

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักลงทุนในการซื้อขายทองคำแท่ง  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 10 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ต่อ  
เดือน และระดับการศึกษาขั้นสูงสุด จำแนกตามผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการซื้อขายทองคำแท่ง ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการซื้อขายทองคำแท่ง  
ประเภททองคำแท่งที่เคยซื้อขาย ประเภทผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำที่ไม่ใช่ทองคำแท่งที่เคยซื้อขาย  
การลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำที่เคยลงทุน ระยะเวลาการถือครองทองคำแท่งต่อรอบการซื้อขาย  
ช่องทางในการซื้อขายทองคำแท่ง ลักษณะการซื้อขายทองคำแท่ง ปริมาณน้ำหนักทองคำแท่งที่ซื้อ  
ขายต่อครั้ง และแหล่งที่มาของเงินที่นำมาซื้อทองคำแท่ง จำแนกตามผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่ง จำแนกตาม  
ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับร้านทอง จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับร้านทอง จำแนกตามอายุ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง จำแนกตามอายุ

ส่วนที่ 8 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับร้านทอง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 10 ข้อมูลปัญหาของนักลงทุนในการซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายทองคำแท่ง  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามผู้จำหน่ายทองคำแท่ง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง	จำนวน	ร้อยละ
ร้านทอง	135	50.0
บริษัทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง	135	50.0
<b>รวม</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 กำหนดให้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทอง ร้อยละ 50.0 และซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

เพศ	ร้านทอง		บริษัทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	69	51.1	82	60.7	151	55.9
หญิง	66	48.9	53	39.3	119	44.1
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.9 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 44.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.1 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทผู้จำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.7 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 39.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ และผู้จำหน่าย  
ทองคำแท่ง

สถานภาพ	ร้านทอง		บริษัทจำหน่าย ทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	87	64.4	100	74.1	187	69.3
โสด	46	34.1	33	24.4	79	29.3
หย่า/หม้าย	2	1.5	2	1.5	4	1.5
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 69.3  
รองลงมาเป็นโสด ร้อยละ 29.3 และหย่า/หม้าย ร้อยละ 1.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ  
64.4 รองลงมาเป็นโสด ร้อยละ 34.1 และหย่า/หม้าย ร้อยละ 1.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่มี  
สถานภาพสมรส ร้อยละ 74.1 รองลงมาเป็นโสด ร้อยละ 24.4 และหย่า/หม้าย ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

อายุ	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี	42	31.1	40	29.6	82	30.4
36-45 ปี	51	37.8	37	27.4	88	32.6
46-55 ปี	29	21.5	34	25.2	63	23.3
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	13	9.6	24	17.8	37	13.7
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 36-45ปีมากที่สุด ร้อยละ 32.6 รองลงมาอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี ร้อยละ 32.6 อายุ 46-55 ปี ร้อยละ 23.3 และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 13.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองมีอายุ 36-45ปีมากที่สุด ร้อยละ 37.8 รองลงมาอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี ร้อยละ 31.1 อายุ 46-55 ปี ร้อยละ 21.5 และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งมีอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปีมากที่สุด ร้อยละ 29.6 รองลงมาอายุ 36-45 ปี ร้อยละ 27.4 อายุ 46-55 ปี ร้อยละ 25.2 และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 17.8

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

อาชีพ	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	66	48.9	40	29.6	106	39.3
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	53	39.3	36	26.7	89	33.0
แพทย์ / พยาบาล	5	3.7	33	24.4	38	14.1
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ	6	4.4	11	8.1	17	6.3
ธุรกิจร้านทอง	1	0.7	6	4.4	7	2.6
ครู / อาจารย์	0	0.0	5	3.7	5	1.9
เกษียณอายุ	4	3.0	0	0.0	4	1.5
สัตวแพทย์	0	0.0	2	1.5	2	0.7
นักเทคนิคการแพทย์	0	0.0	2	1.5	2	0.7
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 39.3 รองลงมาเป็นค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ร้อยละ 33.0 แพทย์ / พยาบาล ร้อยละ 14.1 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 6.3 ธุรกิจร้านทอง ร้อยละ 2.6 ครู / อาจารย์ ร้อยละ 1.9 สัตวแพทย์ ร้อยละ 0.7 และนักเทคนิคการแพทย์ ร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 48.9 รองลงมาเป็นค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ร้อยละ 39.3 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 4.4 แพทย์ / พยาบาล ร้อยละ 3.7 เกษียณอายุ ร้อยละ 3.0 และธุรกิจร้านทอง ร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 29.6 รองลงมาเป็นค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ ร้อยละ 26.7 แพทย์ / พยาบาล ร้อยละ 24.4 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 8.1 ธุรกิจร้านทอง ร้อยละ 4.4 ครู/อาจารย์ ร้อยละ 3.7 สัตวแพทย์ และนักเทคนิคการแพทย์ ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

รายได้ต่อเดือน	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	27	20.0	35	25.9	62	22.9
30,001 – 45,000 บาท	29	21.5	29	21.5	58	21.5
45,001 – 60,000 บาท	14	10.4	18	13.3	32	11.9
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	65	48.1	53	39.3	118	43.7
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 43.7 รองลงมารายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ร้อยละ 22.9 รายได้ 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 21.5 และรายได้ 45,001-60,000 บาท ร้อยละ 11.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 48.1 รองลงมารายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ร้อยละ 20.0 รายได้ 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 21.5 และรายได้ 45,001-60,000 บาท ร้อยละ 10.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 39.3 รองลงมารายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ร้อยละ 25.9 รายได้ 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 21.5 และรายได้ 45,001-60,000 บาท ร้อยละ 13.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	4.4	7	5.2	13	4.8
ปริญญาตรี	89	65.9	86	63.7	175	64.8
สูงกว่าปริญญาตรี	40	29.6	42	31.1	82	30.4
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 รองลงมาเป็นสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 30.4 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.9 รองลงมาเป็นสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 29.6 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63.7 รองลงมาเป็นสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 31.1 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5.2



## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การซื้อขายทองคำแท่ง และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ประสบการณ์การซื้อขาย ทองคำแท่ง	ร้านทอง		บริษัทจำหน่าย ทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี	19	14.1	27	20.0	46	17.0
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	67	49.6	67	49.6	134	49.6
มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 6 ปี	43	31.9	39	28.9	82	30.4
มากกว่า 6 ปีขึ้นไป	6	4.4	2	1.5	8	3.0
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การซื้อขายทองคำแท่งมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปีมากที่สุด ร้อยละ 49.6 รองลงมาเป็นประสบการณ์มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 6 ปี ร้อยละ 30.4 ประสบการณ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ร้อยละ 17.0 และประสบการณ์มากกว่า 6 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองมีประสบการณ์การซื้อขายทองคำแท่งมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปีมากที่สุด ร้อยละ 49.6 รองลงมาเป็นประสบการณ์มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 6 ปี ร้อยละ 31.9 ประสบการณ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ร้อยละ 14.1 และประสบการณ์มากกว่า 6 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งมีประสบการณ์การซื้อขายทองคำแท่งมากกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปีมากที่สุด ร้อยละ 49.6 รองลงมาเป็นประสบการณ์มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 6 ปี ร้อยละ 28.9 ประสบการณ์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ร้อยละ 20.0 และประสบการณ์มากกว่า 6 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภททองคำแท่งที่เคยซื้อขาย และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ประเภททองคำแท่งที่เคยซื้อขาย	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทองคำแท่ง 96.5%	135	100.0	133	98.5	268	99.3
ทองคำแท่ง 99.99%	32	23.7	27	20.0	59	21.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อขายทองคำแท่ง 96.5% ร้อยละ 99.3 และทองคำแท่ง 99.99% ร้อยละ 21.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่เคยซื้อขายทองคำแท่ง 96.5% ร้อยละ 100.0 และทองคำแท่ง 99.99% ร้อยละ 23.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่เคยซื้อขายทองคำแท่ง 96.5% ร้อยละ 98.5 และทองคำแท่ง 99.99% ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำที่ไม่ใช่ทองคำแท่งที่เคยซื้อขาย และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ประเภทผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำที่ไม่ใช่ทองคำแท่งที่เคยซื้อขาย	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทองรูปพรรณ	128	94.8	94	69.6	222	82.2
ไม่เคยซื้อขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำประเภทอื่น	4	3.0	37	27.4	41	15.2
สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า	7	5.2	31	23.0	38	14.1
กองทุนทองคำ	24	17.8	9	6.7	33	12.2
อื่น ๆ	0	0.0	2	1.5	2	0.7
Gold ETF	0	0.0	1	0.7	1	0.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อขายทองรูปพรรณ ร้อยละ 82.2 รองลงมาไม่เคยซื้อขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำประเภทอื่น ร้อยละ 15.2 สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ร้อยละ 14.1 กองทุนทองคำ ร้อยละ 12.2 อื่น ๆ ร้อยละ 0.7 และ Gold ETF ร้อยละ 0.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่เคยซื้อขายทองรูปพรรณ ร้อยละ 94.8 รองลงมากองทุนทองคำ ร้อยละ 17.8 สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ร้อยละ 5.2 และไม่เคยซื้อขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำประเภทอื่น ร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่เคยซื้อขายทองรูปพรรณ ร้อยละ 69.6 รองลงมาไม่เคยซื้อขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทองคำประเภทอื่น ร้อยละ 27.4 สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ร้อยละ 23.0 กองทุนทองคำ ร้อยละ 6.7 อื่น ๆ ร้อยละ 1.5 และ Gold ETF ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำที่เคยลงทุน และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ประเภทการลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำที่เคยลงทุน	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กองทุนรวม	52	38.5	69	51.1	121	44.8
ไม่เคยลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำอื่น	62	45.9	44	32.6	106	39.3
หุ้นสามัญ	25	18.5	31	23.0	56	20.7
อสังหาริมทรัพย์	17	12.6	24	17.8	41	15.2
หุ้นกู้	18	13.3	11	8.1	29	10.7
เงินตราต่างประเทศ	2	1.5	10	7.4	12	4.4
พันธบัตรรัฐบาล	2	1.5	7	5.2	9	3.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยลงทุนกองทุนรวมมากที่สุด ร้อยละ 44.8 รองลงมาไม่เคยลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำอื่น ร้อยละ 39.3 หุ้นสามัญ ร้อยละ 20.7 อสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 15.2 หุ้นกู้ ร้อยละ 10.7 เงินตราต่างประเทศ ร้อยละ 4.4 และพันธบัตรรัฐบาล ร้อยละ 3.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองไม่เคยลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำอื่น ร้อยละ 45.9 รองลงมาเคยลงทุนกองทุนรวมมากที่สุด ร้อยละ 38.5 หุ้นสามัญ ร้อยละ 18.5 หุ้นกู้ ร้อยละ 13.3 อสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 12.6 เงินตราต่างประเทศ ร้อยละ 1.5 และพันธบัตรรัฐบาล ร้อยละ 1.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งเคยลงทุนกองทุนรวมมากที่สุด ร้อยละ 51.1 รองลงมาไม่เคยลงทุนผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวกับทองคำอื่น ร้อยละ 32.6 หุ้นสามัญ ร้อยละ 23.0 อสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 17.8 หุ้นกู้ ร้อยละ 8.1 เงินตราต่างประเทศ ร้อยละ 7.4 และพันธบัตรรัฐบาล ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการถือครอง  
ทองคำแท่งต่อหนึ่งรอบการซื้อขาย และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ระยะเวลาในการถือครอง	ร้านทอง		บริษัทจำหน่าย ทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 สัปดาห์	0	0.0	0	0.0	0	0.0
มากกว่า 1 สัปดาห์ แต่ไม่เกิน 1 เดือน	0	0.0	10	7.4	10	3.7
มากกว่า 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน	36	26.7	18	13.3	54	20.0
มากกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน	46	34.1	43	31.9	89	33.0
มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	43	31.9	56	41.5	99	36.7
มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	10	7.4	8	5.9	18	6.7
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการถือครองทองคำแท่งมากกว่า 6  
เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปีมากที่สุด ร้อยละ 36.7 รองลงมามากกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน ร้อยละ 33.0  
มากกว่า 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน ร้อยละ 20.0 มากกว่า 1 ปีขึ้นไป ร้อยละ 6.7 และมากกว่า 1 สัปดาห์  
แต่ไม่เกิน 1 เดือน ร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองมีระยะเวลาการถือครองทองคำแท่ง  
มากกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือนมากที่สุด ร้อยละ 34.1 รองลงมามากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี ร้อย  
ละ 31.9 มากกว่า 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน ร้อยละ 26.7 และมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ร้อยละ 7.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งมีระยะเวลาการถือ  
ครองทองคำแท่งมากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปีมากที่สุด ร้อยละ 41.5 รองลงมามากกว่า 3 เดือน แต่ไม่  
เกิน 6 เดือน ร้อยละ 31.9 มากกว่า 1 เดือน แต่ไม่เกิน 3 เดือน ร้อยละ 13.3 มากกว่า 1 สัปดาห์ แต่ไม่เกิน  
1 เดือน ร้อยละ 7.4 และมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางการซื้อขาย และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ช่องทางการซื้อขาย	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	76	56.3	101	74.8	177	65.6
เดินทางไปซื้อขายที่ร้าน	59	43.7	23	17.0	82	30.4
ซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	0	0.0	11	8.1	11	4.1
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ ร้อยละ 65.6 รองลงมาเดินทางไปซื้อขายที่ร้าน ร้อยละ 30.4 และซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ ร้อยละ 56.3 และเดินทางไปซื้อขายที่ร้าน ร้อยละ 43.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ ร้อยละ 74.8 รองลงมาเดินทางไปซื้อขายที่ร้าน ร้อยละ 17.0 และซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 8.1

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อขายทองคำแท่ง และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ลักษณะการซื้อขายทองคำแท่ง	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อขายกับผู้จำหน่ายเพียงรายเดียว	31	23.0	64	47.4	95	35.2
ซื้อขายกับผู้จำหน่ายประมาณ 2-3 ราย	96	71.1	68	50.4	164	60.7
ซื้อขายกับผู้จำหน่ายประมาณ 4-6 ราย	8	5.9	3	2.2	11	4.1
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายประมาณ 2-3 ราย ร้อยละ 60.7 รองลงมาซื้อขายกับผู้จำหน่ายเพียงรายเดียว ร้อยละ 35.2 และซื้อขายกับผู้จำหน่ายประมาณ 4-6 ราย ร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่ซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายประมาณ 2-3 ราย ร้อยละ 71.1 รองลงมาซื้อขายกับผู้จำหน่ายเพียงรายเดียว ร้อยละ 23.0 และซื้อขายกับผู้จำหน่ายประมาณ 4-6 ราย ร้อยละ 5.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่ซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายประมาณ 2-3 ราย ร้อยละ 50.4 รองลงมาซื้อขายกับผู้จำหน่ายเพียงรายเดียว ร้อยละ 47.4 และซื้อขายกับผู้จำหน่ายประมาณ 4-6 ราย ร้อยละ 2.2

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณน้ำนักทองคำแท่งที่ซื้อขายต่อครั้ง และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปริมาณน้ำนักทองคำแท่งที่ซื้อขายต่อครั้ง	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5 – 30 บาททอง	66	48.9	78	57.8	144	53.3
31 – 80 บาททอง	22	16.3	28	20.7	50	18.5
81- 150 บาททอง	30	22.2	16	11.9	46	17.0
151- 200 บาททอง	1	0.7	2	1.5	3	1.1
201 – 250 บาททอง	10	7.4	0	0.0	10	3.7
มากกว่า 250 บาททอง	6	4.4	11	8.1	17	6.3
<b>รวม</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>135</b>	<b>100.0</b>	<b>270</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปริมาณน้ำนักทองคำแท่งที่ซื้อขายต่อครั้ง 5 – 30 บาททอง ร้อยละ 53.3 รองลงมาซื้อขาย 31 – 80 บาททอง ร้อยละ 18.5 ซื้อขาย 81 – 150 บาททอง ร้อยละ 17.0 ซื้อขายมากกว่า 250 บาททอง ร้อยละ 6.3 ซื้อขาย 201 – 250 บาททอง ร้อยละ 3.7 และซื้อขาย 151 – 200 บาททอง ร้อยละ 1.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่มีปริมาณน้ำนักทองคำแท่งที่ซื้อขายต่อครั้ง 5 – 30 บาททอง ร้อยละ 48.9 รองลงมาซื้อขาย 81 – 150 บาททอง ร้อยละ 22.2 ซื้อขาย 31 – 80 บาททอง ร้อยละ 16.3 ซื้อขาย 201 – 250 บาททอง ร้อยละ 7.4 ซื้อขายมากกว่า 250 บาททอง ร้อยละ 4.4 และซื้อขาย 151 – 200 บาททอง ร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่มีปริมาณน้ำนักทองคำแท่งที่ซื้อขายต่อครั้ง 5 – 30 บาททอง ร้อยละ 57.8 รองลงมาซื้อขาย 31 – 80 บาททอง ร้อยละ 20.7 ซื้อขาย 81 – 150 บาททอง ร้อยละ 11.9 ซื้อขายมากกว่า 250 บาททอง ร้อยละ 8.1 และซื้อขาย 151 – 200 บาททอง ร้อยละ 1.5



ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินที่นำมาซื้อทองคำแท่ง และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

แหล่งที่มาของเงินที่นำมาซื้อ ทองคำแท่ง	ร้านทอง		บริษัทจำหน่าย ทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินออมส่วนตัว	134	99.3	134	99.3	268	99.3
เงินจากการขายสินทรัพย์อื่น ๆ	13	9.6	15	11.1	28	10.4
เงินกู้ยืม	3	2.2	2	1.5	5	1.9
มรดก	2	1.5	2	1.5	4	1.5
อื่น ๆ	0	0.0	2	1.5	2	0.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวน 270 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อทองคำแท่งจากเงินออมส่วนตัว ร้อยละ 99.3 รองลงมาเป็นเงินจากการขายสินทรัพย์อื่น ๆ ร้อยละ 10.4 เงินกู้ยืม ร้อยละ 1.9 มรดก ร้อยละ 1.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองส่วนใหญ่ซื้อทองคำแท่งจากเงินออมส่วนตัว ร้อยละ 99.3 รองลงมาเป็นเงินจากการขายสินทรัพย์อื่น ๆ ร้อยละ 9.6 เงินกู้ยืม ร้อยละ 2.2 และมรดก ร้อยละ 1.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายทองคำแท่งส่วนใหญ่ซื้อทองคำแท่งจากเงินออมส่วนตัว ร้อยละ 99.3 รองลงมาเป็นเงินจากการขายสินทรัพย์อื่น ๆ ร้อยละ 11.1 เงินกู้ยืม ร้อยละ 1.5 มรดก ร้อยละ 1.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่ง จำแนกตามประเภทผู้  
จำหน่ายทองคำแท่ง

