริมสิริมงคล	ชาย	2.90	1.44	-4.629*	280.519	<0.001
	หญิง	3.52	1.07			

ตาราง 30 (ต่อ)

มุมมองในเรื่องของคุณค่า กำไรสุทธิ		t-test of Equality of Means				
		เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	ชาย	3.07	1.05	-5.643*	217.653	<0.001
	หญิง	3.58	0.53			
คุณค่ากำไรสุทธิโดยรวม	ชาย	3.00	1.11	-5.847*	232.839	<0.001
	หญิง	3.57	0.63			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิโดยจำแนกตามเพศพบว่า

การเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิเพศชาย

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิเพศชาย

การเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิเพศชาย

ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้อง

กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่าค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน และหากค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หากค่า P-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ย

คู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี	Levene Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	7.018*	3	381	<0.001
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	6.743*	3	381	<0.001
การเสริมสิริมงคล	24.009*	3	381	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	6.212*	3	381	<0.001
คุณค่ากำไหินสีโดยรวม	19.736*	3	381	<0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test พบว่า การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ และคุณค่ากำไหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001, <0.001, <0.001, <0.001 และ <0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามอายุ โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	7.039*	3	244.957	<0.001
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	1.882	3	247.551	0.133
การเสริมสิริมงคล	7.639*	3	199.325	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	2.376	3	242.593	0.071
คุณค่ากำไหินสีโดยรวม	4.116*	3	212.568	0.007

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไหินสีที่มีอายุ ต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 33

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ 0.133 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไหินสีที่มีอายุ ต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี ไม่แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไหินสีที่มีอายุ ต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 34

ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไหินสีที่มีอายุ ต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี ไม่แตกต่างกันในด้านของของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 34

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป
		3.65	3.26	3.80	3.43
18-25 ปี	3.65	-	0.319 (0.061)	-0.152 (0.914)	0.217 (0.773)
26-35 ปี	3.26		-	0.544* (<0.001)	-1.747 (0.760)
36-45 ปี	3.80			-	0.369 (0.075)
46 ปี ขึ้นไป	3.43				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.544

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป
		3.71	3.03	3.43	3.23
18-25 ปี	3.71	-	0.678*	0.280	0.482
			(0.002)	(0.427)	(0.253)
26-35 ปี	3.03		-	0.398*	-0.195
				(0.001)	(0.918)
36-45 ปี	3.43			-	0.202
					(0.867)
46 ปี ขึ้นไป	3.23				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 18-25 ปี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี มีค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 18-25 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.678

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.398

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่าง
กัน โดยรวม จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป
		3.52	3.20	3.50	3.31
18-25 ปี	3.52	-	0.319 (0.150)	0.026 (1.000)	0.214 (0.692)
26-35 ปี	3.20		-	0.293* (0.003)	-0.105 (0.933)
36-45 ปี	3.50			-	0.188 (.415)
46 ปี ขึ้นไป	3.31				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี
แตกต่างกัน โดยรวม จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีค่า
P-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มี
มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่า
ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.293

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t-test) โดยใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มสถานภาพ โดยใช้ Levene's test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี	Levene's test for Equality of Variances	
	F	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	8.082*	0.005
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	2.908	0.089
การเสริมสิริมงคล	0.402	0.527
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	11.885*	0.001
คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	1.919	0.167

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มสถานภาพโดยใช้ Levene's test พบว่า การเสริมบุคลิกภาพ และของขวัญใน

โอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.005 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันจึงใช้การทดสอบสมมติฐานค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed) ส่วน การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และ คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ 0.089, 0.527 และ 0.167 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจึงใช้การทดสอบสมมติฐานค่า t กรณีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน (Equal variances assumed)

ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์หุ้มนมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามสถานภาพ

หุ้มนมมองในเรื่องของ คุณค่ากำไลหินสี	สถานภาพ	t-test of Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	โสด	3.33	1.10	-2.799*	367.911	0.005
	สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.62	0.86			
การบ่งบอกสถานะ ทางสังคม	โสด	3.21	0.99	-0.936	383	0.350
	สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.30	0.80			
การเสริมสิริมงคล	โสด	3.12	1.31	-2.669*	383	0.008
	สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.47	1.20			
ของขวัญในโอกาส ต่าง ๆ	โสด	3.29	0.92	-2.283*	380.219	0.023
	สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.48	0.64			
คุณค่ากำไลหินสี โดยรวม	โสด	3.24	0.97	-2.406*	383	0.017
	สมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/ หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.47	0.77			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า

การเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ 0.350 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่าค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน และหากค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หากค่า P-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี	Levene Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	3.972*	2	382	0.020
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	2.627	2	382	0.074
การเสริมสิริมงคล	2.471	2	382	0.086
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	3.232*	2	382	0.041
คุณค่ากำไหินสีโดยรวม	0.571	2	382	0.566

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test พบว่า การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และคุณค่ากำไหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ 0.074, 0.086 และ 0.566 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ส่วนการเสริมบุคลิกภาพ และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.020 และ 0.041 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ F-test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	ระหว่างกลุ่ม	2	5.416	2.708	3.240*	0.040
	ภายในกลุ่ม	382	319.268	0.836		
	รวม	384	324.683			
การเสริมสิริมงคล	ระหว่างกลุ่ม	2	37.334	18.667	12.130*	<0.001
	ภายในกลุ่ม	382	587.892	1.539		
	รวม	384	625.227			

ตาราง 39 (ต่อ)

มุมมองในเรื่องของ คุณค่ากำไลหินสี	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P- value
คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	12.317	6.159	7.757*	<0.001
	ภายในกลุ่ม	382	303.296	0.794		
	รวม	384	315.613			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 42

การเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 43

คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 45

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	10.117*	2	214.597	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	6.582*	2	265.604	0.002

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 41

ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 44

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.14	3.46	3.87
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.14	-	-0.321 (0.044)	0.735* (<0.001)
ปริญญาตรี	3.46		-	0.413* (0.005)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.87			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.735

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.413

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีที่แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมจำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.22	3.19	3.54
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.22	-	0.026 (0.823)	0.324* (0.043)
ปริญญาตรี	3.19		-	0.350* (0.012)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.54			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.324

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้าน

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.350

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลจำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.78	3.30	3.83
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.78	-	0.518* (0.001)	1.046* (<0.001)
ปริญญาตรี	3.30		-	0.528* (0.005)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.83			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลจำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.518

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มี

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหนี้สิน ในด้านการเสริมสิริมงคลมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.046

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหนี้สินแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหนี้สิน ในด้านการเสริมสิริมงคลมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.528

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหนี้สิน แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.34	3.31	3.67
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.34	-	0.039 (0.964)	0.330* (0.006)
ปริญญาตรี	3.31		-	0.368* (0.001)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.67			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหนี้สิน แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหนี้สินแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสี

ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.330

ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.329

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ แตกต่างกันในด้านคุณค่ากำไรสุทธิโดยรวม จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.12	3.32	3.73
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.12	-	-0.194 (0.082)	0.609* (<0.001)
ปริญญาตรี	3.32		-	0.415* (0.002)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.73			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ แตกต่างกันในด้านคุณค่ากำไรสุทธิโดยรวม จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.609

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.415

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่าค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน และหากค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หากค่า P-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรไม่มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี	Levene Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	33.879*	4	380	<0.001
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	4.175*	4	380	0.003
การเสริมสิริมงคล	7.957*	4	380	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	14.908*	4	380	<0.001
คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	12.434*	4	380	<0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้ Levene's test พบว่า การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ และคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001, 0.003, <0.001, <0.001 และ <0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิโดย
จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	31.675*	4	301.125	<0.001
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	10.126*	4	314.951	<0.001
การเสริมสิริมงคล	19.870*	4	269.923	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	24.643*	4	259.609	<0.001
คุณค่ากำไรสุทธิโดยรวม	26.449*	4	279.721	<0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิโดยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 48

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 49

การเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 50

ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบ

ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปราบกฎผลดังตาราง 51

คุณค่ากำลังไคฮินส์โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำลังไคฮินส์ที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไคฮินส์แตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปราบกฎผลดังตาราง 52

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไคฮินส์ แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ ผู้ประกอบการ	แม่บ้าน/ พอบ้าน
		3.62	3.66	2.66	3.88	3.75
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.62	-	0.039 (1.000)	0.955* (<0.001)	-0.256 (0.485)	-0.131 (0.995)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.66		-	0.994* (<0.001)	-0.217 (0.298)	-0.092 (0.999)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.66			-	1.211* (<0.001)	1.086* (<0.001)
เจ้าของกิจการ/ ผู้ประกอบการ	3.88				-	0.125 (0.986)
แม่บ้าน/พอบ้าน	3.75					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไคฮินส์แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำลังไคฮินส์ที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้สวมใส่กำลังไคฮินส์ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่

กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการเสริมบุคลิกภาพมากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.955

ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.994

ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจกับผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.211

ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.086

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ ผู้ประกอบการ	แม่บ้าน/ พอบ้าน
		3.39	3.45	2.80	3.39	3.41
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.39	-	-0.054 (1.000)	0.593* (0.005)	0.004 (1.000)	-0.013 (1.000)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.45		-	0.647* (<0.001)	0.059 (1.000)	0.042 (1.000)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.80			-	0.589* (<0.001)	-0.605* (0.001)
เจ้าของกิจการ/ ผู้ประกอบการ	3.39				-	-0.017 (1.000)
แม่บ้าน/พอบ้าน	3.41					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.593

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.647

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.589

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.605

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ ผู้ประกอบการ	แม่บ้าน/ พอบ้าน
		3.39	3.44	2.43	3.75	3.68
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.39	-	-0.058 (1.000)	0.958* (0.001)	-0.366 (0.628)	-0.296 (0.939)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.44		-	1.016* (<0.001)	-0.308 (0.284)	-0.237 (0.920)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.43			-	-1.324* (<0.001)	-1.254* (<0.001)
เจ้าของกิจการ/ ผู้ประกอบการ	3.75				-	0.070 (1.000)
แม่บ้าน/พอบ้าน	3.68					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.958

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่

กำลังไบนารีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.016

ผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.324

ผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำลังไบนารีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.254

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำลังไบนารี แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ ผู้ประกอบการ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
		3.43	3.54	2.79	3.65	3.70
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.43	-	-0.104 (0.997)	0.646* (0.001)	-0.218 (0.639)	-0.268 (0.518)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.54		-	0.751* (<0.001)	-0.113 (0.815)	-0.164 (0.715)

ตาราง 51 (ต่อ)

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ ผู้ประกอบการ	แม่บ้าน/ พอบ้าน
		3.43	3.54	2.79	3.65	3.70
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.79			-	-0.864*	-0.915**
เจ้าของกิจการ/ ผู้ประกอบการ	3.65				-	-0.051
แม่บ้าน/พอบ้าน	3.70					(1.000)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหสินสัแตกต่างกันในด้านของขวัณในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู้ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสัแตกต่างกันในด้านของขวัณในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสั ในด้านของขวัณในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.646

ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสัแตกต่างกันในด้านของขวัณในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสั ในด้านของขวัณในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.751

ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.864

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีค่า P-value เท่ากับ <math><0.001</math> ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.915

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกัน โดยรวมจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของกิจการ/ ผู้ประกอบการ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
		3.46	3.52	2.67	3.67	3.64
นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	3.46	-	-0.064 (1.000)	0.788* (<0.001)	-0.209 (0.804)	-0.177 (0.955)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.52		-	0.852* (<0.001)	-0.145 (0.748)	-0.113 (0.982)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.67			-	-0.997* (<0.001)	-0.965* (<0.001)
เจ้าของกิจการ/ ผู้ประกอบการ	3.67				-	0.032 (1.000)
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.64					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีแตกต่างกัน โดยรวมจำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.788

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.852

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.997

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.965

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

H_0 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่าค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน และหากค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หากค่า P-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 53 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี	Levene Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	11.083*	4	380	<0.001
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	1.382	4	380	0.239
การเสริมสิริมงคล	11.735*	4	380	<0.001
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	2.275	4	380	0.061
คุณค่ากำไหินสีโดยรวม	4.633*	4	380	0.001

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ Levene's test พบว่า การบ่งบอกสถานะทางสังคมและของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.239 และ 0.061 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ส่วนการเสริมบุคลิกภาพ การเสริมสิริมงคล และคุณค่ากำไหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001, <0.001 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้ F-test

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
การบ่งบอกสถานะทางสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4	9.793	2.448	2.954*	0.020
	ภายในกลุ่ม	380	314.891	0.829		
	รวม	384	324.683			
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ	ระหว่างกลุ่ม	4	7.822	1.956	2.911*	0.021
	ภายในกลุ่ม	380	255.284	0.672		
	รวม	384	263.106			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไร
หิโนลีโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

การบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรหิโนลีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่า
กำไรหิโนลีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อ
เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 56

ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า
ผู้สวมใส่กำไรหิโนลีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรหิโนลี
แตกต่างกันในด้านของของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบ
ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 58

ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรหิโนลีโดย
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	P-value
การเสริมบุคลิกภาพ	2.244	4	363.228	0.064
การเสริมสิริมงคล	15.347*	4	318.459	<0.001
คุณค่ากำไรหิโนลีโดยรวม	3.894*	4	366.045	0.004

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไร
หิโนลีโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

การเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ 0.065 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า
ผู้สวมใส่กำไรหิโนลีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรหิโนลี ไม่
แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า
ผู้สวมใส่กำไรหิโนลีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรหิโนลี

แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 57

คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 59

ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในการบ่งบอกสถานะทางสังคมจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	15,001-25,001	25,001-35,001	35,001-45,001	45,001 บาทขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	
		3.17	3.06	3.45	3.34	3.13
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.17	-	0.109 (0.465)	-0.280 (0.055)	-0.171 (0.288)	0.040 (0.829)
15,001-25,000 บาท	3.06		-	-0.389* (0.002)	-0.201* (0.049)	-0.068 (0.686)
25,001-35,000 บาท	3.45			-	0.108 (0.433)	0.320 (0.056)
35,001-45,000 บาท	3.34				-	0.211 (0.242)
45,001 บาทขึ้นไป	3.13					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในการบ่งบอกสถานะทางสังคมจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีค่า P-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.349

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีค่า P-value เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.201

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	15,001- 25,000 บาท	25,001- 35,000 บาท	35,001- 45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	
		3.11	3.53	3.34	3.57	2.00
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.11	-	-0.428 (0.066)	-0.237 (0.868)	-0.459 (0.087)	1.106* (<0.001)
15,001-25,000 บาท	3.53		-	0.190 (0.959)	-0.030 (1.000)	1.534* (<0.001)
25,001-35,000 บาท	3.34			-	-0.221 (0.938)	1.343* (<0.001)

ตาราง 57 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	15,001-	25,001-	35,001-	45,001
		เท่ากับ	25,000	35,000	45,000	บาทขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	
		3.11	3.53	3.34	3.57	2.00
35,001-45,000 บาท	3.57				-	1.565*
						(<0.001)
45,001 บาทขึ้นไป	2.00					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหสินสัแตกต่างกันในการเสริมสิริมงคลจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสัแตกต่างกันในการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสั ในการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.106

ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสัแตกต่างกันในการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสั ในการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.534

ผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสัที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.343

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ <math><0.001</math> ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.565

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ				
		15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
		3.48	3.50	3.26	3.42	3.06
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.48	-	-0.021 (0.875)	0.220 (0.094)	0.055 (0.706)	0.416* (0.014)
15,001-25,000 บาท	3.50		-	0.241* (0.031)	0.076 (0.552)	0.437* (0.004)
25,001-35,000 บาท	3.26			-	-0.165 (0.186)	0.196 (0.193)

ตาราง 58 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	15,001-	25,001-	35,001-	45,001
		เท่ากับ	25,000	35,000	45,000	บาทขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
		3.48	3.50	3.26	3.42	3.06
35,001-45,000 บาท	3.42				-	0.361*
						(0.027)
45,001 บาทขึ้นไป	3.06					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบพบว่า

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท มีค่า P-value เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.241

