

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 10 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาขั้นสูงสุด จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ประกอบด้วย ขนาดสัญญา จำนวนสัญญา รูปแบบการลงทุน เหตุผลในการลงทุน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขาย แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ ช่วงเวลาที่ซื้อขาย ระยะเวลาในการถือครอง ความถี่ในการลงทุน และวิธีส่งคำสั่งซื้อขาย จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามอายุ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามอายุ

ส่วนที่ 8 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 10 ข้อมูลปัญหาของนักลงทุนในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการและประเภทตัวแทนซื้อขาย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทตัวแทน

ประเภทตัวแทน	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทหลักทรัพย์	135	50.0
โบรกเกอร์ร้านทอง	135	50.0
รวม	270	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ากับบริษัทหลักทรัพย์และโบรกเกอร์ร้านทองประเภทละ 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและประเภทตัวแทน

เพศ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	82	60.7	74	54.8	156	57.8
หญิง	53	39.3	61	45.2	114	42.2
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และเป็นเพศหญิง 114 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 เป็นเพศหญิง 53 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และเป็นเพศหญิง 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพและประเภทตัวแทน

สถานภาพ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	50	37.1	44	32.6	94	34.8
สมรส	82	60.7	86	63.7	168	62.2
หม้าย/หย่า	3	2.2	5	3.7	8	3.0
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 34.8 และสถานภาพหม้าย/หย่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 37.1 และสถานภาพหม้าย/หย่า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และสถานภาพหม้าย/หย่า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและประเภทตัวแทน

อายุ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	23	17.0	28	20.8	51	18.9
36 – 45 ปี	61	45.2	57	42.2	118	43.7
46 ปีขึ้นไป	51	37.8	50	37.0	101	37.4
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 36 – 45 ปีมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 และอายุต่ำกว่า หรือเท่ากับ 35 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ มีอายุ 36 – 45 ปีมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง มีอายุ 36 – 45 ปีมากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพและประเภทตัวแทน

อาชีพ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจร้านทอง	3	2.2	11	8.1	14	5.2
พนักงานบริษัทเอกชน	32	23.7	23	17.0	55	20.4
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ	80	59.3	78	57.8	158	58.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0.0	2	1.5	2	0.7
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง หน่วยงานของรัฐ	13	9.6	14	10.4	27	10.0
รับจ้างทั่วไป	3	2.2	0	0.0	3	1.1
นักเรียน/นักศึกษา	0	0.0	0	0.0	0	0
เกษียณอายุ	4	3.0	4	3.0	8	3.0
อื่นๆ	0	0.0	3	2.2	3	1.1
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 อาชีพธุรกิจร้านทอง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 อาชีพเกษียณอายุ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 อาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 อาชีพเกษียณอายุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 อาชีพธุรกิจร้านทอง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานของรัฐ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 อาชีพธุรกิจร้านทอง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 อาชีพเกษียณอายุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 อาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนและประเภทตัวแทน

รายได้ต่อเดือน	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	10	7.4	24	17.8	34	12.6
30,001 – 45,000 บาท	42	31.1	35	25.9	77	28.5
45,001 – 60,000 บาท	36	26.7	24	17.8	60	22.2
มากกว่า 60,000 บาท	47	34.8	52	38.5	99	36.7
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาทมากที่สุดจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีรายได้ต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาทมากที่สุดจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 มีรายได้ต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาทมากที่สุดจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และมีรายได้ต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และประเภทตัวแทน

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	3.0	15	11.1	19	7.0
ปริญญาตรี	67	49.6	65	48.2	132	48.9
สูงกว่าปริญญาตรี	64	47.4	55	40.7	119	44.1
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด 132 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 119 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด 67 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 64 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 55 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าที่ลงทุนและประเภทตัวแทน

ขนาดสัญญาซื้อขายทองคำ ล่วงหน้าที่ลงทุน	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สัญญาละ 50 บาท	12	8.9	19	14.1	31	11.5
สัญญาละ 10 บาท	60	44.4	65	48.1	125	46.3
ทั้ง 2 ขนาด	63	46.7	51	37.8	114	42.2
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าขนาดสัญญาละ 10 บาทมากที่สุด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาลงทุนทั้ง 2 ขนาด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และลงทุนในสัญญาละ 50 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าทั้ง 2 ขนาดมากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาลงทุนในขนาดสัญญาละ 10 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 และลงทุนในสัญญาละ 50 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าขนาดสัญญาละ 10 บาทมากที่สุด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาลงทุนทั้ง 2 ขนาด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และลงทุนในสัญญาละ 50 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ลงทุนเฉพาะสัญญาขนาด 50 บาท จำแนกตามจำนวนสัญญาทองคำล่วงหน้าที่เกี่ยวข้องในการลงทุนแต่ละครั้งและประเภทตัวแทน

จำนวนสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้าที่เกี่ยวข้อง	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 สัญญา	39	52.0	21	30.0	60	41.4
2 – 5 สัญญา	31	41.3	27	38.6	58	40.0
6 – 10 สัญญา	3	4.0	15	21.4	18	12.4
มากกว่า 10 สัญญา	2	2.7	7	10.0	9	6.2
รวม	75	100.0	70	100.0	145	100.0

หมายเหตุ: รวมผู้ที่ซื้อขายเฉพาะสัญญาขนาด 50 บาทเพียงอย่างเดียว และผู้ที่ซื้อขายสัญญาทั้ง 2 ขนาด จากผู้ตอบแบบสอบถาม 145 คน

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนเฉพาะสัญญาขนาด 50 บาท ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในแต่ละครั้ง 1 สัญญามากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมาถือครอง 2 - 5 สัญญา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ถือครอง 6 – 10 สัญญา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และถือครองมากกว่า 10 สัญญา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์เฉพาะสัญญาขนาด 50 บาท ส่วนใหญ่ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในแต่ละครั้ง 1 สัญญา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาถือครอง 2 - 5 สัญญา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ถือครอง 6 – 10 สัญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และถือครองมากกว่า 10 สัญญา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองเฉพาะสัญญาขนาด 50 บาท ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในแต่ละครั้ง 2 - 5 สัญญามากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาถือครอง 1 สัญญา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ถือครอง 6 – 10 สัญญา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และถือครองมากกว่า 10 สัญญา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ลงทุนเฉพาะสัญญาขนาด 10 บาท จำแนกตามจำนวนสัญญาทองคำล่วงหน้าที่เกี่ยวข้องในการลงทุนแต่ละครั้งและประเภทตัวแทน

จำนวนสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้าที่เกี่ยวข้อง	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 สัญญา	13	10.6	16	13.8	29	12.1
2 – 5 สัญญา	62	50.4	45	38.8	107	44.8
6 – 10 สัญญา	33	26.8	36	31.0	69	28.9
มากกว่า 10 สัญญา	15	12.2	19	16.4	34	14.2
รวม	123	100.0	116	100.0	239	100.0