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ  
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	3.39 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตาม มาตรฐาน	4.42 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	3.71 มาก	3.78 มาก	3.74 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.93 มาก	3.65 มาก	3.79 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.54 มาก	3.36 ปานกลาง	3.45 มาก
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	3.15 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
จำหน่ายทองคำแท่งตราหมีหรือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	4.22 มากที่สุด	3.93 มาก	4.08 มาก

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.57 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	4.16 มาก	3.76 มาก	3.96 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	4.16 มาก	3.96 มาก	4.06 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.47 มาก	3.79 มาก	3.63 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.88 มาก</b>	<b>3.77 มาก</b>	<b>3.83 มาก</b>

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราที่ยี่ห้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.06) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.79) จำหน่ายทั้ง

ทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.74) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) บรรจุกัญท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.24) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.16) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.93) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.71) บรรจุกัญท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.96) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.78) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุกัญท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.42 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.79 มาก	3.68 มาก	3.74 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	4.01 มาก	4.30 มากที่สุด	4.15 มาก
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร	3.98 มาก	4.14 มาก	4.06 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	3.30 ปานกลาง	3.72 มาก	3.51 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.90 มาก</b>	<b>4.04 มาก</b>	<b>3.97 มาก</b>

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.40) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอน

ผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.38) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	3.96 มาก	3.85 มาก	3.90 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.47 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	2.99 ปานกลาง	3.67 มาก	3.33 ปานกลาง
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.30 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด	4.35 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย	4.14 มาก	4.02 มาก	4.08 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.84 มาก	3.99 มาก	3.91 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	3.14 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.83 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>	<b>3.86 มาก</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.47) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.30) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.14) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.41) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.40) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.67) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.94)



ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่ง เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.41 มาก	3.21 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน	3.41 มาก	3.49 มาก	3.45 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	3.96 มาก	3.94 มาก	3.95 มาก
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย	3.91 มาก	3.90 มาก	3.91 มาก
บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.22 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น	3.16 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น	3.81 มาก	3.44 มาก	3.63 มาก

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
<b>ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด</b>	<b>n = 135</b>	<b>n = 135</b>	<b>n = 270</b>
	<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>ค่าเฉลี่ย</b>
	<b>แปลผล</b>	<b>แปลผล</b>	<b>แปลผล</b>
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่ง ของตนเองย้อนหลังได้	4.09 มาก	4.24 มากที่สุด	4.17 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.75</b>	<b>3.69</b>	<b>3.72</b>
<b>แปลผล</b>	<b>มาก</b>	<b>มาก</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.17) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึกปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.81) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.41) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.49) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และกิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี	4.49 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด	4.47 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี	4.05 มาก	4.40 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	3.90 มาก	4.24 มากที่สุด	4.07 มาก
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.16 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.90 มาก</b>	<b>4.00 มาก</b>	<b>3.95 มาก</b>

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.47) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ

ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อของขวัญทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อของขวัญทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อของขวัญทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อของขวัญทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.44) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัท จำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.24 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า	4.53 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.58 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.49 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.46 มากที่สุด</b>	<b>4.50 มากที่สุด</b>	<b>4.48 มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.63) มีเอกสารประกอบการซื้อขาย

ทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.58) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.41) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.46) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.58) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.49) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.64) การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34) และการส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง		
	ร้านทอง	บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง	รวม
	n = 135	n = 135	n = 270
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม	3.41 มาก	3.37 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.33 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.76 มาก	3.99 มาก	3.87 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น	4.05 มาก	4.35 มากที่สุด	4.20 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.64 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>	<b>3.69 มาก</b>

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับ



ปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรรษา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.39) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.05) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) การตกแต่งสถานที่หรรษา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.41) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรรษา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.37) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดจำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ร้านทอง	บริษัทจำหน่าย ทองคำแท่ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.88 มาก	3.77 มาก	3.83 มาก
ด้านราคา	3.90 มาก	4.04 มาก	3.97 มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83 มาก	3.90 มาก	3.86 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.75 มาก	3.69 มาก	3.72 มาก
ด้านบุคลากร	3.90 มาก	4.00 มาก	3.95 มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.46 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.64 มาก	3.75 มาก	3.69 มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.46) มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.75) และด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.50) มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขายทองคำแท่ง  
กับร้านทอง จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	3.41 มาก	3.38 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตาม มาตรฐาน	4.42 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	3.80 มาก	3.62 มาก	3.71 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.96 มาก	3.89 มาก	3.93 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.55 มาก	3.53 มาก	3.54 มาก
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	3.28 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง
จำหน่ายทองคำแท่งตราปีที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	4.22 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.48 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	3.97 มาก	4.35 มากที่สุด	4.16 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	4.14 มาก	4.17 มาก	4.16 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.45 มาก	3.48 มาก	3.47 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.88 มาก</b>	<b>3.89 มาก</b>	<b>3.88 มาก</b>

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นเพศชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.14) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.96) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.80) บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.55) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.41) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นเพศหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.17) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.89) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.62) บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.53) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.38) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.42 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.71 มาก	3.88 มาก	3.79 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	3.87 มาก	4.15 มาก	4.01 มาก
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร	3.94 มาก	4.02 มาก	3.98 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	3.42 มาก	3.18 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.87 มาก</b>	<b>3.93 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีป้ายแสดง

ราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนเงินบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.18)



ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	3.94 มาก	3.97 มาก	3.96 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.54 มากที่สุด	4.39 มากที่สุด	4.47 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	3.03 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.25 มากที่สุด	4.35 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย	4.04 มาก	4.24 มากที่สุด	4.14 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.94 มาก	3.73 มาก	3.84 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	3.10 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.83 มาก	3.83 มาก	3.83 มาก

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่ง

โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.54) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดส่งทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.10) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.35) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดส่งทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.18) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่ง เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.38 ปานกลาง	3.44 มาก	3.41 มาก
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน	3.45 มาก	3.36 ปานกลาง	3.41 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	4.06 มาก	3.85 มาก	3.96 มาก

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการ ซื้อขาย	3.91 มาก	3.91 มาก	3.91 มาก
บริการบววิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.16 มาก	4.29 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการ บริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลใน ท้องถิ่น เป็นต้น	3.12 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำ แท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถม เมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสียดี้ ร่ม เป็นต้น	3.80 มาก	3.83 มาก	3.81 มาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่ง ของตนเองย้อนหลังได้	4.07 มาก	4.11 มาก	4.09 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.74 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นเพศชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบววิเคราะห์

แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.16) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.80) การออกนุทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นเทศาภิบาลให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.83) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การออกนุทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี	4.49 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี	4.03 มาก	4.08 มาก	4.05 มาก
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	3.78 มาก	4.02 มาก	3.90 มาก
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.03 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.83 มาก</b>	<b>3.97 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.03) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.48) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 69	n = 66	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.14 มาก	4.35 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า	4.55 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.58 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.43 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.43 มากที่สุด</b>	<b>4.50 มากที่สุด</b>	<b>4.46 มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.58) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.55) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.43) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.58) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 66	n = 69	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม	3.35 ปานกลาง	3.48 มาก	3.41 มาก
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.22 ปานกลาง	3.45 มาก	3.33 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.75 มาก	3.76 มาก	3.76 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น	4.04 มาก	4.06 มาก	4.05 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.59 มาก</b>	<b>3.69 มาก</b>	<b>3.64 มาก</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่



ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.35) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.06) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.48) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	3.02 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน	4.43 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	3.77 มาก	3.79 มาก	3.78 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.61 มาก	3.72 มาก	3.65 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.38 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	3.18 ปานกลาง	3.49 มาก	3.30 ปานกลาง
จำหน่ายทองคำแท่งตราที่หือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	3.85 มาก	4.06 มาก	3.93 มาก
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.35 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	3.71 มาก	3.83 มาก	3.76 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	3.90 มาก	4.04 มาก	3.96 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.71 มาก	3.92 มาก	3.79 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.72 มาก	3.95 มาก	3.77 มาก

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นเพศชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.90) จำหน่ายทองคำแท่งตราหมีที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.85) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.77) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรรจภัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่าย

ด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.18) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นเพศหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.57) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ใรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.04) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.79) ทองคำแท่งหลากหลายขนาด น้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.34) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.33 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.61 มาก	3.79 มาก	3.68 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	4.26 มากที่สุด	4.36 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร	3.98 มาก	4.40 มากที่สุด	4.14 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	3.61 มาก	3.89 มาก	3.72 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.96 มาก</b>	<b>4.18 มาก</b>	<b>4.04 มาก</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.33) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) มี

ป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.61) และมีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบ  
อัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นหญิงให้  
ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีปัจจัยย่อยที่มี  
ผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.45)  
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.40) ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย  
เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบ  
อัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	3.76 มาก	4.00 มาก	3.85 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.38 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	3.51 มาก	3.91 มาก	3.67 มาก
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.39 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย	4.04 มาก	4.00 มาก	4.02 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.96 มาก	4.04 มาก	3.99 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	2.96 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.86 มาก</b>	<b>3.96 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขาย

ทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.39) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.91)



ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.18 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองาน มหกรรมทางการเงิน	3.46 มาก	3.53 มาก	3.49 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	3.93 มาก	3.96 มาก	3.94 มาก
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย	3.89 มาก	3.92 มาก	3.90 มาก
บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.21 มากที่สุด	4.26 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงิน หรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น	3.01 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบ ตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น	3.37 ปานกลาง	3.57 มาก	3.44 มาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเอง ย้อนหลังได้	4.21 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.66 มาก</b>	<b>3.74 มาก</b>	<b>3.69 มาก</b>