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.416

ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่า

กำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.437

ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท กับผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีค่า P-value เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.361

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่เป็นนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ แตกต่างกัน โดยรวม จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ				
		15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	45,001 บาทขึ้นไป
		3.25	3.42	3.35	3.48	2.89
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.25	-	-0.172 (0.818)	-0.099 (0.995)	-0.229 (0.524)	0.358* (0.049)
15,001-25,000 บาท	3.42		-	0.072 (1.00)	-0.056 (1.00)	0.530* (0.002)
25,001-35,000 บาท	3.35			-	-0.129 (0.988)	0.458* (0.013)
35,001-45,000 บาท	3.48				-	0.587* (0.001)
45,001 บาทขึ้นไป	2.89					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.587

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

H_0 : ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม	คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
งานอดิเรก	0.716*	<0.001	สูง	เดียวกัน
กิจกรรมสังคม	0.344*	<0.001	ต่ำ	เดียวกัน
การเลือกซื้อ	0.844*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
กิจกรรมโดยรวม	0.761*	<0.001	สูง	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.716 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของงานอดิเรกมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.344 มีความสัมพันธ์ระดับต่ำและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.844 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.761 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 61 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม	คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
งานอดิเรก	0.544*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
กิจกรรมสังคม	0.454*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
การเลือกซื้อ	0.568*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
กิจกรรมโดยรวม	0.622*	<0.001	สูง	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.514 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไหลินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของงานอดิเรกมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัย

ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.454 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.568 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.622 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม	คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านการเสริมสิริมงคล			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
งานอดิเรก	0.820*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
กิจกรรมสังคม	0.436*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
การเลือกซื้อ	0.753*	<0.001	สูง	เดียวกัน
กิจกรรมโดยรวม	0.823*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 62 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.820 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไหลินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของงานอดิเรกมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.484 มี

ความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.753 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.823 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม	คุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
งานอดิเรก	0.593*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
กิจกรรมสังคม	0.436*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
การเลือกซื้อ	0.636*	<0.001	สูง	เดียวกัน
กิจกรรมโดยรวม	0.663*	<0.001	สูง	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.593 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไลหีนสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของงานอดิเรกมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัย

ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.436 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.636 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.663 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม	คุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ โดยรวม			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
งานอดิเรก	0.764*	<0.001	สูง	เดียวกัน
กิจกรรมสังคม	0.482*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
การเลือกซื้อ	0.792*	<0.001	สูง	เดียวกัน
กิจกรรมโดยรวม	0.813*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรก มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.764 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไโลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของงานอดิเรกมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.482 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไโลหินสีมีรูปแบบ

การดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมของกิจกรรมสังคมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.792 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมของการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.813 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ	คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แฟชั่น	0.874*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
สื่อต่าง ๆ	0.881*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
ความสำเร็จ	0.750*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความสนใจโดยรวม	0.908*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 65 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.874 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของแฟชั่นมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ กับคุณค่ากำไลหินสี ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.881 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.750 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของความสำเร็จมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.908 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ	คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แฟชั่น	0.643*	<0.001	สูง	เดียวกัน
สื่อต่าง ๆ	0.650*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความสำเร็จ	0.553*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความสนใจโดยรวม	0.670*	<0.001	สูง	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 66 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.643 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของแฟชั่นมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัย

ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.650 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.553 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของความสำเร็จมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.670 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 67 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ	คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านการเสริมสิริมงคล			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แฟชั่น	0.773*	<0.001	สูง	เดียวกัน
เสื้อผ้าต่าง ๆ	0.857*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
ความสำเร็จ	0.810*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
ความสนใจโดยรวม	0.883*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 67 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.773 มีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของแฟชั่นมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของเสื้อผ้าต่าง ๆ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของเสื้อผ้าต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต

กรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.857 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.810 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.883 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 68 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ	คุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แฟชั่น	0.743*	<0.001	สูง	เดียวกัน
เสื้อผ้าต่าง ๆ	0.735*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความสำเร็จ	0.643*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความสนใจโดยรวม	0.769*	<0.001	สูง	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.743 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของแฟชั่นมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของเสื้อผ้าต่าง ๆ กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของเสื้อผ้าต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัย

ในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.735 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มากขึ้น จะทำให้คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ กับคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.643 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มากขึ้น จะทำให้คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม กับคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.769 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 69 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ	คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ โดยรวม			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
แฟชั่น	0.851**	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
สื่อต่าง ๆ	0.883**	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
ความสำเร็จ	0.783**	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความสนใจโดยรวม	0.912**	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 69 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.851 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของแฟชั่นมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.883 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนิน

ชีวิต ด้านความสนใจ ของสื่อต่าง ๆ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ กับคุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ของความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.783 มีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรสินทรัพย์มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ ของความสำเร็จมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม กับคุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.912 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรสินทรัพย์มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรสินทรัพย์ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 70 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ต่อตนเอง	0.784*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ผลิตภัณฑ์	0.698*	<0.001	สูง	เดียวกัน
วัฒนธรรม	0.731*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความคิดเห็นโดยรวม	0.842*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 70 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.784 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ต่อตนเองมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ กับคุณค่ากำไร หินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.689 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม กับคุณค่ากำไร หินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.731 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม กับคุณค่ากำไรหินสีใน มุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.842 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 71 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ต่อตนเอง	0.555*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ผลิตภัณฑ์	0.648*	<0.001	สูง	เดียวกัน
วัฒนธรรม	0.651*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความคิดเห็นโดยรวม	0.707*	<0.001	สูง	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 71 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.555 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง มากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่

อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.648 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.651 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.707 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 72 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านการเสริมสิริมงคล			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ต่อตนเอง	0.871*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
ผลิตภัณฑ์	0.522*	<0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
วัฒนธรรม	0.749*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความคิดเห็นโดยรวม	0.820*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 72 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.871 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไหลินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ต่อตนเองมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยใน

เขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.522 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.749 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.820 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 73 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ต่อตนเอง	0.688*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ผลิตภัณฑ์	0.711*	<0.001	สูง	เดียวกัน
วัฒนธรรม	0.727*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความคิดเห็นโดยรวม	0.810*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 73 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.688 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไหลินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ต่อตนเองมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยใน

เขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.711 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรมกับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.727 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.810 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 74 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	คุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ โดยรวม			
	r	P-value	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ต่อตนเอง	0.825*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน
ผลิตภัณฑ์	0.707*	<0.001	สูง	เดียวกัน
วัฒนธรรม	0.801*	<0.001	สูง	เดียวกัน
ความคิดเห็นโดยรวม	0.890*	<0.001	สูงมาก	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 74 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.825 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ต่อตนเองมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.707 มีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไลหิน

สีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม กับคุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.801 มีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรสุทธิมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น ของวัฒนธรรมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม กับคุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีค่า P-value เท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.890 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไรสุทธิมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไรสุทธิในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 75 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	P-value	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
1.1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	<0.001	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม	<0.001	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- ด้านการเสริมสิริมงคล	<0.001	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	<0.001	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- ด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	<0.001	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
1.2 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
- การเสริมบุคลิกภาพ	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- การบ่งบอกสถานะทางสังคม	0.133	ไม่แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- การเสริมสิริมงคล	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.071	ไม่แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	0.007	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
1.3 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มี สถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
- การเสริมบุคลิกภาพ	0.005	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- การบ่งบอกสถานะทางสังคม	0.350	ไม่แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- การเสริมสิริมงคล	<0.001	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- ของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.023	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test
- คุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	0.007	แตกต่างกัน	Independent Sample t-test

ตาราง 75 (ต่อ)

สมมติฐาน	P-value	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1.4 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม	0.040	แตกต่างกัน	F-test
- ด้านการเสริมสิริมงคล	<0.001	แตกต่างกัน	F-test
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.002	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	<0.001	แตกต่างกัน	F-test
1.5 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านการเสริมสิริมงคล	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
1.6 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน			
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	0.064	ไม่แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม	0.020	แตกต่างกัน	F-test
- ด้านการเสริมสิริมงคล	<0.001	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.021	แตกต่างกัน	F-test
- ด้านคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม	0.004	แตกต่างกัน	Brown-Forsythe