หมายเหตุ: รวมผู้ที่ซื้อขายเฉพาะสัญญาขนาด 10 บาทเพียงอย่างเดียว และผู้ที่ซื้อขายสัญญาทั้ง 2 ขนาด จากผู้ตอบแบบสอบถาม 239 คน

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนเฉพาะสัญญาขนาด 10 บาท ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในแต่ละครั้ง 2 – 5 สัญญามากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาถือครอง 6 – 10 สัญญา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 ถือครอง 1 สัญญา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และถือครองมากกว่า 10 สัญญา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์เฉพาะสัญญาขนาด 10 บาท ส่วนใหญ่ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในแต่ละครั้ง 2 - 5 สัญญา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาถือครอง 6 – 10 สัญญา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ถือครองมากกว่า 10 สัญญา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และถือครอง 1 สัญญา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองเฉพาะสัญญาขนาด 10 บาท ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในแต่ละครั้ง 2 - 5 สัญญามากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาถือครอง 6 – 10 สัญญา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ถือครองมากกว่า 10 สัญญา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และถือครอง 1 สัญญา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการลงทุนที่ นอกเหนือจากสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน

รูปแบบการลงทุน	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทองคำแท่ง	27	10.0	60	22.2	87	32.2
หุ้นกู้	12	4.4	6	2.2	18	6.7
พันธบัตรรัฐบาล	3	1.1	2	0.7	5	1.9
อสังหาริมทรัพย์	11	4.1	16	5.9	27	10.0
เงินฝากธนาคาร	111	41.1	121	44.8	232	85.9
หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ	98	36.3	26	9.6	124	45.9
กองทุนรวม	51	18.9	44	16.3	95	35.2
อื่นๆ	1	0.4	2	0.7	3	1.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนในเงินฝากธนาคาร จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 85.9 รองลงมาลงทุนในหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ 124 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 ลงทุนในกองทุนรวม 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ลงทุนในทองคำแท่ง 87 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ลงทุนในหุ้นกู้ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และลงทุนในรูปแบบอื่น 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ลงทุนในเงินฝากธนาคารมากที่สุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาลงทุนในหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ลงทุนในกองทุนรวม จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ลงทุนในทองคำแท่ง 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ลงทุนในหุ้นกู้ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และลงทุนในรูปแบบอื่น 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองลงทุนในเงินฝากธนาคารมากที่สุด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาลงทุนในทองคำแท่ง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ลงทุนในกองทุนรวม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ลงทุนในหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ จำนวน

26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ลงทุนในหุ้น 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และลงทุนในรูปแบบอื่น 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลหลักที่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน

เหตุผลที่ลงทุนในสัญญา ซื้อขายทองคำล่วงหน้า	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเก็บกำไรระยะสั้น	69	51.1	99	73.3	168	62.2
เพื่อป้องกันความเสี่ยงจาก ราคาทองคำ	0	0.0	4	3.0	4	1.5
ต้องการรายได้เพิ่มนอกจาก รายได้ประจำ	0	0.0	11	8.2	11	4.1
ต้องการกระจายความเสี่ยง จากหุ้น	41	30.4	4	3.0	45	16.7
ได้ผลตอบแทนสูงกว่าการ ลงทุนรูปแบบอื่น	12	8.9	8	5.9	20	7.4
ลงทุนแทนการซื้อขาย ทองคำแท่ง	9	6.7	8	5.9	17	6.3
เพื่อทำกำไรโดยไม่มี ความเสี่ยงระหว่างราคาทองคำ แท่งกับสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้า	3	2.2	0	0.0	3	1.1
อื่นๆ	1	0.7	1	0.7	2	0.7
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าเพราะต้องการเก็บกำไรระยะสั้น จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาลงทุนเพราะต้องการกระจายความเสี่ยงจากหุ้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ลงทุนเพราะได้ผลตอบแทน

สูงกว่าการลงทุนรูปแบบอื่น 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ลงทุนแทนการซื้อขายทองคำแท่ง 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ลงทุนเพราะต้องการรายได้เพิ่มนอกจากรายได้ประจำ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ลงทุนเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากราคาทองคำ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ลงทุนเพื่อทำกำไร โดยไม่มีความเสี่ยงระหว่างราคาทองคำแท่งกับสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 และลงทุนด้วยเหตุผลอื่นๆ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าเพราะต้องการเก็งกำไรระยะสั้น จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาลงทุนเพราะต้องการกระจายความเสี่ยงจากหุ้น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 ลงทุนเพราะได้ผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนรูปแบบอื่น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ลงทุนแทนการซื้อขายทองคำแท่ง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ลงทุนเพื่อทำกำไร โดยไม่มีความเสี่ยงระหว่างราคาทองคำแท่งกับสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และลงทุนด้วยเหตุผลอื่นๆ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าเพราะต้องการเก็งกำไรระยะสั้น จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาลงทุนเพราะต้องการรายได้เพิ่มนอกจากรายได้ประจำ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ลงทุนเพราะได้ผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนรูปแบบอื่น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ลงทุนแทนการซื้อขายทองคำแท่ง 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ลงทุนเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากราคาทองคำ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ลงทุนเพราะต้องการกระจายความเสี่ยงจากหุ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และลงทุนด้วยเหตุผลอื่นๆ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขายในแต่ละครั้งและประเภทตัวแทน

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขาย	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	95	70.4	78	57.8	173	64.1
เจ้าหน้าที่การตลาด	31	22.9	40	29.6	71	26.3
บุคคลในครอบครัว	2	1.5	13	9.6	15	5.6
เพื่อน	7	5.2	4	3.0	11	4.1
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ตนเองตัดสินใจซื้อขาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมาคือให้เจ้าหน้าที่การตลาดมีส่วนร่วม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ให้บุคคลในครอบครัวมีส่วนร่วม 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และให้เพื่อนมีส่วนร่วม 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ให้ตนเองตัดสินใจซื้อขาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 70.4 รองลงมาคือให้เจ้าหน้าที่การตลาดมีส่วนร่วม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 ให้เพื่อนมีส่วนร่วม 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และให้บุคคลในครอบครัวมีส่วนร่วม 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่ให้ตนเองตัดสินใจซื้อขาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือให้เจ้าหน้าที่การตลาดมีส่วนร่วม จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ให้บุคคลในครอบครัวมีส่วนร่วม 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และให้เพื่อนมีส่วนร่วม 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน