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นเพศชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบววิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ลูกค้านำสามารถตรวจสอบยอดการซื้อทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.37) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.18) และกิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นเพศหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบววิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.26) ลูกค้านำสามารถตรวจสอบยอดการซื้อทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) และกิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีธรรมาภิบาล	4.40 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี	4.34 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	4.17 มาก	4.36 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	2.98 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.97 มาก</b>	<b>4.06 มาก</b>	<b>4.00 มาก</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีธรรมาภิบาล (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.34) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีธรรมาภิบาล (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.87)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.27 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า	4.66 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.67 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.27 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	4.47 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.66) การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นหญิงให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.55) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.68) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และการส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อบัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n = 82	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล
การตกแต่งสถานที่ที่หรูหรา สวยงาม	3.28 ปานกลาง	3.51 มาก	3.37 ปานกลาง
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.29 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.95 มาก	4.06 มาก	3.99 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น	4.29 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.35 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b>	<b>3.82</b>	<b>3.75</b>
<b>แปลผล</b>	<b>มาก</b>	<b>มาก</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นชายให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปาน

กลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.29) และการตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่เป็นหญิงให้ ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยี ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยที่มีผลในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง และเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
	n = 69	n = 66	n = 82	n = 53
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.88 มาก	3.89 มาก	3.72 มาก	3.95 มาก
ด้านราคา	3.87 มาก	3.93 มาก	3.96 มาก	4.18 มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83 มาก	3.83 มาก	3.86 มาก	3.96 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74 มาก	3.75 มาก	3.66 มาก	3.74 มาก
ด้านบุคลากร	3.83 มาก	3.97 มาก	3.97 มาก	4.06 มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.43 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.47 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.59 มาก	3.69 มาก	3.70 มาก	3.82 มาก

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและเป็นเพศชายมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านราคา



(ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.74) และด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและเป็นเพศหญิงให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.75) และด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและเป็นเพศชายให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและเป็นเพศหญิงให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขายทองคำแท่ง  
กับร้านทอง จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	3.17 ปานกลาง	3.53 มาก	3.34 ปานกลาง	3.69 มาก	3.39 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรง ตามมาตรฐาน	4.48 มากที่สุด	4.39 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	3.64 มาก	3.75 มาก	3.72 มาก	3.77 มาก	3.71 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.90 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก	3.85 มาก	3.93 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.57 มาก	3.45 มาก	3.62 มาก	3.62 มาก	3.54 มาก
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	3.14 มาก	3.20 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อ  
ขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีห้อยที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	4.12 มาก	4.27 มากที่สุด	4.00 มาก	4.85 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.60 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.92 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	4.21 มากที่สุด	4.14 มาก	4.03 มาก	4.31 มากที่สุด	4.16 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	3.95 มาก	4.14 มาก	4.24 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด	4.16 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.52 มาก	3.59 มาก	3.17 ปานกลาง	3.46 มาก	3.47 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.85 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>	<b>3.83 มาก</b>	<b>4.07 มาก</b>	<b>3.88 มาก</b>

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่  
ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่ง  
โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ

ของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.48) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีหื้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ใรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.90) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.64) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.57) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.17) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.39) จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีหื้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ใรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.14) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.92) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.75) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.53) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.45) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.34) ใรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.24) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.03) จำหน่ายทองคำแท่งตรา

ยี่ห้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) จำหน่าย ทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.72) บรรจุกัญหที่ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62) ไปถึงยี่ห้อที่มี ผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.34) บริการเก็บรักษาทองคำแท่ง สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มี ผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยมีไปถึงยี่ห้อที่มี ผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.92) จำหน่ายทองคำแท่งตรา ยี่ห้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.85) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.69) ทองคำแท่ง มีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.54) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.31) ไปถึงยี่ห้อที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.69) บรรจุกัญหที่ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) และไปถึงยี่ห้อที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.52 มากที่สุด	4.37 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.88 มาก	3.82 มาก	3.69 มาก	3.62 มาก	3.79 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	4.05 มาก	4.10 มาก	4.03 มาก	3.46 มาก	4.01 มาก
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร	4.02 มาก	4.06 มาก	3.90 มาก	3.69 มาก	3.98 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	3.31 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.46 มาก	3.30 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.96 มาก</b>	<b>3.94 มาก</b>	<b>3.83 มาก</b>	<b>3.71 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขาย

ทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อ ขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.37) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.10) สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.46) การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	4.07 มาก	3.94 มาก	3.79 มาก	4.00 มาก	3.96 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.60 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.08 มาก	4.47 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต	3.00 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.50 มากที่สุด	4.16 มาก	4.28 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อ ขาย	4.19 มาก	4.06 มาก	4.24 มากที่สุด	4.08 มาก	4.14 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.88 มาก	3.86 มาก	3.76 มาก	3.77 มาก	3.84 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	3.31 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.46 มาก	3.14 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.94 มาก</b>	<b>3.85 มาก</b>	<b>3.78 มาก</b>	<b>3.80 มาก</b>	<b>3.83 มาก</b>



จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.16) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.37) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.28) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.77) การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.36 ปานกลาง	3.41 มาก	3.38 ปานกลาง	3.62 มาก	3.41 มาก
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน	3.43 มาก	3.41 มาก	3.31 ปานกลาง	3.54 มาก	3.41 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	3.93 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก	3.92 มาก	3.96 มาก
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย	4.05 มาก	3.86 มาก	3.86 มาก	3.77 มาก	3.91 มาก
บริการบวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.33 มากที่สุด	4.20 มาก	4.10 มาก	4.23 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น	3.24 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนดหรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น	3.86 มาก	3.80 มาก	3.79 มาก	3.77 มาก	3.81 มาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้	4.19 มาก	4.10 มาก	3.93 มาก	4.09 มาก	4.09 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.80 มาก</b>	<b>3.73 มาก</b>	<b>3.68 มาก</b>	<b>3.78 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบติวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.33) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้

ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่ง เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.36) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.20) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.80) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.41) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่ง เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้

ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เลื่อยยึด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เลื่อยยึด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลิกภาพ	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมี อัธยาศัยดี	4.57 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแล ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.12 มาก	3.96 มาก	4.14 มาก	4.00 มาก	4.05 มาก
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำ เป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	3.98 มาก	3.84 มาก	3.97 มาก	3.69 มาก	3.90 มาก
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติด ป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.31 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.00 มาก</b>	<b>3.84 มาก</b>	<b>3.91 มาก</b>	<b>3.81 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลิกภาพผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็น

อย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีธรรมาศยดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.96) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีธรรมาศยดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.14) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีธรรมาศยดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และคิดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.23)



ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน กระบวนการให้บริการ	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.21 มากที่สุด	4.37 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	3.69 มาก	4.24 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่ง ให้ลูกค้า	4.67 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำ แท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.69 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.67 มากที่สุด	4.37 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.23 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.56 มากที่สุด</b>	<b>4.43 มากที่สุด</b>	<b>4.51 มากที่สุด</b>	<b>4.13 มาก</b>	<b>4.46 มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่าง

ถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.69) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.67) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.67) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.37) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.59) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.59) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.55) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.23) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม	3.40 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.62 มาก	3.41 มาก
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.36 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.54 มาก	3.33 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.81 มาก	3.75 มาก	3.76 มาก	3.62 มาก	3.76 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น	4.21 มากที่สุด	4.04 มาก	3.93 มาก	3.85 มาก	4.05 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.70 มาก</b>	<b>3.62 มาก</b>	<b>3.58 มาก</b>	<b>3.66 มาก</b>	<b>3.64 มาก</b>

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด

ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.40) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.39) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุ 46 - 55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.38) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.62) การตกแต่งสถานที่หรูหรา  
สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.54)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขายทองคำแท่ง  
กับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขาย  
ทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	2.97 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรง ตามมาตรฐาน	4.58 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด	4.46 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	3.88 มาก	3.81 มาก	3.88 มาก	3.42 มาก	3.78 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.77 มาก	3.68 มาก	3.71 มาก	3.33 ปานกลาง	3.65 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.37 ปานกลาง	3.41 มาก	3.26 ปานกลาง	3.42 มาก	3.36 ปานกลาง
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	3.40 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.41 มาก	2.92 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อ  
ขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
จำหน่ายทองคำแท่งตราयीหือที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	3.97 มาก	3.86 มาก	3.82 มาก	4.13 มาก	3.93 มาก
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.63 มากที่สุด	4.19 มาก	4.29 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	3.82 มาก	3.76 มาก	3.68 มาก	3.75 มาก	3.76 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	4.25 มากที่สุด	3.84 มาก	3.82 มาก	3.83 มาก	3.96 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.90 มาก	3.89 มาก	3.88 มาก	3.33 ปานกลาง	3.79 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.87 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>	<b>3.76 มาก</b>	<b>3.66 มาก</b>	<b>3.77 มาก</b>

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่  
ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อ  
ขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่

ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.58) ใบบรรณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.88) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.82) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.37) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ใบบรรณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.84) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.81) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.68) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.35) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.44) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.88) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย



3.88) จำหน่ายทองคำแท่งตราयीหื้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.82) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.26) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.46) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราयीหื้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.83) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.33) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.33) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.13) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.50 มากที่สุด	4.32 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.04 มาก	4.38 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.88 มาก	3.76 มาก	3.47 มาก	3.54 มาก	3.68 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	4.35 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด	3.92 มาก	4.30 มากที่สุด
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร	4.43 มากที่สุด	4.03 มาก	4.21 มากที่สุด	3.75 มาก	4.14 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	3.85 มาก	3.78 มาก	3.79 มาก	3.29 ปานกลาง	3.72 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.20 มาก</b>	<b>4.05 มาก</b>	<b>4.08 มาก</b>	<b>3.71 มาก</b>	<b>4.04 มาก</b>