ตาราง 75 (ต่อ)

สมมติฐาน	r	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร			
2.1 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต			
ด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร		สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	0.716*	ระดับความสัมพันธ์สูง	Pearson Product Moment Correlation Coefficient
- ด้านการปกป้องสถานะทางสังคม	0.662*	ระดับความสัมพันธ์สูง	
- ด้านการเสริมสิริมงคล	0.823*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.663*	ระดับความสัมพันธ์สูง	
- ด้านคุณค่าก้ำไลหีนสีโดยรวม	0.813*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	
2.2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต			
ด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร		สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	0.908*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	Pearson Product Moment Correlation Coefficient
- ด้านการปกป้องสถานะทางสังคม	0.670*	ระดับความสัมพันธ์สูง	
- ด้านการเสริมสิริมงคล	0.883*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.769*	ระดับความสัมพันธ์สูง	
- ด้านคุณค่าก้ำไลหีนสีโดยรวม	0.912*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	
2.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต			
ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร		สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ด้านการเสริมบุคลิกภาพ	0.842*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	Pearson Product Moment Correlation Coefficient
- ด้านการปกป้องสถานะทางสังคม	0.707*	ระดับความสัมพันธ์สูง	
- ด้านการเสริมสิริมงคล	0.820*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	
- ด้านของขวัญในโอกาสต่างๆ	0.810*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	
- ด้านคุณค่าก้ำไลหีนสีโดยรวม	0.890*	ระดับความสัมพันธ์สูงมาก	

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีเนื้อหาการวิจัยโดยสังเขปดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณค่าก้ำไโลหินสี ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น กับคุณค่าก้ำไโลหินสี ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ การบ่งบอกสถานะทางสังคม การเสริมสิริมงคล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพิ่มโอกาสในการนำเสนอคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ และเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ โดยสามารถกำหนดกลุ่มตลาดได้อย่างชัดเจน เพื่อนำเสนอสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้โดยตรง

2. เพิ่มโอกาสในการนำเสนอการสวมใส่ก้ำไโลหินสีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน สามารถคาดการณ์ความต้องการ สร้างแนวคิดสินค้า เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคชาวไทยได้

3. ให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถนำข้อมูลไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจอย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้สวมใส่ก้ำไโลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่าก้ำไโลหินสีแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าง่าไลหีนสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่ก่าไลหีนสี ด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.18 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 ตามลำดับ

ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมา คือ อายุ 18-25 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.82 อายุ 36-45 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.54 และอายุ 46 ปี ขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 61.04 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.96 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.76 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 อาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.49 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.32 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความคิดเห็น ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมา ได้แก่ ความสนใจ ($\bar{X} = 3.51$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรม ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมสังคม ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมา ได้แก่ การเลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.41$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ งานอดิเรก ($\bar{X} = 2.75$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านงานอดิเรก โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีเพื่อสวมใส่หรือสะสม ($\bar{X} = 3.08$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะทำงานหัตถศิลป์ เช่น การร้อยลูกปัด ร้อยกำไล ($\bar{X} = 2.90$) ข้อของท่านมักจะหาโอกาสเข้าชมงานจัดแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 2.70$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ข้อของท่านมักร่วมพูดคุยในบอร์ดสนทนาเกี่ยวกับกำไลหินสีอยู่เสมอ ($\bar{X} = 2.31$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านกิจกรรมสังคม โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านมักจะไปทำบุญที่วัด หรือมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา ($\bar{X} = 3.74$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะไปเทศกาลงานวัดตามโอกาส ($\bar{X} = 3.56$) และข้อของท่านมักจะเข้าร่วมงานประเพณีต่าง ๆ ของไทย ($\bar{X} = 3.49$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านมักจะหาโอกาสทำกิจกรรมจิตอาสาตามสถานสงเคราะห์ หรือมูลนิธิต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.28$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับกิจกรรม ด้านการเลือกซื้อโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีในราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามรสนิยมที่ชอบ ($\bar{X} = 3.60$) และ

ผู้สวมใส่กำไลหินสีมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามที่ดารา/อินฟลูเอนเซอร์สวมใส่ ($\bar{X} = 2.70$) ตามลำดับ

ด้านความสนใจ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมา ได้แก่ แฟชั่น ($\bar{X} = 3.59$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.19$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับความสนใจ ด้านแฟชั่น โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านสนใจกำไลหินสีที่มีความสวยงามโดดเด่น ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านสนใจการออกแบบกำไลหินสีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับทุกวัยมากขึ้น ($\bar{X} = 3.61$) และข้อของท่านสนใจกำไลหินสีหายาก ($\bar{X} = 3.54$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสนใจกำไลหินสีที่เป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น และอัปเดตกระแสความนิยมกำไลหินสีใหม่ ๆ อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.30$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับความสนใจ ด้านสื่อต่าง ๆ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านสนใจกำไลหินสีตามคำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์ ($\bar{X} = 3.50$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสนใจโฆษณาที่เกี่ยวกับกำไลหินสี และคิดว่าสิ่งนี้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 3.29$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านสนใจหัวข้อกำไลหินสีตามเว็บไซต์ โทรท์สน์ หรือนิตยสาร ($\bar{X} = 3.00$) และข้อของท่านสนใจและติดตามดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ชื่นชอบกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์ ($\bar{X} = 2.98$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับความสนใจ ด้านความสำเร็จ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อของท่านสนใจความสำเร็จของตนเองในอาชีพที่ทำอยู่ ($\bar{X} = 4.21$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านสนใจที่จะมุ่งมั่นถึงเป้าหมายในอาชีพที่ได้ตั้งไว้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านสนใจการสวมใส่กำไลหินสีเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในด้านการงาน การเงิน ความรัก

($\bar{X} = 3.76$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสนใจดาราคินฟลูเอนเซอร์ที่ออกมาบอกเล่าเรื่องราวการสวมใส่กำไลหินสีที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.05$) ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็น โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลិតภักดิ์ ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมา ได้แก่ ต่อตนเอง ($\bar{X} = 3.46$) และวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านต่อตนเอง โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าภาพลักษณ์ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ จึงให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การสวมใส่เครื่องประดับกำไลหินสี ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าท่านมักจะประสบความสำเร็จในเรื่องที่ท่านคาดหวังเสมอ ($\bar{X} = 3.68$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 3.22$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าความสมหวังในชีวิตมีผลมาจากกำไลหินสีที่ท่านบูชาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ ($\bar{X} = 3.09$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านผลិតภักดิ์ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีธรรมชาติเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภคมากกว่ากำไลหินสีที่ผ่านการย้อม ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ารูปลักษณ์ของหินสีมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ($\bar{X} = 4.02$) ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีหายากมักมีราคาสูง ($\bar{X} = 4.02$) และข้อของท่านคิดว่าความสวยงามของกำไลหินสีเป็นสิ่งที่ดูสวยงาม ลึกลับและน่าค้นหา ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

เกี่ยวกับความคิดเห็น ด้านวัฒนธรรม โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าวัฒนธรรมเรื่องราวหินสีที่มีมาตั้งแต่โบราณกาลเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ เพราะการสร้างสรรค์เครื่องประดับกำไลหินสีสะท้อนถึงภูมิปัญญาวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าหินสีแต่ละสีนั้นมีพลังงานที่ส่งผลต่อร่างกายและจิตใจ สามารถใช้เป็นเครื่องรางของขลังได้ ($\bar{X} = 3.48$) และข้อของ

ท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นหลักฐานวัฒนธรรมของมนุษย์สมัยต่าง ๆ ในอดีต ($\bar{X} = 3.46$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าหินสีเสมือนตัวแทนแห่งศรัทธาที่มีต่อพระเจ้า มีต่อศาสนา ($\bar{X} = 3.20$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลคุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเสริมบุคลิกภาพ ($\bar{X} = 3.44$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.37$) รองลงมา ได้แก่ การเสริมสิริมงคล ($\bar{X} = 3.26$) และการบ่งบอกสถานะทางสังคม ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

ด้านการเสริมบุคลิกภาพโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของท่านให้ดูดีขึ้น ($\bar{X} = 3.54$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้ท่านดูมีความมั่นใจ ($\bar{X} = 3.45$) และข้อของท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเติมเต็มภาพลักษณ์ให้ดูสมบูรณ์แบบ ($\bar{X} = 3.41$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านสวมใส่กำไลหินสีเป็นประจำ เพื่อเปลี่ยนความจำเจของเครื่องแต่งกายให้ดูน่าสนใจมากขึ้น ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีบ่งบอกรสนิยมของผู้สวมใส่ ($\bar{X} = 3.69$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของกำไลหินสีเป็นหนึ่งในเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคมได้ ($\bar{X} = 3.30$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ($\bar{X} = 3.01$) และข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงจะทำให้คนรอบข้างมีมุมมองต่อท่านในทางที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 2.98$) ตามลำดับ

ด้านการเสริมสิริมงคลโดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสี

มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้เกิดสมดุลในร่างกายและจิตใจ ($\bar{X} = 3.35$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยป้องกันและบำบัดเป่าพลังงานลบได้ ($\bar{X} = 3.24$) ข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเสริมอำนาจบารมี โชคลาภและความร่ำรวย ($\bar{X} = 3.24$) และข้อของท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีเปรียบเสมือนเครื่องรางและช่วยให้สมปรารถนาในความรัก ($\bar{X} = 3.19$) ตามลำดับ

ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยรวม ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นของขวัญที่มีคุณค่าในโอกาสต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.46$) รองลงมา ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีสื่อถึงความเอาใจใส่และความพิเศษที่ผู้ให้มอบแก่ผู้รับ ($\bar{X} = 3.44$) และข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีช่วยให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ได้รับ ($\bar{X} = 3.42$) และผู้สวมใส่กำไลหินสีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อของท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นสิ่งกลางที่ช่วยยกระดับความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.14$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการบ่งบอกสถานะทางสังคมมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยการเสริมสิริมงคลมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสี เพศหญิง มีค่าเฉลี่ย ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 18-25 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี และผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี

ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสีโดยรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย การเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ไม่แตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ยการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีสถานภาพโสด

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไหินสี ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านโดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านโดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คู่ต่อมา ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คู่ต่อมา สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการเสริมบุคลิกภาพ มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คู่ต่อมา ผู้สวมใส่

มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิโดยรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คู่ต่อมา ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คู่ต่อมา ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกัน

ด้านการเสริมบุคลิกภาพ พบว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ไม่แตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม พบว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001–35,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท และผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001–45,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท

ด้านการเสริมสิริมงคล พบว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิแตกต่างกันในด้านการเสริมสิริมงคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่พบว่า ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ในด้านการเสริมสิริมงคล มากกว่าผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป ผู้สวมใส่กำไรสุทธิที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไรสุทธิ ใน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านกิจกรรม

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.813 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.761 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.622 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.823 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขต

กรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.663 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรมโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความสนใจ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.912 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.908 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.670 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่

อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.883 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.769 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคิดเห็น

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.890 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.842 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่กำไลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยใน

เขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.707 มีความสัมพันธ์ระดับสูงและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมเพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.820 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านการเสริมสิริมงคลเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น โดยรวม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.810 มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากและมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไถหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไถหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบประเด็นที่สำคัญซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกัน

1.1 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีเพศแตกต่างกันมีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม ด้านการเสริมสิริมงคล ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ และคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม โดยผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีเพศชาย เนื่องจากกำไลหินสีถือเป็นเครื่องประดับเพื่อความสวยงามชนิดหนึ่ง พร้อมกับเป็นเครื่องรางประจำกายที่ใช้ในการบำบัดร่างกาย จิตใจ ตามความเชื่อของบุคคล โดยเพศหญิงจะมีความนิยมใช้เครื่องประดับประเภทกำไลมากกว่าเพศชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงมีมุมมองในเรื่องคุณค่าของกำไลหินสีมากกว่าเพศชายที่ใช้เป็นทั้งเครื่องประดับและมีคุณค่าทางจิตใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญรัตน์ ประกิจเพชร (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการเสริมสิริมงคล และคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 36-45 ปี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี เนื่องจากปัจจุบันกำไลหินสีได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงวัยทำงานหรือวัยที่เป็นผู้ใหญ่แล้ว จากการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับหินสีในเรื่องโชคลาภหรืออำนาจบารมี ผู้สวมใส่ต้องการตัวจะช่วยเสริมความเจริญรุ่งเรืองในทุก ๆ ด้านพร้อมกันนั้นในปัจจุบันได้มีการพัฒนาด้านการออกแบบให้มีความสวยงาม น่าซื้อถือ ดูสุภาพเข้ากับเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของวัยผู้สวมใส่ จึงทำให้กลุ่มอายุ 36-45 ปีมีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอายุ 26-35 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญรัตน์ ประกิจเพชร (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสร้อยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการเสริมสิริมงคล และด้านของขวัญใน

โอกาสต่าง ๆ ตลอดจนมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าเฉลี่ย มุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีมากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพโสด เนื่องจาก ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ซึ่งอาจเป็นกลุ่มที่ ผ่านประสบการณ์ชีวิต ปัญหา หรือเหตุการณ์ในชีวิตที่ไม่พึงปรารถนา มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด ดังนั้นกลุ่มดังกล่าวจึงมีความสนใจต่อวัตถุที่เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจ และเห็นคุณค่ากำไลหินสี มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล สมฤกษ์ผล (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความเชื่อและพฤติกรรมกรเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อต่อ ความนิยมในการบริโภคเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดแตกต่างกัน

1.4 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม ด้าน การเสริมสิริมงคล และด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ตลอดจนมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสี โดยรวม มากกว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีระดับปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องจากกำไลหินสีเป็นเครื่องประดับที่เป็นเครื่องรางเสริมบารมี ลาภยศ และความเป็นสิริมงคลแก่ผู้ที่สวมใส่ และเมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษากับมุมมองคุณค่าของ กำไลหินสี อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่อง เครื่องรางเสริมสิริมงคลมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับ งานวิจัยของ นพดล สมฤกษ์ผล (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความเชื่อและพฤติกรรมกรเลือกซื้อ เครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อต่อความนิยมในการบริโภค เครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดแตกต่างกัน

1.5 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหิน สีแตกต่างกันในด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม ด้านการเสริมสิริมงคล และด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ตลอดจนมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโดยภาพรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีน้อยกว่าอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาด้านอาชีพนั้นอาจพิจารณาในมุมมองเกี่ยวกับการซื้อสวมใส่เพื่อเสริมบุคลิกภาพ หรือนิยมซื้อเพื่อเป็นของขวัญตามโอกาส ซึ่งอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจถือเป็นอาชีพที่มีระเบียบ แบบแผน เมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จึงทำให้อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความสนใจในเรื่องของการซื้อเครื่องประดับกำไลหินสีเพื่อสวมใส่หรือมอบเป็นของขวัญน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสทยา ชุ่มบุญชู (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อประเภทของเครื่องประดับอัญมณี จำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ และการวางแผนการซื้อเครื่องประดับอัญมณี