แหล่งข้อมูล	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ของตนเอง	107	79.3	109	80.7	216	80.0
เจ้าหน้าที่การตลาด	107	79.3	115	85.2	222	82.2
อินเทอร์เน็ต	49	36.3	49	36.3	98	36.3
เพื่อน	22	16.3	32	23.7	54	20.0
บุคคลในครอบครัว	5	3.7	23	17.0	28	10.4
บทวิเคราะห์ของโบรกเกอร์	76	56.3	80	59.3	156	57.8
ข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศ	78	57.8	76	56.3	154	57.0
สื่อโฆษณาต่างๆ	42	31.1	47	34.8	89	33.0
อื่นๆ	3	2.2	1	0.7	4	1.5

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เจ้าหน้าที่การตลาดเป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 82.2 รองลงมาคือใช้ประสบการณ์ของตนเอง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 บทวิเคราะห์ของโบรกเกอร์ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 ข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 อินเทอร์เน็ต จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 สื่อโฆษณาต่างๆ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 เพื่อน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 บุคคลในครอบครัว จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และใช้แหล่งข้อมูลอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ใช้ประสบการณ์ของตนเองและให้เจ้าหน้าที่การตลาดเป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาคือใช้ข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 บทวิเคราะห์ของโบรกเกอร์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 อินเทอร์เน็ต จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 สื่อโฆษณาต่างๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 เพื่อน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 บุคคลในครอบครัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และใช้แหล่งข้อมูลอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองให้เจ้าหน้าที่การตลาดเป็นแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาคือใช้ประสบการณ์ของตนเอง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 บทวิเคราะห์ของโบรกเกอร์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 ข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 อินเทอร์เน็ต จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 สื่อโฆษณาต่างๆ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 เพื่อน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 บุคคลในครอบครัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และใช้แหล่งข้อมูลอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุการณ์ที่ส่งผลให้ทำสถานะซื้อและประเภทตัวแทน

เหตุการณ์ที่ส่งผลให้ทำสถานะซื้อ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรง	111	82.2	110	81.5	221	81.9
เมื่อคนที่รู้จักทำสถานะซื้อ	8	5.9	20	14.8	28	10.4
เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม	37	27.4	29	21.5	66	24.4
เมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ซื้อ	77	57.0	92	68.1	169	62.6
เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ	70	51.9	69	51.1	139	51.5
เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา	27	20.0	24	17.8	51	18.9
อื่นๆ	3	2.2	0	0.0	3	1.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำสถานะซื้อเมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 รองลงมาคือเมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ซื้อ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 เมื่อคนที่รู้จักทำสถานะซื้อ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และเมื่อเกิดเหตุการณ์อื่นๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ทำสถานะซื้อเมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรงมากที่สุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 82.2 รองลงมาคือเมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ซื้อ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม จำนวน 37 คน คิด

เป็นร้อยละ 27.4 เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 เมื่อคนที่รู้จักทำสถานะซื้อ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และเมื่อเกิดเหตุการณ์อื่นๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองทำสถานะซื้อเมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรงมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมาคือเมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ซื้อ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และเมื่อคนที่รู้จักทำสถานะซื้อ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุการณ์ที่ส่งผลให้ทำสถานะขายและประเภทตัวแทน

เหตุการณ์ที่ส่งผลให้ทำสถานะขาย	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรง	111	82.2	112	83.0	223	82.6
เมื่อคนที่รู้จักทำสถานะขาย	8	5.9	20	14.8	28	10.4
เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม	37	27.4	30	22.2	67	24.8
เมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ขาย	78	57.8	90	66.7	168	62.2
เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ	70	51.9	65	48.1	135	50.0
เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา	27	20.0	24	17.8	51	18.9

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำสถานะขายเมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 รองลงมาคือเมื่อเจ้าหน้าที่การตลาด

แนะนำให้ขาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และเมื่อคนที่รู้จักทำสถานะขาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ทำสถานะขายเมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรง จำนวน 111 คน คิดเป็น 82.2 รองลงมาคือเมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ขาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเมื่อคนที่รู้จักทำสถานะขาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่ทำสถานะขายเมื่อราคาทองคำมีการแกว่งตัวขึ้นลงรุนแรง จำนวน 112 คน คิดเป็น 83.3 รองลงมาคือเมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดแนะนำให้ขาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เมื่อมีข่าวเศรษฐกิจต่างประเทศที่สำคัญ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 เมื่อผู้มีชื่อเสียงด้านทองคำวิเคราะห์แนวโน้ม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 เมื่อมีประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของอเมริกา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และเมื่อคนที่รู้จักทำสถานะขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ตั้งแต่เริ่มเปิดสถานะจนถึงปิดสถานะและประเภทตัวแทน

ระยะเวลา	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	18	13.3	25	18.5	43	15.9
1 – 2 สัปดาห์	42	31.1	52	38.5	94	34.8
มากกว่า 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน	35	25.9	29	21.5	64	23.7
มากกว่า 1 เดือน แต่ไม่ครบอายุสัญญา	21	15.6	23	17.0	44	16.3
ถือจนครบอายุสัญญา	19	14.1	6	4.5	25	9.3
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ตั้งแต่เริ่มเปิดสถานะจนถึงปิดสถานะนาน 1 – 2 สัปดาห์มากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาถือครองมากกว่า 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ถือครองมากกว่า 1 เดือน แต่ไม่ครบอายุสัญญา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ถือครองน้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และถือครองจนครบอายุสัญญา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ตั้งแต่เริ่มเปิดสถานะจนถึงปิดสถานะนาน 1 – 2 สัปดาห์มากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาถือครองมากกว่า 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 ถือครองมากกว่า 1 เดือน แต่ไม่ครบอายุสัญญา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ถือครองจนครบอายุสัญญา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และถือครองน้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองถือครองสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ตั้งแต่เริ่มเปิดสถานะจนถึงปิดสถานะนาน 1 – 2 สัปดาห์มากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาถือครองมากกว่า 2 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ถือครองน้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ถือครองมากกว่า 1 เดือน แต่ไม่ครบอายุสัญญา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และถือครองจนครบอายุสัญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน

ความถี่	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 ครั้งต่อเดือน	80	59.3	80	59.3	160	59.3
4 – 6 ครั้งต่อเดือน	46	34.1	34	25.2	80	29.6
7 – 9 ครั้งต่อเดือน	3	2.2	15	11.1	18	6.7
10 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป	6	4.4	6	4.4	12	4.4
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า 1 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือลงทุน 4 – 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ลงทุน 7 – 9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และลงทุน 10 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า 1 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือลงทุน 4 – 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 ลงทุน 10 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และลงทุน 7 – 9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า 1 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือลงทุน 4 – 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ลงทุน 7 – 9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 และลงทุน 10 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีส่งคำสั่งซื้อขายสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าและประเภทตัวแทน