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การ

กำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.43) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.35) บัญชีย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยมีบัญชีย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.38) การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.32) บัญชีย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีบัญชีย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.53) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.21) บัญชีย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีบัญชีย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.04) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.92) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และบัญชีที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	3.93 มาก	3.84 มาก	3.85 มาก	3.75 มาก	3.85 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.45 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.42 มาก	4.41 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบ อินเทอร์เน็ต	3.90 มาก	3.62 มาก	3.76 มาก	3.21 ปานกลาง	3.67 มาก
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.52 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด	4.13 มาก	4.40 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อ ขาย	4.20 มาก	3.92 มาก	3.91 มาก	4.04 มาก	4.02 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	4.08 มาก	4.00 มาก	3.94 มาก	3.92 มาก	3.99 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	2.95 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.00 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>	<b>3.86 มาก</b>	<b>3.77 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.52) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.90) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.43) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.62) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.41) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.76) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.21) การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.20 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน	3.50 มาก	3.46 มาก	3.50 มาก	3.50 มาก	3.49 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	4.05 มาก	3.89 มาก	4.03 มาก	3.71 มาก	3.94 มาก
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย	3.95 มาก	3.92 มาก	3.88 มาก	3.83 มาก	3.90 มาก
บริการบวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.38 มากที่สุด	4.16 มาก	4.21 มากที่สุด	4.13 มาก	4.23 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น	3.10 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนดหรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เลื่อยตัด ไม้ เป็นต้น	3.57 มาก	3.41 มาก	3.35 ปานกลาง	3.42 มาก	3.44 มาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้	4.33 มากที่สุด	4.27 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด	4.00 มาก	4.24 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.76 มาก</b>	<b>3.69 มาก</b>	<b>3.66 มาก</b>	<b>3.62 มาก</b>	<b>3.69 มาก</b>

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบทรวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.38) สามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าการจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และ



รายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เลื่อยี่ดรม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) การออกบวทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และกิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถตรวจสอบยอดการซื้อทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ลูกค้าการจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) การออกบวทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.46) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เลื่อยี่ดรม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.27) และกิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถตรวจสอบยอดการซื้อทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) บริการบวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลใน

ระดับมาก ได้แก่ ลูก้าการจ้ดอบรมควมรู้ด้ำนการล้งทุนทองค้ำให้ลูกค้ำ (ค้ำเฉลี๋ย 4.03) มีโบรชัวร์แนะนำกัจการ ลัสนค้ำ และรายลละเอี๋ยดการชื้อขาย (ค้ำเฉลี๋ย 3.88) การออกนุทเพื่อแนะนำผลัตภัณฑ์ในห้ำงสรรพลัสนค้ำ หรืองานมหกรรมทงการเงน (ค้ำเฉลี๋ย 3.50) บัจจยช้อยทึมีผลในระดบัปานกลาง ด้แก่การสะสมแด้มเพื่อแลกของรางวัลเมือชื้อขายทองค้ำท่งครบบตามจ้ำนวนทึก้ำหนด หรือการให้ของแถมเมือลูกค้ำชื้อขาย เช่น ถ้วยกาแพ สมุดบันทึก ปากกา เลือยัด ร่ม เป็นต้น (ค้ำเฉลี๋ย 3.35) การโฆษณ่าผ่านลือต่าง ๆ ของผู้จ้ำหน่ายทองค้ำท่งเช่นหนังสือพืม่ นัตยสาร วัญ หรือเว็บไซต (ค้ำเฉลี๋ย 3.18) และกัจการมีส่วช่วยเหลือสั้คมอย่งสม่าเสมอ เช่นการบรึจาคเงนหรือลั้ของให้กั้บหน่วยงำนการกุศลในท้องถึน เป็นต้น (ค้ำเฉลี๋ย 2.85)

ผู้ดอบแบบสอบลามทึชื้อขายทองค้ำท่งกั้บบรึษั้ทจ้ำหน่ายทองค้ำท่งทึอายุมากกว่า 55 ปี ชึ้นไปให้ระดบัทึมีผลต่อการชื้อขายทองค้ำท่งด้ำนการล้งเสริมการตลาดโดยรวมในระดบัมาก (ค้ำเฉลี๋ย 3.62) โดยมีบัจจยช้อยทึมีผลในระดบัมากทึสุด ด้แก่ สามารถตรวจสอบลอดการชื้อขายทองค้ำท่งของตนเองย้อหลังได้ (ค้ำเฉลี๋ย 4.00) บรึการบทวึเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค้ำเฉลี๋ย 4.13) บัจจยช้อยทึมีผลในระดบัมาก ด้แก่ ลูก้าการจ้ดอบรมควมรู้ด้ำนการล้งทุนทองค้ำให้ลูกค้ำ (ค้ำเฉลี๋ย 3.71) มีโบรชัวร์ แนะนำกัจการ ลัสนค้ำ และรายลละเอี๋ยดการชื้อขาย (ค้ำเฉลี๋ย 3.83) การออกนุทเพื่อแนะนำผลัตภัณฑ์ในห้ำงสรรพลัสนค้ำ หรืองานมหกรรมทงการเงน (ค้ำเฉลี๋ย 3.50) บัจจยช้อยทึมีผลในระดบัปานกลาง ด้แก่ การสะสมแด้มเพื่อแลกของรางวัลเมือชื้อขายทองค้ำท่งครบบตามจ้ำนวนทึก้ำหนด หรือการให้ของแถมเมือลูกค้ำชื้อขาย เช่น ถ้วยกาแพ สมุดบันทึก ปากกา เลือยัด ร่ม เป็นต้น (ค้ำเฉลี๋ย 3.42) การโฆษณ่าผ่านลือต่าง ๆ ของผู้จ้ำหน่ายทองค้ำท่งเช่นหนังสือพืม่ นัตยสาร วัญ หรือเว็บไซต (ค้ำเฉลี๋ย 3.21) และกัจการมีส่วช่วยเหลือสั้คมอย่งสม่าเสมอ เช่นการบรึจาคเงนหรือลั้ของให้กั้บหน่วยงำนการกุศลในท้องถึน เป็นต้น (ค้ำเฉลี๋ย 3.13)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลิกกร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลิกกร	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมี อัธยาศัยดี	4.50 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.21 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแล ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.45 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.04 มาก	4.40 มากที่สุด
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำ เป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	4.45 มากที่สุด	4.19 มาก	4.32 มากที่สุด	3.88 มาก	4.24 มากที่สุด
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติด ป้ายชื่อในเวลาทำการ	2.93 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.08 มาก</b>	<b>4.06 มาก</b>	<b>4.01 มาก</b>	<b>3.80 มาก</b>	<b>4.00 มาก</b>

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลิกกรผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้

คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการ สวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36-45 ปีให้ ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46-55 ปีให้ ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.56) พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.04) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน กระบวนการให้บริการ	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.63 มากที่สุด	4.05 มาก	4.56 มากที่สุด	4.00 มาก	4.34 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่ง ให้ลูกค้า	4.70 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	4.65 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำ แท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.75 มากที่สุด	4.65 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.63 มากที่สุด	4.14 มาก	4.41 มากที่สุด	4.08 มาก	4.34 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.63 มากที่สุด</b>	<b>4.37 มากที่สุด</b>	<b>4.58 มากที่สุด</b>	<b>4.29 มากที่สุด</b>	<b>4.50 มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขาย

ทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.70) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.63) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.43) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.65) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.62) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.71) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.65) การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.56) และการส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.54) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อบัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	รวม
	n = 40	n = 37	n = 34	n = 24	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม	3.53 มาก	3.24 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.46 มาก	3.37 ปานกลาง
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.23 ปานกลาง	3.46 มาก	3.12 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.10 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก	3.99 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น	4.50 มากที่สุด	4.32 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด	4.21 มากที่สุด	4.35 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.84 มาก</b>	<b>3.74 มาก</b>	<b>3.67 มาก</b>	<b>3.74 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>

จากตารางที่ 61 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลใน

ระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.53) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 36 -45 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.32) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุ 46 -55 ปีให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.26) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น



(ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยี  
ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การตกแต่งสถานที่หรรษา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.46) และปัจจัยย่อยที่มีผลใน  
ระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง และอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ร้านทอง				บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง			
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	มากกว่า 55 ปีขึ้นไป
	n = 42	n = 51	n = 29	n = 13	n = 135	n = 37	n = 34	n = 24
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.85 มาก	3.90 มาก	3.83 มาก	4.07 มาก	3.87 มาก	3.75 มาก	3.76 มาก	3.66 มาก
ด้านราคา	3.96 มาก	3.94 มาก	3.83 มาก	3.71 มาก	4.20 มาก	4.05 มาก	4.08 มาก	3.71 มาก
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.94 มาก	3.85 มาก	3.78 มาก	3.80 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก	3.86 มาก	3.77 มาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.80 มาก	3.73 มาก	3.68 มาก	3.78 มาก	3.76 มาก	3.69 มาก	3.66 มาก	3.62 มาก
ด้านบุคลากร	4.00 มาก	3.84 มาก	3.91 มาก	3.81 มาก	4.08 มาก	4.06 มาก	4.01 มาก	3.80 มาก
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.56 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.13 มาก	4.63 มากที่สุด	4.37 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.70 มาก	3.62 มาก	3.58 มาก	3.66 มาก	3.84 มาก	3.74 มาก	3.67 มาก	3.74 มาก