1.6 ผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีแตกต่างกันในด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม ด้านการเสริมสิริมงคล ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ตลอดจนมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโดยภาพรวม พบว่าผู้สวมใส่กำไลหินสีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีมุมมองในเรื่องของคุณค่ากำไลหินสีโดยรวมน้อยกว่ารายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001–25,000 บาท 25,001–35,000 บาท และ 35,001–45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากกลุ่มที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไปเป็นกลุ่มที่รายได้สูงซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำเร็จในเรื่องรายได้จากการประกอบอาชีพ สามารถสร้างรายได้ที่เพียงพอ หรือรายได้อยู่ในระดับที่เป็นที่พอใจ ดังนั้นจึงมีความต้องการหรือมีมุมมองในเรื่องเครื่องประดับหรือวัตถุที่ให้โชคลาภน้อยกว่าระดับรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001–25,000 บาท รายได้ 25,001–35,000 บาท และ 35,001–45,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสทยา ชุ่มบุญชู (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อประเภทของเครื่องประดับอัญมณี จำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ และการวางแผนการซื้อเครื่องประดับอัญมณี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมในระดับสูงมาก และรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม ด้านการเสริมสิริมงคล และด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไโลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยภาพรวมที่มากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้นในระดับสูงมากเช่นเดียวกัน เนื่องจากการดำเนินชีวิตของผู้ที่สวมใส่ก้ำไโลหินสีนั้นจะมีกิจกรรม เช่น การเลือกซื้อก้ำไโลหินสีในราคาที่เหมาะสมเพื่อสวมใส่หรือสะสม การเข้าร่วมชมงาน จัดแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ หรือมักจะไปทำบุญที่วัดและมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา จึงถือว่าเป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา แลกเปลี่ยน เรียนรู้ เกี่ยวกับก้ำไโลหินสี เกิดจากการที่บุคคลได้เห็นถึงคุณค่าของก้ำไโลหินสี ดังนั้นกิจกรรมมีความความสัมพันธ์กับคุณค่าของก้ำไโลหินสี สอดคล้องกับแนวคิดของ Solomon (2017) ที่อธิบายว่า การที่ผู้บริโภคเลือกใช้เวลาและเงินของตนไปกับสิ่งต่าง ๆ สะท้อนถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้า ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือน ๆ กัน และใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน

2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า คุณค่าก้ำไโลหินสีด้านการเสริมบุคลิกภาพ และด้านการเสริมสิริมงคลมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ส่วนคุณค่าก้ำไโลหินสีด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคม ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง โดยทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าผู้สวมใส่ก้ำไโลหินสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไโลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในทุกด้านเพิ่มมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากผู้สวมใส่ก้ำไโลหินสีมักมีความสนใจต่อก้ำไโลหินสีเป็นพิเศษ เช่น สนใจเรื่องความสวยงามโดดเด่นของก้ำไโลหินสี สนใจคำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์ สนใจสวมใส่ก้ำไโลหินสีเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในอาชีพที่ทำอยู่ ซึ่งความสนใจดังกล่าวเกิดจากการให้คุณค่าต่อก้ำไโลหินสี ดังนั้นความสนใจของผู้สวมใส่จึงมีความสัมพันธ์กับคุณค่าของก้ำไโลหินสี สอดคล้องกับแนวคิดของ Plummer (1974) ที่อธิบายว่า ความสนใจของบุคคล เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุ โดยจะมีระดับของ

ความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นที่จะนำไปสู่ปลายทางของความสนใจ คือการให้คุณค่าต่อสิ่งนั้น ๆ โดยการแสดงออกถึงความตั้งใจเป็นพิเศษ

2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไคหีนสีในมุมมองของผู้สวมิใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไคหีนสีด้านการเสริมบุคลิกภาพ ด้านการเสริมสิริมงคล ด้านของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ในระดับสูงมาก และด้านการบ่งบอกสถานะทางสังคมอยู่ในระดับสูง โดยทุกด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าผู้สวมิใส่ก้ำไคหีนสีมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นโดยรวมมากขึ้น จะทำให้คุณค่าก้ำไคหีนสีในมุมมองของผู้สวมิใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครในทุกด้านเพิ่มมากขึ้นในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากความคิดเห็นของบุคคลเป็นการประเมินผลต่อสิ่งเร้า เพื่ออธิบาย แปลความหมาย การคาดคะเน และการประมาณค่า สำหรับความคิดเห็นต่อก้ำไคหีนสีของผู้สวมิใส่ก้ำไคหีนสี ซึ่งคิดเห็นว่าการสวมิใส่ก้ำไคหีนสีนั้นช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง คิดว่าก้ำไคหีนสีธรรมชาติเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภค และคิดว้ก้ำไคหีนสีนั้นมีคุณค่าแสดงถึงวัฒนธรรมเรื่องราวที่มีมาตั้งแต่โบราณกาล เป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ เพราะการสร้างสรรค้คุณค่าเครื่องประดับก้ำไคหีนสีนั้นจะสะท้อนถึงภูมิปัญญาวัฒนธรรม ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวจึงเป็นลักษณะที่เห็นคุณค่าต่อก้ำไคหีนสี ดังนั้นความคิดเห็นของผู้สวมิใส่ก้ำไคหีนสีจึงสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไคหีนสี สอดคล้องกับแนวคิดของ Antonides and Raaij (1998) ที่อธิบายว่า การแสดงออกทางความคิดนั้นเป็นคำตอบของแต่ละบุคคล ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนการตีความ การคาดหวัง และการประเมินผลดีผลเสียของสิ่งนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไคหีนสีในมุมมองของผู้สวมิใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยดังนี้

1. ผู้ประกอบการหรือกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคเพศหญิงที่มีอายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เป็นกลุ่มเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความคิดเห็นต่อคุณค่าก้ำไคหีนสีมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าก้ำไหลินสีดังนี้

2.1 ควรส่งเสริมให้ผู้สนใจก้ำไหลินสีมีกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น เช่น การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดโดยจัดกิจกรรมโปรโมชั่นราคาสินค้าก้ำไหลินสีที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคในช่องทางการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ มีการนำกำไรจากการจำหน่ายร่วมสมทบทุนตามกิจกรรมทางศาสนาหรือมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนั้น ๆ มีการจำหน่ายชุดอุปกรณ์สำหรับงานหัตถศิลป์ง่าย ๆ เพื่อให้คนที่ชื่นชอบก้ำไหลินสีได้ใช้เวลาว่างไปกับงานหัตถศิลป์ สำหรับงานทำมือเพื่อสวมใส่หรือสะสม อีกทั้งยังช่วยสร้างเสริมคุณค่าให้กับผลงาน เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่อีกด้วย

2.2 การพัฒนาด้านความสนใจ ผู้ผลิตก้ำไหลินสีควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ก้ำไหลินสีให้เป็นสินค้าที่มีความสวยงาม โดดเด่น ควรส่งเสริมการโฆษณาก้ำไหลินสีผ่านสื่อโฆษณาอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น เช่น พุดคุยบอกเล่าเรื่องราวการสวมใส่ก้ำไหลินสีที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จหรือเกิดสมดุลในร่างกายและจิตใจตามคำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้สวมใส่และผู้บริโภคโดยทั่วไปมากยิ่งขึ้น

2.3 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับก้ำไหลินสี โดยผู้ประกอบการควรนำเสนอเรื่องราวและข้อมูลเกี่ยวกับก้ำไหลินสีเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะในแง่มุมมองเกี่ยวกับตนเอง เช่น ภาพลักษณ์ของผู้สวมใส่ก้ำไหลินสี สวมเพื่อเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีและบ่งบอกถึงรสนิยม นอกจากนี้ควรนำเสนอให้เห็นคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ เช่น เป็นสิ่งสวยงาม มีความเป็นธรรมชาติ ไม่ปรุงแต่ง เหมาะแก่การสวมใส่และมอบให้เป็นของขวัญ และควรเสนอแง่มุมด้านการเป็นสินค้าภูมิปัญญาวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่โบราณกาล เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้แง่มุมที่สำคัญของก้ำไหลินสีมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าก้ำไหลินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรศึกษากลุ่มผู้สวมใส่ก้ำไหลินสีที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ เนื่องจากในงานวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลได้น้อยกว่าผู้สวมใส่ที่มีสถานภาพโสด แต่มีมุมมองในเรื่องของคุณค่าก้ำไหลินสีมากกว่า จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่น่าสนใจ ซึ่งเหมาะแก่การศึกษาครั้งต่อไปเพื่อนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจก้ำไหลินสีโดยเฉพาะ

2. ควรศึกษาตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผู้บริโภคในตลาดสินค้ากำไรโหดเพิ่มเติม

