

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันทองคำถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการลงทุนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากนักลงทุนทั้งในประเทศไทย และในต่างประเทศทั่วโลก จากคุณสมบัติเฉพาะตัวของทองคำ คือมีความคงทน มั่นวางไม่ผุกร่อนไปตามกาลเวลา เป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่าในตัวเอง มีสภาพคล่องสูงสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้รวดเร็ว (K Wisdom of Wealth ELEVENTH ISSUE, 2552 : 46) นอกจากนี้ทองคำยังมีบทบาทในฐานะทุนสำรองของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมไปถึงในส่วนของทุนสำรองของประเทศไทยด้วย จากรายงานของสภาทองคำโลกฉบับเดือนสิงหาคม 2554 พบว่าธนาคารแห่งประเทศไทยได้ถือครองทองคำเพิ่มมากขึ้นจากปี 2553 จำนวน 18.7 ตัน ซึ่งถือว่ามีจำนวนการถือครองทองคำเพิ่มขึ้นสูงเป็นอันดับที่ 2 ของโลก และรวมปริมาณทองคำที่ธนาคารแห่งประเทศไทยถือครองไว้ ณ สิงหาคม 2554 ได้เป็น 127.5 ตันซึ่งมากเป็นอันดับที่ 25 ของโลก (วารสารทองคำ, 2554 : 27-29)

ประกอบกับการขยายตัวอย่างมากของอุปสงค์ทองคำในภาคการลงทุนภาคอุตสาหกรรม วงการแพทย์และทันตกรรม และทุนสำรองของประเทศ ได้ก่อให้เกิดความผันผวนของราคาทองคำอย่างมาก โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2554 ราคาทองคำได้ปรับตัวขึ้นจากประมาณ 1,100 ดอลลาร์ต่อออนซ์ ไปถึง 1,920 ดอลลาร์ต่อออนซ์ และปรับตัวลงมายังประมาณ 1,700 ดอลลาร์ต่อออนซ์ในปัจจุบัน (KITCO, 2555 : ออนไลน์) ซึ่งความผันผวนของราคานี้ได้ส่งผลให้นักลงทุนเป็นจำนวนมากสนใจเข้ามาเก็งกำไรจากราคาทองคำ เนื่องจากมีโอกาสในการซื้อขายทองคำได้บ่อยครั้งมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ธุรกิจการค้าทองคำเพื่อการลงทุนสามารถสร้างมูลค่าการซื้อขายในตลาดต่าง ๆ ทั่วโลกได้เป็นจำนวนมาก (จิตติ ตั้งสิทธิ์ภักดี, 2554 : 10-11)

โดยในส่วนของประเทศไทยที่มีค่านิยมในการใช้ทองคำเป็นเครื่องสะสมความมั่งคั่งและเครื่องวัดความมีฐานะหน้าตาในสังคมมาแต่สมัยโบราณ (ปิติ ศรีแสงนาม, 2553 : ออนไลน์) ก็ได้มีการพัฒนาความนิยมในการลงทุนในทองคำเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน โดยจะเห็นได้จากมูลค่าการนำเข้าส่งออกทองคำของประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 1 โดยเริ่มมีมูลค่าการ

นำเข้าส่งออกทองคำสูงขึ้นมากอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2551 และมีมูลค่าการนำเข้าส่งออกทองคำมากที่สุดในปี พ.ศ. 2554

ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าการนำเข้าส่งออกทองคำของประเทศไทย ปี 2544 - 2554 (หน่วย : ล้านบาท)

ปี	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554
นำเข้า	36,687.93	33,114.89	29,210.55	46,045.92	78,874.92	71,742.64	57,002.16	202,727.66	129,652.50	254,270.34	502,239.03
ส่งออก	889.72	10,166.39	16,919.89	5,830.51	9,048.96	19,667.31	52,072.22	113,096.65	194,135.92	203,850.26	157,836.82
รวม	37,577.65	43,281.28	46,130.44	51,876.43	87,923.88	91,409.95	109,074.38	315,824.31	323,788.42	458,120.60	660,075.85

(ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2555: ออนไลน์)

โดยในส่วนของรูปแบบการลงทุนในทองคำของประเทศไทยนั้น พบว่าตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา มีสัดส่วนการลงทุนระหว่างทองคำแท่ง และทองคำรูปพรรณกลับข้างกันจากในอดีตที่แต่เดิมมีการซื้อขายทองคำรูปพรรณเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันกลับมีปริมาณการซื้อขายทองคำแท่งถึงร้อยละ 95 ในขณะที่มีการซื้อขายทองคำรูปพรรณเพียงร้อยละ 5 เท่านั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่าคนไทยรู้จักทองคำในฐานะสินทรัพย์เพื่อการออมและการลงทุนมากยิ่งขึ้น (กนกวรรณ คำปิว, 2553 : 2) นอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนในทองคำต่าง ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา ได้แก่ สัญญาซื้อขายล่วงหน้าอ้างอิงราคาทองคำ (Gold Futures) กองทุนทองคำ (Gold Fund) และทองคำอีทีเอฟ (Gold ETF) ตามลำดับ ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ตลาดทองคำได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอีกด้วย (บริษัท จีที เวิร์ล แมเนจเม้นท์ จำกัด, 2554 : 38-39)