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและอายุ 36 – 45 ปีให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.73) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและอายุ 46 – 55 ปีให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและอายุ 36 – 45 ปี ให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและอายุ 46 – 55 ปี ให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ส่วนที่ 8 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทอง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	3.26 ปานกลาง	3.45 มาก	3.50 มาก	3.40 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน	4.33 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	3.56 มาก	3.79 มาก	3.50 มาก	3.78 มาก	3.71 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.89 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก	3.94 มาก	3.93 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.56 มาก	3.59 มาก	3.43 มาก	3.54 มาก	3.54 มาก
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	2.89 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.64 มาก	3.17 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง

ตารางที่ 63 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีหรือที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	4.15 มาก	4.00 มาก	4.57 มากที่สุด	4.28 มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.52 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.79 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	4.22 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.21 มากที่สุด	4.02 มาก	4.16 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	4.19 มาก	3.97 มาก	4.29 มากที่สุด	4.20 มาก	4.16 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.37 ปานกลาง	3.52 มาก	3.57 มาก	3.46 มาก	3.47 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.81 มาก</b>	<b>3.88 มาก</b>	<b>3.98 มาก</b>	<b>3.89 มาก</b>	<b>3.88 มาก</b>

จากตารางที่ 63 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความ

น่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ใบบริประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.19) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.89) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.56) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.37) ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.26) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.55) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ใบบริประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.97) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.79) บรรจุกันท์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.59) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.79) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.57) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.50) ใบบริประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.29) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการ

มานาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.50) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ บรรจุกัมมันต์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.42) จำหน่ายทองคำแท่งตราหมีที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.20) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.93) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.71) บรรจุกัมมันต์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และมีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.15)



ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.44 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.42 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.78 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก	3.71 มาก	3.79 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	3.59 มาก	4.17 มาก	3.86 มาก	4.14 มาก	4.01 มาก
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร	3.96 มาก	4.03 มาก	3.93 มาก	3.97 มาก	3.98 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	3.33 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.82 มาก</b>	<b>3.96 มาก</b>	<b>3.86 มาก</b>	<b>3.92 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.44) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถ

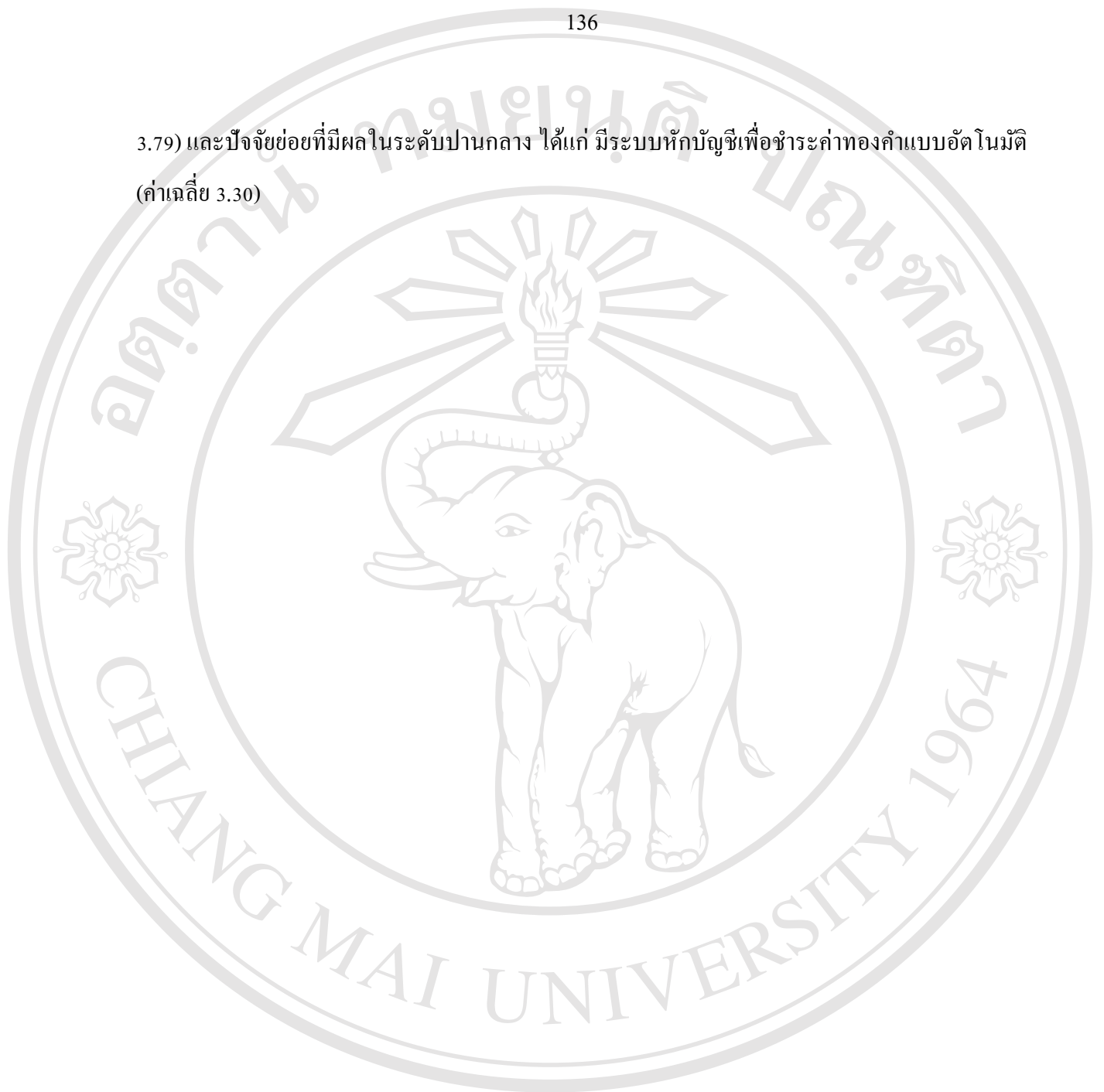
ชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.17) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.93) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.42) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย

3.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.30)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	3.81 มาก	4.10 มาก	4.14 มาก	3.91 มาก	3.96 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.37 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.47 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	2.85 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.56 มากที่สุด	4.17 มาก	3.71 มาก	4.37 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย	4.11 มาก	4.14 มาก	3.93 มาก	4.20 มาก	4.14 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.93 มาก	3.66 มาก	3.71 มาก	3.91 มาก	3.84 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	3.15 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.82 มาก</b>	<b>3.96 มาก</b>	<b>3.86 มาก</b>	<b>3.92 มาก</b>	<b>3.83 มาก</b>

จากตารางที่ 65 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.56) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.15) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.17) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.64) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.07) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.54) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.37) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.08) และช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.52 มาก	3.21 ปานกลาง	3.50 มาก	3.43 มาก	3.41 มาก
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน	3.52 มาก	3.24 ปานกลาง	3.50 มาก	3.42 มาก	3.41 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	4.00 มาก	3.76 มาก	4.07 มาก	4.00 มาก	3.96 มาก

ตารางที่ 66 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อบังคับด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย	3.96 มาก	3.83 มาก	3.93 มาก	3.92 มาก	3.91 มาก
บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.37 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด	3.93 มาก	4.22 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น	3.37 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนดหรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขายเช่นถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด รัม เป็นต้น	3.85 มาก	3.72 มาก	3.71 มาก	3.86 มาก	3.81 มาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้	4.00 มาก	4.21 มากที่สุด	4.00 มาก	4.09 มาก	4.09 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.82 มาก</b>	<b>3.65 มาก</b>	<b>3.71 มาก</b>	<b>3.76 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>

จากตารางที่ 66 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบววิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.37) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.52) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบววิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.24) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.24) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และ



กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.93) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.50) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.42) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง

ได้แก่ กิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลิกภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท n = 27 ค่าเฉลี่ย แปลผล	30,001 – 45,000 บาท n = 29 ค่าเฉลี่ย แปลผล	45,001 – 60,000 บาท n = 14 ค่าเฉลี่ย แปลผล	มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป n = 65 ค่าเฉลี่ย แปลผล	รวม n = 135 ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมี อัธยาศัยดี	4.22 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแล ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.11 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก	4.08 มาก	4.05 มาก
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำ เป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	3.78 มาก	4.28 มากที่สุด	3.79 มาก	3.80 มาก	3.90 มาก
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติด ป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.37 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.87 มาก</b>	<b>4.01 มาก</b>	<b>3.81 มาก</b>	<b>3.88 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 67 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลิกภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขาย

ทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอรรถยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอรรถยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.55) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอรรถยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอรรถยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.55) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี

(ค่าเฉลี่ย 4.08) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และ ติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน กระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.19 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.07 มากที่สุด	4.25 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่ง ให้ลูกค้า	4.63 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำ แท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.48 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด	4.36 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.63 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด	4.49 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.48 มากที่สุด</b>	<b>4.51 มากที่สุด</b>	<b>4.29 มากที่สุด</b>	<b>4.47 มากที่สุด</b>	<b>4.46 มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 68 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.63) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.63) กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.48) และปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.69) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.55) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.41) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.43) กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) และปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำ

แห่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.62) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.52) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.48) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม	3.44 มาก	3.41 มาก	3.43 มาก	3.40 ปานกลาง	3.41 มาก
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.37 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.50 มาก	3.34 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.74 มาก	3.76 มาก	3.57 มาก	3.80 มาก	3.76 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น	4.07 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก	4.12 มาก	4.05 มาก
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล	3.66 มาก	3.60 มาก	3.57 มาก	3.67 มาก	3.64 มาก

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.07) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) การตกแต่งสถานที่ที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.44) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) การตกแต่งสถานที่ที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.41) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการตกแต่งสถานที่ที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่

สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.12) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.40) และป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.34)



ส่วนที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อบัญชีด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
ความสวยงามของทองคำแท่ง	3.06 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน	4.63 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด	4.43 มากที่สุด	4.48 มากที่สุด
จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99%	4.14 มาก	3.76 มาก	4.06 มาก	3.45 มาก	3.78 มาก
ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก	3.97 มาก	3.59 มาก	3.78 มาก	3.43 มาก	3.65 มาก
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.54 มาก	3.28 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง
มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น	3.40 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.61 มาก	3.13 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีหรือที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย	3.97 มาก	3.76 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก
ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ	4.43 มากที่สุด	4.10 มาก	4.61 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด
เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน	3.83 มาก	3.62 มาก	4.00 มาก	3.70 มาก	3.76 มาก
ใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง	4.11 มาก	3.93 มาก	3.89 มาก	3.89 มาก	3.96 มาก
บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า	3.94 มาก	3.79 มาก	4.11 มาก	3.58 มาก	3.79 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.91 มาก</b>	<b>3.71 มาก</b>	<b>3.88 มาก</b>	<b>3.68 มาก</b>	<b>3.77 มาก</b>

จากตารางที่ 70 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก

ที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.63) ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 4.14) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 4.11) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) บรรจุกัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.55) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ใบริบประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.93) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.76) จำหน่ายทองคำแท่งตราหือที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.62) ทองคำแท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.31) บรรจุกัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ

99.99% (ค่าเฉลี่ย 4.06) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีหื้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ทองคำใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.89) แท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.39) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ทองคำแท่งมีเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ตรงตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ จำหน่ายทองคำแท่งตราหยีหื้อที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทองคำใบรับประกันคุณภาพทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.89) เป็นกิจการที่เปิดดำเนินการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.70) บริการเก็บรักษาทองคำแท่งสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) จำหน่ายทั้งทองคำแท่ง 96.5% และ 99.99% (ค่าเฉลี่ย 3.45) แท่งหลากหลายขนาดน้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีผลิตภัณฑ์การลงทุนในทองคำอื่น ๆ จำหน่ายด้วย เช่น ทองรูปพรรณ Gold Futures เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.13) และความสวยงามของทองคำแท่ง (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อบัณฑิตด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม	4.46 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน	3.77 มาก	3.62 มาก	4.00 มาก	3.55 มาก	3.68 มาก
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม	4.26 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด	4.26 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด
สามารถชำระค่าทองคำโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	4.49 มากที่สุด	3.86 มาก	4.39 มากที่สุด	3.98 มาก	4.14 มาก
มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ	4.03 มาก	3.76 มาก	4.22 มากที่สุด	3.32 ปานกลาง	3.72 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.20 มาก</b>	<b>3.97 มาก</b>	<b>4.32 มากที่สุด</b>	<b>3.88 มาก</b>	<b>4.04 มาก</b>

จากตารางที่ 71 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด

ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.46) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.56) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.44) สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาซื้อขายทองคำแท่งมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.26) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าทองคำโดยการ โอนผ่านบัญชีธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีป้ายแสดงราคาทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.55) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบหักบัญชีเพื่อชำระค่าทองคำแบบอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน	4.03 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	3.66 มาก	3.85 มาก
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.49 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด	4.41 มากที่สุด
ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต	3.97 มาก	3.69 มาก	4.06 มาก	3.32 มาก	3.67 มาก
เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น.	4.66 มากที่สุด	4.28 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.21 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด
สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย	4.17 มาก	3.90 มาก	4.22 มากที่สุด	3.92 มาก	4.02 มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	4.09 มาก	3.97 มาก	4.22 มากที่สุด	3.87 มาก	3.99 มาก
การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน	2.94 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.05 มาก</b>	<b>3.84 มาก</b>	<b>4.13 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>	<b>3.90 มาก</b>

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.66) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.97) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.28) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.67) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.22) สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.06) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.22)



ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) เปิดทำการตั้งแต่ 09.30 – 22.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการเข้ามาติดต่อซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ช่องทางการซื้อขายผ่านทางหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.66) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการซื้อขายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.32) การจัดแสดงทองคำในบริเวณร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์	3.20 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.50 มาก	3.13 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน	3.54 มาก	3.52 มาก	3.61 มาก	3.40 ปานกลาง	3.49 มาก
การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า	3.94 มาก	3.93 มาก	4.06 มาก	3.91 มาก	3.94 มาก
มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย	3.94 มาก	3.90 มาก	4.17 มาก	3.79 มาก	3.90 มาก
บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง	4.31 มากที่สุด	4.14 มาก	4.50 มากที่สุด	4.13 มาก	4.23 มากที่สุด
กิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น	3.17 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.44 มาก	2.91 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนดหรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด ร่ม เป็นต้น	3.60 มาก	3.41 มาก	3.78 มาก	3.25 ปานกลาง	3.44 มาก
ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้	4.31 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด	4.08 มาก	4.24 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล</b>	<b>3.75</b> มาก	<b>3.67</b> มาก	<b>3.94</b> มาก	<b>3.58</b> มาก	<b>3.69</b> มาก

จากตารางที่ 73 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการบววิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.31) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับ

มาก ได้แก่ การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ  
สินค้ำ และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำ  
แท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา  
เสียด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.60) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองาน  
มหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง  
ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และ กิจกรรมมี  
ส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น  
 เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 –  
45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขาย  
ทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบท  
วิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.14) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย  
3.93) มีโบรชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้ำ และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) การออกบูทเพื่อ  
แนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.52) การสะสมแต้มเพื่อ  
แลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย  
เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสียด ร่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปาน  
กลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือ  
เว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และ กิจกรรมมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือ  
สิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 –  
60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง

(ค่าเฉลี่ย 4.50) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มิโบริชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด รม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.61) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ บริการบทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทอง (ค่าเฉลี่ย 4.13) ลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดการซื้อขายทองคำแท่งของตนเองย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) การจัดอบรมความรู้ด้านการลงทุนทองคำให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) มิโบริชัวร์ แนะนำกิจการ สินค้า และรายละเอียดการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ การออกบูทเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า หรืองานมหกรรมทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.40) การสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลเมื่อซื้อขายทองคำแท่งครบตามจำนวนที่กำหนด หรือการให้ของแถมเมื่อลูกค้าซื้อขาย เช่น ถ้วยกาแฟ สมุดบันทึก ปากกา เสื้อยืด รม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.25) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายทองคำแท่งเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ หรือเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และกิจการมีส่วนช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่นการบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับหน่วยงานการกุศลในท้องถิ่น เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี	4.49 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.30 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด
พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี	4.51 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.17 มาก	4.38 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด
พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้	4.46 มากที่สุด	4.10 มาก	4.00 มาก	4.26 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด
พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	2.91 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b> <b>แปลผล</b>	<b>4.09</b> <b>มาก</b>	<b>3.96</b> <b>มาก</b>	<b>4.04</b> <b>มาก</b>	<b>3.96</b> <b>มาก</b>	<b>4.00</b> <b>มาก</b>

จากตารางที่ 74 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถ

ให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.46) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.52) พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.45) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.67) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.17) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านบุคลากรโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้น ติดตามดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ และมีอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานมีความรู้เรื่องการลงทุนทองคำเป็นอย่างดีสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการสวมชุดฟอร์ม และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน กระบวนการให้บริการ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.34 มากที่สุด	4.38 มากที่สุด	4.28 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด
มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่ง ให้ลูกค้า	4.71 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด
กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำ แท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.74 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด
การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ ถูกต้อง และรวดเร็ว	4.51 มากที่สุด	4.07 มาก	4.39 มากที่สุด	4.36 มากที่สุด	4.34 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>4.58 มากที่สุด</b>	<b>4.44 มากที่สุด</b>	<b>4.56 มากที่สุด</b>	<b>4.46 มากที่สุด</b>	<b>4.50 มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 75 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.58) โดยมีปัจจัย



ย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.74) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.71) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.51) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.44) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.66) กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.66) การรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.78) กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.78) การส่งมอบ และรับมอบทองคำแท่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.39) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแท่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.46) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการในการรับชำระค่าทองคำแท่ง และการชำระเงินคืนให้ลูกค้าที่ขายทองคำแท่งได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.60) มีเอกสารประกอบการซื้อขายทองคำแท่งให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) การส่งมอบ และรับมอบทองคำ

แห่งที่ถูกต้อง และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) และการรับคำสั่งซื้อขายทองคำแห่งที่ถูกต้อง ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแห่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแห่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแห่งที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	รวม
	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	n = 135
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม	3.51 มาก	3.28 ปานกลาง	3.44 มาก	3.30 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง
ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน	3.29 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.44 มาก	3.34 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
ระบบการซื้อขายทองคำแห่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.20 มาก	3.97 มาก	3.94 มาก	3.89 มาก	3.99 มาก
มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแห่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น	4.60 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	4.11 มาก	4.35 มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล</b>	<b>3.90 มาก</b>	<b>3.67 มาก</b>	<b>3.86 มาก</b>	<b>3.66 มาก</b>	<b>3.75 มาก</b>