วิธีส่งคำสั่งซื้อขาย	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สั่งซื้อขายทางโทรศัพท์	69	51.1	99	73.3	168	62.2
สั่งซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต	30	22.2	35	25.9	65	24.1
สั่งซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ	9	6.7	0	0.0	9	3.3
สั่งซื้อขายที่ห้องค้าของโบรกเกอร์	27	20.0	1	0.8	28	10.4
รวม	135	100.0	135	100.0	270	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สั่งซื้อขายสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าทางโทรศัพท์ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาคือทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ที่ห้องค้าของโบรกเกอร์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และสั่งซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่สั่งซื้อขายสัญญาซื้อขาย
ทองคำล่วงหน้าทางโทรศัพท์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาคือทางอินเทอร์เน็ต
จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ที่ห้องค้าของโบรกเกอร์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0
และสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองส่วนใหญ่สั่งซื้อขายสัญญาซื้อ
ขายทองคำล่วงหน้าทางโทรศัพท์ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือทางอินเทอร์เน็ต
จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และที่ห้องค้าของโบรกเกอร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8
ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่
ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย	3.25 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.25 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้ สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง	2.81 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็น เงินสด	3.74 (มาก)	4.23 (มาก)	3.99 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคา ทองคำมีความเหมาะสม	4.36 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง	4.07 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ	4.10 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.01 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน	2.94 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย	2.14 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.20 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.99) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.95) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.20) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.92) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.10) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.01) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.94) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.14)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ วางหลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.23) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.90) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.90) และปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอน หลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.27 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรก คิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	3.10 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่

ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.73) บัญชีย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการ โอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.27) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.10)

บัญชีส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยบัญชีย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.61) บัญชีย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการ โอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.30) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)
ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน	3.91 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ	3.96 (มาก)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้	4.39 (มาก)	4.31 (มาก)	4.35 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย

4.40) รองลงมา คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.25) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) และห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.17) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.64 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการ ลงทุน	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ในมหกรรมการเงิน	3.21 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจก ของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.04 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี	3.10 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การ จัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่	2.73 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงิน ในโอกาสต่างๆ	2.86 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การออกบทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในนิตยสารการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.26) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.18) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.17) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.77) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การออกบทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในนิตยสารการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.10) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.86) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.81) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX

เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรมอชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การออกบทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.24) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.23) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.50 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ	4.58 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ	4.61 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ	4.55 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง	4.59 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน	4.70 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้	4.49 (มาก)	3.91 (มาก)	4.20 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.39 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.57)

เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.70) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.56) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี	3.89 (มาก)	4.10 (มาก)	3.99 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม	3.28 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝาก หลักประกัน	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย	4.19 (มาก)	4.33 (มาก)	4.26 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน	4.24 (มาก)	4.22 (มาก)	4.23 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอน หลักประกัน	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)	4.13 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไข ข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย

(ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.34) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย	3.21 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอ้โคงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่นการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น	3.07 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง	3.97 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.21) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาของรายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.19) การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาของ รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ประเภทตัวแทนซื้อขาย		
	บริษัท หลักทรัพย์ (n = 135)	โบรกเกอร์ ร้านทอง (n = 135)	รวม (n = 270)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
ด้านราคา	3.37 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.34 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.42 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.32) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมากคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง ปัจจัยที่มีผลในระดับมากคือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย	3.21 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.21 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้ สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง	2.89 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็น เงินสด	3.66 (มาก)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคา ทองคำมีความเหมาะสม	4.43 (มาก)	4.26 (มาก)	4.36 (มาก)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ	4.20 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน	2.98 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย	2.21 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.14 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.10) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.01) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.94) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.14)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ บทวิเคราะห์

แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.20) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.01) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.21) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.98) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.89) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.21)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.00) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.96) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.32) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.89) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.70) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.04)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการ โอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอน หลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.04 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรก คิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	2.99 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	3.62 (มาก)	3.89 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการ โอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.27) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย

3.62) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.04) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.64) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.24 (มาก)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.32 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	3.63 (มาก)	3.98 (มาก)	3.77 (มาก)
ห้องคำให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน	4.02 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกในการเข้ามาติดต่อ	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)	3.80 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้	4.34 (มาก)	4.45 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย

4.30) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.24) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.02) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.98) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.74) และที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการ ลงทุน	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ในมหกรรมการเงิน	3.30 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจก ของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.01 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน	3.38 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การ จัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	2.70 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงิน ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น	2.85 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.10) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.86) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.38) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.30) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.01) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.85) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.70) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.74)

เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.26) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.08) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.08) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.87) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่อง ทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.50 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ	4.55 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้ อย่างแม่นยำ	4.59 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบท วิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ	4.60 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทร แจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง	4.66 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาใน พอร์ตการลงทุน	4.76 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้	4.56 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.49 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติด ป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.59 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการ ฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37 (มาก)	4.29 (มาก)	4.34 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.66) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.56) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.93) และเจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.47) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.47) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.11) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี	3.77 (มาก)	4.08 (มาก)	3.89 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม	3.23 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝาก หลักประกัน	4.11 (มาก)	4.23 (มาก)	4.16 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอน หลักประกัน	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไข ข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น	2.93 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน

(ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.23) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อ ขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย	3.07 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็น ตัวแทนซื้อขาย	3.07 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่นการ จัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น	3.61 (มาก)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบ ทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียน ภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อ

ขายมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.07) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.07) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังเกตได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย	3.38 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.09 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้ สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็น เงินสด	4.12 (มาก)	4.36 (มาก)	4.23 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคา ทองคำมีความเหมาะสม	4.47 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง	4.03 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน	2.93 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย	2.26 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ วางหลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.90) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.90) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ วางหลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา คือ ไม่มีการส่งมอบ

ทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.12) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.85) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.38) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.09) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.93) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.26)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ วางหลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 4.02) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.95) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.82) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.23) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.85) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอน หลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.23 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรก คิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	2.93 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.30) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย

3.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.23) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.84)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.43 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)
ห้องคำให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน	3.28 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.57 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ

ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.17) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการ ซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.61) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.2) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรก เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการ ตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.13) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการ ลงทุน	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ในมหกรรมการเงิน	3.32 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจก ของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.30 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน	3.53 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การ จัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	2.89 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงิน ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น	3.16 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การออกนุทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.24) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.23) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.45) การออกนุทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.32) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.26) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.16) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.89) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่

ใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.34) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.31) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.21) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.65 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ	4.59 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ	4.77 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและ संबทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ	4.57 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดช่วยเหลือผู้ต้องการลงทุน และ โทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคารุนแรง	4.55 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหา ในพอร์ตการลงทุน	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทาง เทคนิคได้	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัท และติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.00 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการ ฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรก
เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้
อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ
(ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและ संबทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ
(ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของ
ราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.56) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถ
ตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการ
ลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการ
ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกัน

ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.65) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.93) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.62) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.43) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.95) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และปัจจัยย่อยที่มี

ผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี	4.14 (มาก)	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม	3.43 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝาก หลักประกัน	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอน หลักประกัน	4.15 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไข ข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น	3.07 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.34) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.43) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.23) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.03)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย	2.97 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย	3.23 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่นการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง	4.15 (มาก)	4.23 (มาก)	4.19 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียน

พาณิชย์ โบอนุญาตค้าของเก่า ไบทะเลเบียนภามีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความสะอาด สวยงาม โอ้โงงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้า บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการ นำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟ ราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัย ย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ไบทะเลเบียนพาณิชย์ โบอนุญาตค้าของเก่า ไบทะเลเบียนภามีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) ความสะอาด สวยงาม โอ้ โงงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.23) และป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็น ตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.97) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนใน สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรก เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการ นำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟ ราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัย ย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ไบทะเลเบียนพาณิชย์ โบอนุญาตค้าของเก่า ไบทะเลเบียนภามีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39) ความสะอาด สวยงาม โอ้ โงงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.36) และป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็น ตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศและประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	บริษัทหลักทรัพย์ (n = 135)			โบรกเกอร์ร้านทอง (n = 135)		
	ชาย (n = 82)	หญิง (n = 53)	รวม (n = 135)	ชาย (n = 74)	หญิง (n = 61)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)
ด้านราคา	3.22 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.37 (มาก)	4.29 (มาก)	4.34 (มาก)	4.26 (มาก)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.33 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้าน

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย	3.22 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.39 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อน ซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้ง ช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง	2.87 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการ ชำระราคาเป็นเงินสด	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความ เหมาะสม	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ ถูกต้อง	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมี ความแม่นยำ	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)	4.27 (มาก)	4.10 (มาก)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ บริษัท	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มี มาตรฐาน	3.04 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อ ขาย	2.04 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.12 (น้อย)	2.14 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัท
หลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วาง
หลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.10) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่
ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.01) ไม่มีการส่งมอบ
ทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ
ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน
หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย
2.94) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคา

ลง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.14)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา คือ บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.96) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.04) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.87) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.04)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.92) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.92) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.82) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วาง

หลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.27) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.25) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.12) ไม่มีการส่งมอบ ทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.20) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.14) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.04) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคา ลง (ค่าเฉลี่ย 2.67) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.12)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.87 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	2.83 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.27) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.31) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.00) และบริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.26 (มาก)	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)	4.30 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)
ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์ อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อ ขายที่ครบถ้วน	3.39 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	4.18 (มาก)	3.91 (มาก)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ใน แหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามา ติดต่อ	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.22 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.06 (มาก)	3.80 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืน ได้	4.48 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.26) ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.87) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.39) และที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น

บริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.25) เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.18) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.82 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ ด้านเทคนิคการลงทุน	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)	3.85 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน	3.61 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่น ส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การ ชิงรางวัล การแจกของขวัญใน เทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.17 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้า ฟรี	3.13 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน	3.70 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณ ในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	2.91 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่าง สม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาค เงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น	3.04 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ

การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.10) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.86) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.70) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.61) การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.17) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.13) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.91) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.41) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.16) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.11) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.02) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วม

บริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.54) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารแก่นักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.47) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.10) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.08) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.88) และการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.57 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.47 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ	4.52 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุน และวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ	4.43 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและ संबทวิเคราะห์ให้ อย่างสม่ำเสมอ	4.57 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง	4.48 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไข ปัญหาในพอร์ตการลงทุน	4.57 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลิกกร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลิกกร	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของ บริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวก ในการฝากถอนหลักประกัน ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลิกกรที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัท
หลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้
อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการ
เคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจ
ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่าง
สม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบ
ข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถ
วิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

(ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.48) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.48) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.43) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.66) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย

3.93) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.49) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และเจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติ การเปิดบัญชี	4.30 (มาก)	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมี ความเหมาะสม	4.13 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการฝากหลักประกัน	4.43 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการซื้อขาย	4.39 (มาก)	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการ สรุปผลกำไรขาดทุน	4.57 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)	4.35 (มาก)	4.24 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการถอนหลักประกัน	4.48 (มาก)	4.05 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่ง เอกสารการซื้อขาย เป็นต้น	3.70 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความ

ถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.30) หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.11) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน

(ค่าเฉลี่ย 4.24) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.10) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่ เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังเกตเห็นได้ง่าย	3.83 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอ้โถงของ บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย	3.70 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการ ลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคา ทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดง ราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่าง ชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียน ภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น	3.78 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปีขึ้นไป (n = 51)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนอง ความต้องการด้านการลงทุนอย่าง ต่อเนื่อง	4.22 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.34 (มาก)	3.31 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลใน

ระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา คือ ป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาของ รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.78) และความสะอาด สวยงาม โอ่โง่งของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาของ รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอ่โง่งของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.10) การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) และป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.05) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาของ รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอ่โง่งของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.14) ป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.12) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญามีความหลากหลาย	3.25 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.07 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อน ซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้ง ช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการ ชำระราคาเป็นเงินสด	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)	4.23 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความ เหมาะสม	4.57 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ ถูกต้อง	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมี ความแม่นยำ	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.72 (มาก)	3.76 (มาก)

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ บริษัท	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มี มาตรฐาน	2.86 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อ ขาย	2.36 (น้อย)	2.09 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรก
เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อย
ที่มีผลในระดับมาก คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.23)
รองลงมา คือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้น
และราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงและ
ความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.90) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย
3.76) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.32)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.90) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา คือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.04) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.07) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.86) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อยคือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.36)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมา คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.19) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 4.00) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.86) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.35) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.23) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อยคือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.09)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ วาง

หลักประกันขั้นต้นที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.26) ทำสถานะซื้อก่อนขาย และขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.88) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.86) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.12) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.80) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.38)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อ ฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิด ค่าใช้จ่าย	3.46 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	3.04 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตรา ดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.30) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.46) ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.19) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.46) บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.34) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)	4.17 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์	4.43 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์ อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อ ขายที่ครบถ้วน	3.46 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ใน แหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามา ติดต่อ	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืน ได้	4.43 (มาก)	4.26 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.17) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.18) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.18) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น

โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.16) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ ห้างค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.68 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ ด้านเทคนิคการลงทุน	4.04 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขาย ทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน	3.54 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่น ส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การ ชิงรางวัล การแจกของขวัญใน เทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.25 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้า ฟรี	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน	3.71 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณ ในช่วงปีใหม่ เป็นต้น	2.89 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่าง สม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาค เงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น	3.39 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิติสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การ

