

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	น
สารบัญตาราง	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี	
2.1.1 ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix : 7Ps)	5
2.1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า	8
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.4 สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในจังหวัดเชียงใหม่	
2.4.1 ประวัติความเป็นมา	12
2.4.2 ศักยภาพของธุรกิจ	13
2.4.3 จำนวนผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่	13
2.4.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจ สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า	14
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	17
3.1 ขอบเขตการศึกษา	16
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	16

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.1.2	ขอบเขตประชากร	17
3.1.3	ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	17
3.2	วิธีการศึกษา	18
3.2.1	การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.2.2	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.2.3	การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.3	สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	20
3.4	ระยะเวลาในการดำเนินการ	20
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>		21
ส่วนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ส่วนที่ 2	ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า	29
ส่วนที่ 3	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการลงทุน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	43
ส่วนที่ 4	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุน ที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามเพศ	62
ส่วนที่ 5	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุน ที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามเพศ	79
ส่วนที่ 6	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุน ที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามอายุ	97
ส่วนที่ 7	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุน ที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุน ในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามอายุ	118

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 8 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุน ที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุน ในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามรายได้	142 142
ส่วนที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุน ที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุน ในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามรายได้	167
ส่วนที่ 10 ข้อมูลปัญหาของนักลงทุนในการลงทุนในสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้า จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ และประเภทตัวแทนซื้อขาย	195
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	202
5.1 สรุปผลการศึกษา	202
5.2 อภิปรายผล	235
5.2.1 ส่วนประสมการตลาดบริการ	235
5.2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	239
5.3 ข้อค้นพบ	243
5.4 ข้อเสนอแนะ	248
บรรณานุกรม	256
ภาคผนวก	259
แบบสอบถาม	260
ประวัติผู้เขียน	267

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม (6Ws และ 1H) ที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	7
2 แสดงความแตกต่างระหว่าง Gold Spot และ Gold Futures	8
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทตัวแทน	23
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและประเภทตัวแทน	23
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพและประเภทตัวแทน	24
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและประเภทตัวแทน	24
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพและประเภทตัวแทน	25
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนและประเภทตัวแทน	27
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุดและประเภทตัวแทน	28
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าที่ลงทุนและประเภทตัวแทน	29
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ลงทุนเฉพาะสัญญาขนาด 50 บาท จำแนกตามจำนวนสัญญาทองคำล่วงหน้าที่เกี่ยวข้องในการลงทุนแต่ละครั้งและประเภทตัวแทน	30
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ลงทุนเฉพาะสัญญาขนาด 10 บาท จำแนกตามจำนวนสัญญาทองคำล่วงหน้าที่เกี่ยวข้องในการลงทุนแต่ละครั้งและประเภทตัวแทน	31
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการลงทุนที่นอกเหนือจากสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน	32
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขายในแต่ละครั้งและประเภทตัวแทน	34
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน	35
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุการณ์ที่ส่งผลให้ทำสถานะซื้อและประเภทตัวแทน	37
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุการณ์ที่ส่งผลให้ทำสถานะขายและประเภทตัวแทน	38
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ตั้งแต่เริ่มเปิดสถานะจนถึงปิดสถานะและประเภทตัวแทน	39
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน	40
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีส่งคำสั่งซื้อขายสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน	41
22	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	43
23	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	46
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	48
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	50
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	56
28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	58
29	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	60
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	62
31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ	65
32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	67
33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	69
34	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	72
35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	75
36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	77

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	79
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ	82
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	84
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการ ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	86
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	88
42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	91
43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	93
44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศและประเภทตัวแทนซื้อขาย	95
45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	97
46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	103
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	105
49	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	109
50	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	113
51	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	115
52	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	118
53	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ	122
54	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	124
55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	126



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	130
57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	134
58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	136
59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุและประเภทตัวแทนซื้อขาย	139
60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	142
61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้	146
62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	149
63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	152
64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้	156

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้	161
66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้	164
67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	167
68	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้	171
69	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	174
70	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้	177
71	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้	181
72	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้	186
73	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้	189

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้และประเภทตัวแทนซื้อขาย	192
75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	195
76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านราคาจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	196
77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	196
78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	197
79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านบุคลากรจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	198
80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	199
81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	200
82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการลักษณะทางกายภาพ จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน	201
83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทตัวแทน	206

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
84	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ จำแนกตามเพศ	210
85	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง จำแนกตามเพศ	213
86	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ จำแนกตามอายุ	216
87	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง จำแนกตามอายุ	220
88	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ บริษัทหลักทรัพย์ จำแนกตามรายได้	223
89	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการลงทุนมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง จำแนกตามรายได้	228
90	แสดงร้อยละของปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	234
91	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	243
92	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการลงทุนในสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย	244
93	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท ตัวแทนซื้อขาย	245