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.51) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.61) ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) การตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการซื้อขายทองคำแท่งที่สะดวก และทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่นระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ที่ติดตามตัว เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.11) ระบบการซื้อขายทองคำแท่งใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งของกิจการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.34) และการตกแต่งสถานที่หรูหรา สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทผู้จำหน่ายทองคำแท่ง และรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ร้านทอง				บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง			
	ต่ำกว่า	30,001 –	45,001 –	มากกว่า	ต่ำกว่า	30,001 –	45,001 –	มากกว่า
	หรือ	45,000	60,000	60,000	หรือ	45,000	60,000	60,000
	เท่ากับ	บาท	บาท	บาทขึ้นไป	เท่ากับ	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
	30,000 บาท				30,000 บาท			
n = 27	n = 29	n = 14	n = 65	n = 35	n = 29	n = 18	n = 53	
ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.81 มาก	3.88 มาก	3.98 มาก	3.89 มาก	3.91 มาก	3.71 มาก	3.88 มาก	3.68 มาก
ด้านราคา	3.82 มาก	3.96 มาก	3.86 มาก	3.92 มาก	4.20 มาก	3.97 มาก	4.32 มากที่สุด	3.88 มาก
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.82 มาก	3.96 มาก	3.86 มาก	3.92 มาก	4.05 มาก	3.84 มาก	4.13 มาก	3.75 มาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.82 มาก	3.65 มาก	3.71 มาก	3.76 มาก	3.75 มาก	3.67 มาก	3.94 มาก	3.58 มาก
ด้านบุคลากร	3.87 มาก	4.01 มาก	3.81 มาก	3.88 มาก	4.09 มาก	3.96 มาก	4.04 มาก	3.96 มาก
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.48 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด	4.47 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.44 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.46 มากที่สุด
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.66 มาก	3.60 มาก	3.57 มาก	3.67 มาก	3.90 มาก	3.67 มาก	3.86 มาก	3.66 มาก

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.82) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและมีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและมีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองและมีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและมีรายได้ 30,001 – 45,000 บาทให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและมีรายได้ 45,001 – 60,000 บาทให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.32) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งและมีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายทองคำแท่งมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58)

## ส่วนที่ 10 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะในการซื้อขายทองคำแท่งกับผู้จำหน่ายทองคำแท่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีทองคำแท่งในขนาดน้ำหนักที่ต้องการ	33	24.4	36	26.7	69	25.6
ไม่มีทองคำแท่งเพียงพอที่จะส่งมอบให้ลูกค้าในเวลาที่ต้องการ	29	21.5	12	8.9	41	15.2
รูปทรงของทองคำแท่งไม่สวยงาม	1	0.7	2	1.5	3	1.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ไม่มีทองคำแท่งในขนาดน้ำหนักที่ต้องการมากที่สุด ร้อยละ 25.6 รองลงมา ไม่มีทองคำแท่งเพียงพอที่จะส่งมอบให้ลูกค้าในเวลาที่ต้องการ ร้อยละ 15.2 และรูปทรงของทองคำแท่งไม่สวยงาม ร้อยละ 1.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ไม่มีทองคำแท่งในขนาดน้ำหนักที่ต้องการมากที่สุด ร้อยละ 24.4 รองลงมา ไม่มีทองคำแท่งเพียงพอที่จะส่งมอบให้ลูกค้าในเวลาที่ต้องการ ร้อยละ 21.5 และรูปทรงของทองคำแท่งไม่สวยงาม ร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ไม่มีทองคำแท่งในขนาดน้ำหนักที่ต้องการมากที่สุด ร้อยละ 26.7 รองลงมา ไม่มีทองคำแท่งเพียงพอที่จะส่งมอบให้ลูกค้าในเวลาที่ต้องการ ร้อยละ 8.9 และรูปทรงของทองคำแท่งไม่สวยงาม ร้อยละ 1.5



ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านราคา	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีค่าธรรมเนียมการซื้อขายแพงเกินไป	35	25.9	3	2.2	38	14.1
ไม่มีป้ายแสดงราคาซื้อขาย หรือไม่ชัดเจน	12	8.9	16	11.9	28	10.4
วิธีการชำระค่าทองคำแท่งมีน้อยเกินไป	5	3.7	3	2.2	8	3.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาในเรื่อง มีค่าธรรมเนียมการซื้อขายแพงเกินไปมากที่สุด ร้อยละ 14.1 รองลงมาไม่มีป้ายแสดงราคาซื้อขาย หรือไม่ชัดเจน ร้อยละ 10.4 และวิธีการชำระค่าทองคำแท่งมีน้อยเกินไป ร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านราคาในเรื่อง มีค่าธรรมเนียมการซื้อขายแพงเกินไปมากที่สุด ร้อยละ 25.9 รองลงมาไม่มีป้ายแสดงราคาซื้อขาย หรือไม่ชัดเจน ร้อยละ 8.9 และวิธีการชำระค่าทองคำแท่งมีน้อยเกินไป ร้อยละ 3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านราคาในเรื่อง ไม่มีป้ายแสดงราคาซื้อขาย หรือไม่ชัดเจน ร้อยละ 11.9 รองลงมามีค่าธรรมเนียมการซื้อขายแพงเกินไปมากที่สุด ร้อยละ 2.2 และวิธีการชำระค่าทองคำแท่งมีน้อยเกินไป ร้อยละ 2.2

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สามารถซื้อขายในช่วงกลางคืนได้	47	34.8	5	3.7	52	19.3
ที่จอดรถสำหรับลูกค้าไม่เพียงพอ	8	5.9	29	21.5	37	13.7
ช่องทางการติดต่อซื้อขายมีน้อยเกินไป	10	7.4	4	3.0	14	5.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องไม่สามารถซื้อขายในช่วงกลางคืนได้มากที่สุด ร้อยละ 19.3 รองลงมาที่จอดรถสำหรับลูกค้าไม่เพียงพอ ร้อยละ 13.7 และช่องทางการติดต่อซื้อขายมีน้อยเกินไป ร้อยละ 5.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องไม่สามารถซื้อขายในช่วงกลางคืนได้มากที่สุด ร้อยละ 34.8 รองลงมาช่องทางการติดต่อซื้อขายมีน้อยเกินไป ร้อยละ 7.4 และที่จอดรถสำหรับลูกค้าไม่เพียงพอ ร้อยละ 5.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องที่จอดรถสำหรับลูกค้าไม่เพียงพอมากที่สุด ร้อยละ 21.5 รองลงมาไม่สามารถซื้อขายในช่วงกลางคืนได้ ร้อยละ 3.7 และช่องทางการติดต่อซื้อขายมีน้อยเกินไป ร้อยละ 3.0

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขาดทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองให้ลูกค้า	26	19.3	8	5.9	34	12.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง ขาดทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองให้ลูกค้า ร้อยละ 12.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง ขาดทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองให้ลูกค้า ร้อยละ 19.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง ขาดทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองให้ลูกค้า ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านบุคลากร	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้	37	27.4	8	5.9	45	16.7
พนักงานไม่สุภาพ	15	11.1	11	8.1	26	9.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้มากที่สุด ร้อยละ 16.7 และพนักงานไม่สุภาพ ร้อยละ 9.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้มากที่สุด ร้อยละ 27.4 และพนักงานไม่สุภาพ ร้อยละ 11.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานไม่สุภาพมากที่สุด ร้อยละ 8.1 และพนักงานขาดความรู้ ความเชี่ยวชาญที่จะสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การให้บริการช้า	29	21.5	15	11.1	44	16.3
มีข้อผิดพลาดในการรับคำสั่งซื้อขาย	3	2.2	2	1.5	5	1.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการในเรื่อง การให้บริการช้ามากที่สุด ร้อยละ 16.3 และมีข้อผิดพลาดในการรับคำสั่งซื้อขาย ร้อยละ 1.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการในเรื่อง การให้บริการช้ามากที่สุด ร้อยละ 21.5 และมีข้อผิดพลาดในการรับคำสั่งซื้อขาย ร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านกระบวนการให้บริการในเรื่อง การให้บริการช้ามากที่สุด ร้อยละ 11.1 และมีข้อผิดพลาดในการรับคำสั่งซื้อขาย ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ และผู้จำหน่ายทองคำแท่ง

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ร้านทอง		บริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายแสดงตำแหน่งของกิจการไม่ชัดเจน	4	3.0	12	8.9	16	5.9
เทคโนโลยีที่ใช้ในการซื้อขายทองคำแท่งไม่สะดวกต่อการใช้งาน	1	0.7	2	1.5	3	1.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อจากจำนวนรวม 270 ราย ร้านทอง 135 ราย และบริษัทจำหน่ายทองคำแท่ง 135 ราย

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่อง ป้ายแสดงตำแหน่งของกิจการไม่ชัดเจน ร้อยละ 5.9 และเทคโนโลยีที่ใช้ในการซื้อขายทองคำแท่งไม่สะดวกต่อการใช้งาน ร้อยละ 1.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับร้านทองพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่อง ป้ายแสดงตำแหน่งของกิจการไม่ชัดเจน ร้อยละ 3.0 และเทคโนโลยีที่ใช้ในการซื้อขายทองคำแท่งไม่สะดวกต่อการใช้งาน ร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อขายทองคำแท่งกับบริษัทจำหน่ายทองคำแท่งพบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่อง ป้ายแสดงตำแหน่งของกิจการไม่ชัดเจน ร้อยละ 8.9 และเทคโนโลยีที่ใช้ในการซื้อขายทองคำแท่งไม่สะดวกต่อการใช้งาน ร้อยละ 1.5

**ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม**

- ควรมีการแจ้งข่าว การวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองให้ทางลูกค้าทราบทั้งทางโทรศัพท์และอีเมลล์ ทุกครั้งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงของราคา (มีผู้ตอบจำนวน 1 ราย)
- ควรมีที่จอดรถให้แก่ลูกค้า (มีผู้ตอบจำนวน 3 ราย)
- ควรปรับปรุงบริการให้มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น (มีผู้ตอบจำนวน 2 ราย)