ส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การออกบทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมกราคมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.24) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.23) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.71) การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) การออกบทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมกราคมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.25) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.18) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.89) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.35) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) การออกบทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมกราคมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.25) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.19) บริการส่ง SMS

ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.18) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.79) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.42) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.38) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.34) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.26) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.18) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อ การให้บริการ	4.14 (มาก)	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความ เชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถ ตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.64 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและ เต็มใจให้บริการ	4.61 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุน และวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่าง แม่นยำ	4.79 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับ ลูกค้าและ संबทวิเคราะห์ให้อย่าง สม่ำเสมอ	4.71 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ต การลงทุนและ โทรแจ้งเมื่อมีการ เคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง	4.57 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไข ปัญหาในพอร์ตการลงทุน	4.54 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ ทางเทคนิคได้	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของ บริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวก ในการฝากถอนหลักประกัน ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.07 (มาก)	3.75 (มาก)	4.08 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรก
เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้
อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ
(ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ
(ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยเหลือพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของ
ราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.56) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถ
ตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการ
ลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการ
ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกัน
ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้

(ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.71) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.57) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.07) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.53) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยย่อย

ที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.62) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.54) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.52) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติ การเปิดบัญชี	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	4.12 (มาก)	4.10 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมี ความเหมาะสม	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการฝากหลักประกัน	4.32 (มาก)	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)	4.21 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการซื้อขาย	4.46 (มาก)	4.26 (มาก)	4.34 (มาก)	4.33 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการ สรุปผลกำไรขาดทุน	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการถอนหลักประกัน	4.25 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่ง เอกสารการซื้อขาย เป็นต้น	3.14 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความ

รวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.34) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.32) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความ

รวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่ เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังเกตเห็นได้ง่าย	3.18 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอ้โถงของ บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย	3.39 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการ ลงทุน เช่นการจัดแสดงกราฟราคา ทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดง ราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่าง ชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียน ภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น	3.46 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปีขึ้นไป (n = 50)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนอง ความต้องการด้านการลงทุนอย่าง ต่อเนื่อง	4.36 (มาก)	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)	4.19 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความสะอาดสวยงาม โอ้โคงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และป้ายชื่อ โบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลใน

ระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.19) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.12) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.22) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุและประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	บริษัทหลักทรัพย์ (n = 135)				โบรกเกอร์ร้านทอง (n = 135)			
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี (n = 23)	36 – 45 ปี (n = 61)	46 ปี ขึ้นไป (n = 51)	รวม (n=135)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี (n = 28)	36 – 45 ปี (n = 57)	46 ปี ขึ้นไป (n = 50)	รวม (n=135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้าน ผลิตภัณฑ์	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)
ด้านราคา	3.57 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ด้านช่องทาง จำหน่าย	3.85 (มาก)	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.39 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.27 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)	4.35 (มาก)	4.25 (มาก)
ด้าน กระบวนการ	4.29 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	3.86 (มาก)	3.34 (มาก)	3.31 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.27) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.42) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.22) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.46) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 45 ปีที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.29) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.32) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ส่วนที่ 8 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญามีความ หลากหลาย	3.30 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุน ได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือ สูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.60 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขาย ก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำ กำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและ ราคาลง	3.10 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่ มีการชำระราคาเป็นเงินสด	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ ประมาณ 10% ของราคา ทองคำมีความเหมาะสม	4.40 (มาก)	4.29 (มาก)	4.36 (มาก)	4.43 (มาก)	4.36 (มาก)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุน ที่ถูกต้อง	4.30 (มาก)	3.74 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.07 (มาก)

ตารางที่ 60 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคา ทองคำมีความแม่นยำ	4.60 (มากที่สุด)	3.74 (มาก)	4.11 (มาก)	4.32 (มาก)	4.10 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	4.30 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	4.19 (มาก)	4.01 (มาก)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน	3.10 (ปาน กลาง)	2.83 (ปาน กลาง)	2.97 (ปาน กลาง)	2.98 (ปาน กลาง)	2.94 (ปาน กลาง)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยัน การซื้อขาย	2.10 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.14 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.38 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัท
หลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วาง
หลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.10) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่

ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.01) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.25) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือน หรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.94) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.14)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.30) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.90) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.30) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.10) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.10)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.81) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.74) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.83) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้น

และราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.02)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา คือ บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.11) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.28) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.28) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.97) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.89) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.32) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.19) ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ขนาดสัญญาที่มีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.98) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.98) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 2.72) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.21)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	4.50 (มากที่สุด)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	3.20 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 61 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.27) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.70) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.25) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.09) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่าน อินเทอร์เน็ต	4.70 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทาง โทรศัพท์	4.30 (มาก)	4.26 (มาก)	4.14 (มาก)	4.47 (มาก)	4.30 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	4.30 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)
ห้องค้าให้บริการลูกค้า มี อุปกรณ์อำนวยความสะดวก สำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)	3.91 (มาก)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวก ในการเข้ามาติดต่อ	4.30 (มาก)	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)	4.13 (มาก)	3.96 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.40 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขาย ช่วงกลางวันได้	4.30 (มาก)	4.29 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.39 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.70) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 4.30) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.30) เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.19) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.81) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.38) เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.13) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.30 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.64 (มาก)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน	3.50 (มาก)	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.85 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญา ซื้อขายทองคำล่วงหน้าใน มหกรรมการเงิน	3.40 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การ ชิงรางวัล การแจกของขวัญใน เทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำ ล่วงหน้าฟรี	2.80 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนัก ลงทุน	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)

ตารางที่ 63 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดกิจกรรมสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปี ใหม่ เป็นต้น	2.70 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือ สังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การ ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาส ต่างๆ เป็นต้น	3.10 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 63 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.64) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.21) บริการส่ง

SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.10) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.86) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.40) การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.10) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.80) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.70) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.38) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.24) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.98) การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.95) และการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.88) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.19) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.19) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.17) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.00) การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.64) และการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.56) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.74) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.13) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.06) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.02) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.98) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ	4.30 (มาก)	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.60 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ	4.60 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้แม่นยำ	4.80 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ	4.90 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	4.72 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง	4.60 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)

ตารางที่ 64 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท
หลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านบุคลากร	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถ ช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการ ลงทุน	4.70 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถ วิเคราะห์ทางเทคนิคได้	4.30 (มาก)	4.45 (มาก)	4.39 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุด ฟอร์มของบริษัทและติดป้าย ชื่อในเวลาทำการ	2.60 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอน หลักประกันได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.69 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.44 (มาก)	4.34 (มาก)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัท
หลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ

เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.59) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.90) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.80) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.70) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.30) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาลงทุนในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.43) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.26) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาลงทุนในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.72) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.61) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.47) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.39) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.33) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.69) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาลงทุนในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.66) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อ

สงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้ได้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.15) และเจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการ อนุมัติการเปิดบัญชี	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิด บัญชีมีความเหมาะสม	4.30 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการฝากหลักประกัน	4.30 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการซื้อขาย	4.10 (มาก)	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการ สรุปผลกำไรขาดทุน	4.60 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.24 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการถอนหลักประกัน	4.30 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	4.26 (มาก)	4.19 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการ อื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูล ลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อ ขาย เป็นต้น	3.60 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 65 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.28) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.36) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.19) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.06) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้า บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมี ความชัดเจน สังกัดได้ง่าย	3.90 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอ้โง ของบริษัทตัวแทนซื้อขาย	3.60 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้าง บรรยากาศการลงทุน เช่น มี การจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดง ราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.63 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียน พาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม	4.10 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้าน การลงทุนอย่างต่อเนื่อง	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	4.21 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัท

ที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.19) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมา คือ ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.92) ความสะอาด สวยงาม โอ้โถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.89) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.78) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอ้โถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.40) ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.28) และการแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ส่วนที่ 9 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสัญญามีความ หลากหลาย	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
สามารถเลือกระยะเวลาลงทุน ได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือ สูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้	3.33 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ทำสถานะซื้อก่อนขายและขาย ก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำ กำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและ ราคาลง	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)
ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่ มีการชำระราคาเป็นเงินสด	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ ประมาณ 10% ของราคา ทองคำมีความเหมาะสม	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
บริการให้คำปรึกษาการลงทุน ที่ถูกต้อง	3.83 (มาก)	4.09 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)

ตารางที่ 67 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บทวิเคราะห์แนวโน้มราคา ทองคำมีความแม่นยำ	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัท	4.13 (มาก)	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)
โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน	2.79 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยัน การซื้อขาย	2.21 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.29 (น้อย)	2.25 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 67 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรก
เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อย
ที่มีผลในระดับมาก คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.23)
รองลงมา คือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้น
และราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.97) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ชื่อเสียงและ

ความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.90) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.32) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.90) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.29) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.13) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.92) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.33) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.21)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือ บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.09) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.97) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.94) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.11) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.03) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อย คือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.23)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.25) ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 4.08) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.92) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.33) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.04) สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 2.96) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อยคือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ วางหลักประกันขั้นต่ำที่ประมาณ 10% ของราคาทองคำมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากคือ ไม่มีการส่งมอบทองคำจริง แต่มีการชำระราคาเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ทำสถานะซื้อก่อนขายและขายก่อนซื้อได้ ทำให้สามารถทำกำไรได้ทั้งช่วงที่ราคาขึ้นและราคาลง (ค่าเฉลี่ย 3.96) บริการให้คำปรึกษาการลงทุนที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.88) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.83) บทวิเคราะห์แนวโน้มราคาทองคำมีความแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ สามารถเลือกระยะเวลาลงทุนได้ที่ 2 เดือน 4 เดือนหรือสูงสุดไม่เกิน 6 เดือนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ขนาดสัญญามีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.12) โปรแกรมการซื้อขายที่รวดเร็ว มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อยคือ หลักฐานการทำธุรกรรมยืนยันการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 2.29)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท	2.79 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.17 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 68 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทอง

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.30) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาท และสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) และ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.20) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.17) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ บริการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเพื่อฝากถอนหลักประกันโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย 3.48) อัตราดอกเบี้ยจากเงินหลักประกันที่ฝากไว้จะได้ดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยจากธนาคารพาณิชย์ที่ 0.75% ต่อปี (ค่าเฉลี่ย 3.48) และค่าธรรมเนียมการซื้อขายสัญญา 50 บาท สัญญาแรกคิดค่าธรรมเนียม 500 บาทและสำหรับสัญญา 10 บาท คิดที่ 100 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระบบการซื้อขายผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	4.17 (มาก)
ระบบการซื้อขายผ่านทาง โทรศัพท์	4.29 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	3.42 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)
หิ้งค้าให้บริการลูกค้า มี อุปกรณ์อำนวยความสะดวก สำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวก ในการเข้ามาติดต่อ	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)
ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.57 (มาก)
เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขาย ช่วงกลางวันได้	4.29 (มาก)	4.34 (มาก)	4.13 (มาก)	4.38 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.17) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.92) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.71) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.26) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับ

ตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.71) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.13) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.54) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ ระบบการซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ เปิดทำการตั้งแต่ช่วงเวลา 9.30 น. – 22.30 น. สามารถซื้อขายช่วงกลางคืนได้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ระบบการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.23) ระบบการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.79) บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ที่จอดรถสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ห้องค้าให้บริการลูกค้า มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการซื้อขายที่ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น	3.46 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดอบรมและสัมมนาให้ ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน	3.92 (มาก)	3.57 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)
การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญา ซื้อขายทองคำล่วงหน้าใน มหกรรมการเงิน	3.17 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลด ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การ ชิงรางวัล การแจกของขวัญใน เทศกาลต่างๆ เป็นต้น	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
บริการส่ง SMS ราคาทองคำ ล่วงหน้าฟรี	2.96 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนัก ลงทุน	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดกิจกรรมสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปี ใหม่ เป็นต้น	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)
การจัดกิจกรรมช่วยเหลือ สังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การ ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาส ต่างๆ เป็นต้น	3.46 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 70 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี
ผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น
โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก
คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ เว็บไซต์
ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.50) การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์
อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การ
ส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญใน

เทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าใน
 มหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.31) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.24) การจัด
 กิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงิน
 ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.23) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัด
 เลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนใน
 สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่
 ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยปัจจัย
 ย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย
 3.92) รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิง
 รางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ
 การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น
 (ค่าเฉลี่ย 3.46) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำ
 ท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน
 (ค่าเฉลี่ย 3.33) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย
 3.17) การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น
 (ค่าเฉลี่ย 3.00) และบริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 2.96) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนใน
 สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับ
 ตัวแทนที่เป็น โบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีผล
 ในระดับมาก คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา คือ การจัดอบรมและ
 สัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.57) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชันส่วนลด
 ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.51)
 ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.31) การออก
 บูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.29) การจัดกิจกรรม
 ช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาส
 ต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.06) การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต
 นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น
 การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.94) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.54) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.46) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.42) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.38) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.38) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.29) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ การจัดอบรมและสัมมนาให้ความรู้ด้านเทคนิคการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อขนาดใหญ่ของ TFEX เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นิตยสารทางการเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เว็บไซต์ให้ข่าวสารกับนักลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.46) การออกบูทเพื่อแนะนำสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในมหกรรมการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.35) บริการส่ง SMS ราคาทองคำล่วงหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.29) การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมอย่างสม่ำเสมอ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม การร่วมบริจาคเงินในโอกาสต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.17) การส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นส่วนลดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย การชิงรางวัล การแจกของขวัญในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.08) และการจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การจัดเลี้ยงขอบคุณในช่วงปีใหม่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้	4.54 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ	4.58 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้แม่นยำ	4.75 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ	4.58 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง	4.46 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)