นอกจากนี้กระแสความนิยมการลงทุนในทองคำก็ได้กระจายออกมายังต่างจังหวัดด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นหัวเมืองใหญ่ของประเทศไทย ซึ่งรวมไปถึงจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคเหนือ ส่งผลให้มูลค่าตลาดทองคำในจังหวัดเชียงใหม่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยประชาชนชมรมร้านทองจังหวัดเชียงใหม่คาดว่าจะมีผู้นิยมซื้อทองคำเพื่อการเก็งกำไรเพิ่มมากขึ้นกว่าการซื้อไปสวมใส่ ดังนั้นจึงส่งผลให้ความนิยมทองคำแท่งที่มีต้นทุนการลงทุนต่ำกว่าทองคำรูปพรรณเริ่มเป็นที่นิยมในจังหวัดเชียงใหม่ (เชียงใหม่นิวส์ ออนไลน์, 2554 : ออนไลน์) จากการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็วนี้ ได้ส่งผลให้ร้านทองในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแต่เดิมมีรายได้จากทองคำรูปพรรณเป็นหลัก ต้องปรับตัวมาจำหน่ายทองคำแท่งร่วมไปด้วย (เชียงใหม่นิวส์ ออนไลน์, 2554 : ออนไลน์) ในปัจจุบันมีร้านทองในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกสมาคมค้าทองคำแห่งประเทศไทยที่

จำหน่ายทองคำแท่งจำนวนทั้งสิ้น 20 ร้าน (สมาคมค้าทองคำ, 2555 : ออนไลน์) และมีแนวโน้มที่ร้านทองทุกร้านในจังหวัดเชียงใหม่จะจำหน่ายทองคำแท่งในอนาคตอันใกล้นี้ นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีผู้จำหน่ายทองคำแท่งในรูปแบบของบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งแบบห้องค้าเข้ามาเปิดกิจการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ออสสิริสเชียงใหม่ จำกัด บริษัท อินทรีทองคำทองแท่ง จำกัด และบริษัท อุดมศรี โกลด์ จำกัด (สมาคมค้าทองคำ, 2555 : ออนไลน์)

โดยในส่วนของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้จำหน่ายทองคำแท่งนิยมนำมาใช้เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดกัน เช่น การมีทองคำแท่งขนาดเล็กไว้จำหน่าย การลดราคาค่าธรรมเนียมการซื้อขายทองคำแท่ง การมีช่องทางทางการส่งคำสั่งซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต การให้บริการที่ปรึกษาการลงทุนและบทวิเคราะห์ การจัดแสดงทองคำที่หน้าร้าน และการโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายทองคำแท่งแต่ละรายก็จะมุ่งเน้นส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันไป และผู้บริหารของแต่ละรายก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักลงทุนในการซื้อขายทองคำแท่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ประกอบการในธุรกิจทองคำแท่งควรให้ความสำคัญ เพื่อสามารถนำมาใช้ในการวางแผน ออกแบบ ส่วนประสมการตลาดให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักลงทุนที่ต้องการลงทุนในทองคำแท่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักลงทุนในการซื้อขายทองคำแท่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักลงทุนในการซื้อขายทองคำแท่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุน เพื่อขยายฐานลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายทองคำแท่งในอนาคต

## นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**ทองคำแท่ง** หมายถึง ทองคำที่มีการหลอมรวมกันเป็นแท่ง โดยในการซื้อขายทองคำในประเทศไทยจะมีอยู่ 2 เปรอร์เซ็นต์มาตรฐาน ตามความบริสุทธิ์ของทองคำ คือ ทองคำแท่งความบริสุทธิ์ 96.5% และ 99.99 %

**นักลงทุน** หมายถึง ผู้ที่ซื้อทองคำแท่งไว้เพื่อถือครองในระยะสั้น หรือในระยะยาวจากผู้จำหน่ายทองคำแท่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความมั่งคั่งของราคาทองคำแท่ง

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** หมายถึง เครื่องมือ (Tools) ด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของนักลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สินค้าและบริการที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ได้แก่ ทองคำแท่ง และภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

**ราคา (Price)** หมายถึง นโยบายการกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่ง ค่าธรรมเนียมการให้บริการซื้อขายทองคำแท่ง และวิธีการชำระค่าทองคำแท่ง

**ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง การกำหนดทำเลที่ตั้ง เวลาทำการ การจัดแสดงสินค้า และช่องทางของนักลงทุนในการติดต่อซื้อขายทองคำแท่งซึ่งประกอบด้วยหน้าร้านของผู้จำหน่ายทองคำแท่ง การติดต่อซื้อขายทองคำแท่งทางโทรศัพท์ และการติดต่อซื้อขายทองคำแท่งทางอินเทอร์เน็ต

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างนักลงทุนกับผู้จำหน่ายทองคำแท่งเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบไปด้วยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

**บุคลากร (People)** หมายถึง ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการลงทุนทองคำ ซึ่งทำหน้าที่ส่งมอบการบริการในการซื้อขายทองคำแท่งให้แก่นักลงทุน เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้นักลงทุนได้

**กระบวนการให้บริการ (Process)** หมายถึง กระบวนการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่ง การออกเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่ง กระบวนการในการชำระค่าทองคำแท่ง กระบวนการส่ง

และรับมอบทองคำแท่ง และการตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของลูกค้า อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และสามารถสร้างความประทับใจได้

**ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** หมายถึง การตกแต่งบริเวณพื้นที่ที่นักลงทุนสามารถมองเห็นได้ และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความโดดเด่น และความน่าเชื่อถือให้กับผู้จำหน่ายทองคำแท่ง