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ควรมีการศึกษาผ่านกลุ่มที่เป็นพื้นที่เฉพาะของกลุ่มผู้สวมใส่กำไรโหดในสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผลการศึกษามีความละเอียดและเจาะจงมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- Antonides, G., & Raaij, F. W. v. (1998). *Consumer behavior: A European perspective*. Chichester: Wiley.
- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action* (5th). n.p.: Kent.
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* (6th). Cincinnati, OH: South Western College.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer behavior* (7th). Fort Worth: The Dryden.
- Hartung, J., & Argaç, D. a. (2001). Testing for homogeneity in combining of two-armed trials with normally distributed responses. *Sankhyā: The Indian Journal of Statistics, Series B*, 12(63), 298-310.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hongrutai, H. (2003). คุณสมบัติทางกายภาพของอัญมณี. สืบค้นจาก <http://bgl.chanthaburi.buu.ac.th/2018/documents/article016.pdf>
- Ittner, C. D., & Larcker, D. F. (1996). Measuring the impact of quality initiatives on firm financial performance D. F. Fedor & S. Ghosh *Advances in the Management of Organizational Quality, Vol. 1* (pp. 1-37). Greenwich, CT: Jai Press.
- J. C., S., & Geoffrey, S. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing*, 77, 203-220.
- J. C., S., Geoffrey, S., & Lester W, J. (1999). The role of perceived risk in the quality-value relationship: A study in a retail environment. *Journal of Retailing*, 77(1), 77-105.
- Jamie, C., Aron, O. C., & Dennis, A. (2015). Assessing customers' perceived value of the online channel of multichannel retailers: A two country examination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27(6), 90-102.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.

marketeeronline. (2558). ปราบกฏการฉ้อโกงตลาดหินมรกตฟิวเจอร์. สืบค้นจาก

<https://marketeeronline.co/archives/30208>

Philip, K., & Kevin, L. K. (2009). *Marketing Management*: Pearson Prentice Hall.

Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation: The combination of two useful concepts provides a unique and important view of the market. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.

Reimer, B. (1995). *Youth and modern lifestyle in youth culture in late modernity* (J. Fomas & G. Bolin Eds.). London: Sage.

Robert, B. W. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25, 139-153.

Ruth, N. B., & James, H. D. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality And Value. *Journal of Consumer Research* 17(4), 375-384.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Customer behavior* (10th). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.

Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (10th ed). Boston: Pearson.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

กรุงศรี ภูฏ เอสเอ็มอี. (2564). ธุรกิจเครื่องประดับ: แข่งขันดุเดือดไทยอยู่แถวหน้า. สืบค้นจาก

<https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/jewelry-business-match-heated-thai-forefront>

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). หลักสถิติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิวเวลรี่, ค. (2564). ข้อดีของเครื่องประดับที่คุณไม่ควรพลาด. สืบค้นจาก <https://www.xn--42cgk2bvgeg0ebdc9jc2cgld4hd0q3gkh.com/16814377/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%B5%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B8%93%E0%B9%84%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94->

จุฬามาศ ณ สงขลา. (2553). พลังหินบ้ำบัดและอัญมณีเสริมดวงชะตา (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สถาพรบุ๊คส์.

จุฬามาศ ณ สงขลา. (2555). ทำนายชีวิตด้วยพลังหินสี (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬามาศคลับ.

จุฬามาศ พาณิชยรังสี. (2549). รูปแบบการดำเนินชีวิตพฤติกรรมกรรมการเปิดรับและทัศนคติของผู้อ่านหญิงที่มีต่อนิตยสารผู้หญิง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.

ฐิติมา อังกุลวัชรพันธุ์. (2549). ภาพสัญลักษณ์มงคล ฮก ลก ซิ่ว : คติความเชื่อแบบจีนในงานศิลปกรรมสมัยรัชการที่ 3. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นจาก <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/d58fd336-521e-49dc-93e2-2ec8eea883d1/Fulltext.pdf?attempt=2>

ดร.ภูวดล วรรณชะชัยแสง. (2558). รู้เท่าทัน "หินสี". *MGR Online*. สืบค้นจาก

<https://mgronline.com/science/detail/9580000019128>

ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ถวัลรัตน์ กัลชาญกิจ และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล. (2559). บุคลิกภาพผู้บริโภค ความเชื่อโชคลาง และพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับหินสีมงคล. วารสารประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 9(2), 39-61.

ไทยรัฐออนไลน์. (2563, 18 ตุลาคม 2563). ความเชื่อส่วนบุคคล ไช้ความเชื่อ หินสี เสริมดวงความ

- รัก. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/horoscope/belief/1951545>
- ธัญญา พยากรณ์ และนเรนทร นเรนทรเสนี. (2558). มหัทศวรรษแห่งอัญมณีและหินดี (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เพชรกะรัต.
- นพดล สมฤกษ์ผล. (2552). ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- นภัทร วงศ์คม. (2555). ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลังของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 วิทยาลัยเทคนิคแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- นัสทยา ชุ่มบุญชู. (2564). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 8(1), 320-330.
- นิพนธ์ เทพวัลย์. (2523). ประชากรศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปริญรัตน์ ประกิจเพชร. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับคอสมูมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก http://mba.swu.ac.th/article/fileattachs/19122016142118_f_0.pdf
- ผศ.ดร.ปัญญาวรรณ ธนสุทธิพิทักษ์. (2558). รู้เท่าทัน "หินดี". *MGR Online*. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/science/detail/9580000019128>
- ภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ภาควิชาธรณีวิทยา คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. การจำแนกค่าความแข็งของแร่ในหน่วยโมลส์. สืบค้นจาก <http://vrgeology.net/2019/02/22/mohs-scale/>
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รศ.ดร.จักรพันธ์ สุทธิรัตน์. (2558, 18 กุมภาพันธ์ 2558). รู้เท่าทัน "หินดี". *MGR Online*. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/science/detail/9580000019128>
- รุ่งอรุณ สมเคราะห์. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพตามแนวห้าองค์ประกอบและไมเยอร์-บริคส์กับความพึงพอใจในงาน (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

- ลัคนา วัฒนชะชีวะกุล. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากร. เชียงใหม่: สันติภาพ แพ็คพรีนธ์.
- วรรณศิริ ศิริวารานบุญ. (2563). เขียนกระทู้เรื่อง สิริมงคลในความเชื่อแบบไทย. สืบค้นจาก <http://www.monstermom.net/?p=5404>
- วัชรพงษ์ กงเวียน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครในการบูชาวัตถุมงคล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วันชัย แซ่ซุ. (2561). กระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไอทีผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- วาริธร อุดมเวช. (2557). อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญต่อการเลือกซื้อสินค้าชokolat โดยมีความนับถือชokolat การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายในและรูปแบบการประมวลผลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภชัยให้คำปรึกษาและการสะกดจิตด้วยเทคนิค NLP. (2564). ทฤษฎีบุคลิกภาพ: Carl G. Jung. สืบค้นจาก <https://thaihypnosis.com/Content/page/ทฤษฎีบุคลิกภาพ:-Carl-G.-Jung>
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2564). ห้ากระแสที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับและแนวโน้มตลาดในปี 2021. สืบค้นจาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2347.1.0.html>
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2532). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมเด็จพระสังฆราช (อุฎฺฐายีมหาเถระ จวน). (2534). มงคลในพระพุทธศาสนา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2564). ข้อมูลทั่วไปด้านประชากร. สืบค้นจาก <https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic&language=th>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2564). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- สิริภรณ์ ระวังงาน. (2553). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบต่อความพึงพอใจในความสัมพันธ์ของคู่รักโดยมีองค์ประกอบของความรักทั้งสามเป็นตัวแปรส่งผ่าน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุภาวดี กังวานวานิชย์. (2556). ศึกษาวิเคราะห์เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคกับความเชื่อในเรื่องเครื่องรางของขลังในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) ไม่ได้

ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.

สุริยศักดิ์ อมตกุล. (2550). แก้วกรรม เสริมดวงบำบัดโรคด้วยอัญมณีและหินสี. กรุงเทพฯ: ชบา พับลิชชิ่ง เวิร์กส.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉริยา ทุงแจ้. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์.

(การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

อารยา ภิรมงคลจิต. (2556). มงคล. สืบค้นจาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=มงคล>

๒๑-พฤศจิกายน-๒๕๕๖







ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัยเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ตอบแบบสอบถามนี้เป็นผู้สวมใส่กำไลหินสีทั้งหมด ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อ และตอบให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงที่สุด ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ จะนำเสนอในภาพรวม ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อ ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยเท่านั้น

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่สวมใส่กำไลหินสี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () ที่ตรงกับตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 18-25 ปี () 26-35 ปี () 36-45 ปี
() 46-55 ปี () 56 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส/อยู่ด้วยกัน () หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา () พนักงานบริษัทเอกชน
() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ
() แม่บ้าน/พ่อบ้าน

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท () 15,001-25,000 บาท
() 25,001-35,000 บาท () 35,001-45,000 บาท
() 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่กำไลหินสีที่อาศัยในเขต

กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพียงช่องเดียว

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับการปฏิบัติ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. กิจกรรม (Activities)					
1.1 งานอดิเรก					
1.1.1 ท่านมักจะหาโอกาสเข้าชมงานจัดแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ					
1.1.2 ท่านมักจะทำงานหัตถศิลป์ เช่น การร้อยลูกปัด ร้อยกำไล					
1.1.3 ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีเพื่อสวมใส่หรือสะสม					
1.1.4 ท่านมักร่วมพูดคุยในบอร์ดสนทนาเกี่ยวกับกำไลหินสี อยู่เสมอ					
1.2 กิจกรรมสังคม					
1.2.1 ท่านมักจะไปทำบุญที่วัด หรือมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา					
1.2.2 ท่านมักจะไปเทศกาลงานวัดตามโอกาส					
1.2.3 ท่านมักจะหาโอกาสทำกิจกรรมจิตอาสาตามสถานสงเคราะห์ หรือมูลนิธิต่าง ๆ					
1.2.4 ท่านมักจะเข้าร่วมงานประเพณีต่าง ๆ ของไทย					
1.3 การเลือกซื้อ					
1.3.1 ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามรสนิยมที่ชอบ					
1.3.2 ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีในราคาที่เหมาะสม					
1.3.3 ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์					
1.3.4 ท่านมักจะซื้อกำไลหินสีตามที่ดารา/อินฟลูเอนเซอร์สวมใส่					

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความสนใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
2. ความสนใจ (Interests)					
2.1 แพชั่น					
2.1.1 ท่านสนใจกำไลหินสีที่เป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น และอัปเดตกระแสความนิยมกำไลหินสีใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
2.1.2 ท่านสนใจการออกแบบกำไลหินสีที่ทันสมัยและเหมาะกับทุกวัยมากขึ้น					
2.1.3 ท่านสนใจกำไลหินสีที่มีความสวยงาม โดดเด่น					
2.1.4 ท่านสนใจกำไลหินสีหายาก					
2.2 สื่อต่าง ๆ					
2.2.1 ท่านสนใจหัวข้อกำไลหินสีตามเว็บไซต์ โทรทอล์ค หรือ นิตยสาร					
2.2.2 ท่านสนใจโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับกำไลหินสี และคิดว่าสิ่งนี้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ					
2.2.3 ท่านสนใจและติดตามดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ชื่นชอบกำไลหินสีผ่านช่องทางออนไลน์					
2.2.4 ท่านสนใจกำไลหินสีตามคำบอกเล่าของนักโหราศาสตร์					
2.3 ความสำเร็จ					
2.3.1 ท่านสนใจความสำเร็จของตนเองในอาชีพที่ทำอยู่					
2.3.2 ท่านสนใจที่จะมุ่งมั่นถึงเป้าหมายในอาชีพที่ได้ตั้งไว้ภายในระยะเวลาที่กำหนด					
2.3.3 ท่านสนใจการสวมใส่กำไลหินสีเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในด้านการงาน การเงิน ความรัก					
2.3.4 ท่านสนใจดารา/อินฟลูเอนเซอร์ที่ออกมาบอกเล่าเรื่องราวการสวมใส่กำไลหินสีที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จ					

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
3. ความคิดเห็น (Opinions)					
3.1 ต่อกันเอง					
3.1.1 ท่านคิดว่าท่านมักจะประสบความสำเร็จในเรื่องที่ท่านคาดหวังเสมอ					
3.1.2 ท่านคิดว่าความสมหวังในชีวิตมีผลมาจากกำลังที่ทุ่มเทของท่านเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ					
3.1.3 ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ตนเองเป็นสิ่งสำคัญ จึงให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การสวมใส่เครื่องประดับกำลังที่ทุ่มเท					
3.1.4 ท่านคิดว่าการสวมใส่กำลังที่ทุ่มเทช่วยให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น					
3.2 ผลิตภัณฑ์					
3.2.1 ท่านคิดว่าความสวยงามของกำลังที่ทุ่มเทเป็นสิ่งที่คุณให้ความสำคัญและนำค้นหา					
3.2.2 ท่านคิดว่ารูปลักษณ์ของกำลังที่ทุ่มเทมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป					
3.2.3 ท่านคิดว่ากำลังที่ทุ่มเทหายากและมีราคาสูง					
3.2.4 ท่านคิดว่ากำลังที่ทุ่มเทธรรมชาติเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภคมากกว่ากำลังที่ทุ่มเทที่ผ่านการย้อม					
3.3 วัฒนธรรม					
3.3.1 ท่านคิดว่าวัฒนธรรมเรื่องราวกำลังที่ทุ่มเทที่มีมาตั้งแต่โบราณกาลเป็นสิ่งที่จะต้องรักษาไว้ เพราะการสร้างสรรคเครื่องประดับกำลังที่ทุ่มเทสะท้อนถึงภูมิปัญญาวัฒนธรรม					
3.3.2 ท่านคิดว่ากำลังที่ทุ่มเทเหมือนตัวแทนแห่งศรัทธาที่มีต่อพระเจ้ามีต่อศาสนา					
3.3.3 ท่านคิดว่ากำลังที่ทุ่มเทแต่ละชิ้นนั้นมีพลังงานที่ส่งผลต่อร่างกายและจิตใจ สามารถใช้เป็นเครื่องรางของขลังได้					
3.3.4 ท่านคิดว่ากำลังที่ทุ่มเทเป็นหลักฐานวัฒนธรรมของมนุษย์สมัยต่าง ๆ ในอดีต					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลคุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพียงช่องเดียว

คุณค่างำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
การเสริมบุคลิกภาพ					
1. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของท่านให้ดูดีขึ้น					
2. ท่านสวมใส่กำไลหินสีเป็นประจำ เพื่อเปลี่ยนความจำเจของเครื่องแต่งกายให้ดูน่าสนใจมากขึ้น					
3. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้ท่านดูมีความมั่นใจ					
4. ท่านคิดว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเติมเต็มเติมภาพลักษณ์ให้ดูสมบูรณ์แบบ					
การบ่งบอกสถานะทางสังคม					
5. ท่านคิดว่ากำไลหินสีบ่งบอกรสนิยมของผู้สวมใส่					
6. กำไลหินสีเป็นหนึ่งในเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคมได้					
7. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม					
8. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีที่มีมูลค่าสูงจะทำให้คนรอบข้างมีมุมมองต่อท่านในทางที่ดีขึ้น					
การเสริมสิริมงคล					
9. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีทำให้เกิดสมดุลง่ายและจิตใจ					
10. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยป้องกันและปิดเป่าพลังงานลบได้					
11. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีเปรียบเสมือนเครื่องรางและช่วยให้สมปรารถนาในความรัก					
12. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่กำไลหินสีช่วยเสริมอำนาจบารมี โชคลาภ และความร่ำรวย					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

คุณค่ากำไลหินสีในมุมมองของผู้สวมใส่	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ					
13. ท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นของขวัญที่มีคุณค่าในโอกาสต่าง ๆ					
14. ท่านคิดว่ากำไลหินสีช่วยให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ได้รับ					
15. ท่านคิดว่ากำไลหินสีสื่อถึงความเอาใจใส่และความพิเศษที่ผู้ให้มอบแก่ผู้รับ					
16. ท่านคิดว่ากำไลหินสีเป็นสื่อกลางที่ช่วยยกระดับความสัมพันธ์					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ฉวีจิตรี แจ่งขำ
วัน เดือน ปี เกิด	27 กุมภาพันธ์ 2536
สถานที่เกิด	ปราจีนบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วท.บ.) สาขาวัสดุศาสตร์ (อัญมณีและ เครื่องประดับ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