ตารางที่ 71 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านบุคลากร	รายได้					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถ ช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการ ลงทุน	4.42 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
	เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถ วิเคราะห์ทางเทคนิคได้	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุด ฟอร์มของบริษัทและติดป้าย ชื่อในเวลาทำการ	3.13 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอน หลักประกันได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.79 (มาก)	4.08 (มาก)	3.94 (มาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)	

จากตารางที่ 71 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็น โบรก
เกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ
เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้

อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและ संबทวิเคราะห์ให้ อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและ โทรแฉังเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.56) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและ संबทวิเคราะห์ให้ อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและ โทรแฉังเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.46) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.42) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและ โทรแฉังเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย

4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.60) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.06) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.71) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.67) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.63) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.46) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.79) และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนและวิเคราะห์แนวโน้มได้อย่างแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีการติดต่อกับลูกค้าและส่งบทวิเคราะห์ให้อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.65) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความสุภาพและเต็มใจให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 4.58) เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องทองคำ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถช่วยแก้ไขปัญหาในพอร์ตการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 4.50) บัญชีย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่การตลาดช่วยดูแลพอร์ตการลงทุนและโทรแจ้งเมื่อมีการเคลื่อนไหวของราคาอย่างรุนแรง (ค่าเฉลี่ย 4.48) เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการอำนวยความสะดวกในการฝากถอนหลักประกันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) เจ้าหน้าที่การตลาดเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) เจ้าหน้าที่การตลาดสามารถวิเคราะห์ทางเทคนิคได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และบัญชีย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่การตลาดสวมชุดฟอร์มของบริษัทและติดป้ายชื่อในเวลาทำการ (ค่าเฉลี่ย 2.88)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง
ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ด้านกระบวนการ	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในกระบวนการ อนุมัติการเปิดบัญชี	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิด บัญชีมีความเหมาะสม	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการฝากหลักประกัน	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการซื้อขาย	4.42 (มาก)	4.46 (มาก)	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)
ความถูกต้องของกระบวนการ สรุปผลกำไรขาดทุน	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)	4.22 (มาก)
ความรวดเร็วและถูกต้องของ กระบวนการถอนหลักประกัน	3.96 (มาก)	4.14 (มาก)	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)
ความรวดเร็วของกระบวนการ อื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูล ลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น	2.92 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.34) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา คือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.25) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.43) และความรวดเร็ว

ของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.33) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการฝากหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความถูกต้องของกระบวนการสรุปผลกำไรขาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความรวดเร็วในกระบวนการอนุมัติการเปิดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความรวดเร็วและถูกต้องของกระบวนการถอนหลักประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.33) และความรวดเร็วของกระบวนการอื่นๆ เช่น การแก้ไขข้อมูลลูกค้า การจัดส่งเอกสารการซื้อขาย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้				
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 30,000บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้า บริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมี ความชัดเจน สังกัดได้ง่าย	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ความสะอาด สวยงาม โอ้โคง ของบริษัทตัวแทนซื้อขาย	3.46 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การตกแต่งและสร้าง บรรยากาศการลงทุน เช่น มี การจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดง ราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)
การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียน พาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม	3.33 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
มีการนำเสนอรูปแบบการใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้าน การลงทุนอย่างต่อเนื่อง	4.12 (มาก)	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)	4.19 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 73 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความสะอาดสวยงาม โอ้โคงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอ้โคงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.46) การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.33) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าของเก่า ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.37) ความ

สะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.14) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่
ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.09) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนใน
สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับ
ตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลใน
ระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้านการ
ลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น มี
การจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น
(ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น
ใบทะเบียนพาณิชย์ ใบอนุญาตค้าทองคำ ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความ
สะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่
ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการลงทุนใน
สัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับ
ตัวแทนที่เป็นโบรกเกอร์ร้านทองโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีผล
ในระดับมาก คือ มีการนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการด้าน
การลงทุนอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ การตกแต่งและสร้างบรรยากาศการลงทุน เช่น
มีการจัดแสดงกราฟราคาทอง รายการข่าวต่างประเทศ แสดงราคาซื้อขายแบบเรียลไทม์ เป็นต้น
(ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ความสะอาด สวยงาม โอโถงของบริษัทที่
เป็นตัวแทนซื้อขาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) การแสดงใบอนุญาตต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ใบทะเบียนพาณิชย์
ใบอนุญาตค้าทองคำ ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.31) และป้ายชื่อโบรกเกอร์ที่
ด้านหน้าบริษัทที่เป็นตัวแทนซื้อขายมีความชัดเจน สังกัดได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้และประเภทตัวแทนซื้อขาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	บริษัทหลักทรัพย์ (n = 135)					โบรกเกอร์ร้านทอง (n = 135)				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (n = 10)	30,001 – 45,000 บาท (n = 42)	45,001 – 60,000 บาท (n = 36)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 47)	รวม (n = 135)	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท (n = 24)	30,001 – 45,000 บาท (n = 35)	45,001 – 60,000 บาท (n = 24)	มากกว่า 60,000 บาท (n = 52)	รวม (n = 135)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.67 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)
ด้านราคา	3.80 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.44 (มาก)	4.34 (มาก)	4.20 (มาก)	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)
ด้านกระบวนการ	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.80 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 74 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.35) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.38) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.14) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ที่ลงทุนกับตัวแทนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.29) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ส่วนที่ 10 ข้อมูลปัญหาของนักลงทุนในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามส่วน
ประสมทางการตลาดบริการและประเภทตัวแทนซื้อขาย

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ จากการ
ลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อายุของสัญญาซื้อขายทองคำ ล่วงหน้าสั้นเกินไป	74	27.4	81	30.0	155	57.4
ขนาดของสัญญาที่มีในปัจจุบัน ยังไม่หลากหลายเพียงพอ	70	26.0	19	7.0	89	33.0
หลักประกันขั้นต่ำสูงเกินไป	11	4.1	38	14.0	49	18.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 75 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่พบ
จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า คือ อายุของสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าสั้นเกินไป
จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือ ขนาดของสัญญาที่มีในปัจจุบันยังไม่หลากหลาย
เพียงพอ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และหลักประกันขั้นต่ำสูงเกินไป จำนวน 49 คน คิด
เป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ที่พบจาก
การลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ อายุของสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าสั้น
เกินไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ ขนาดของสัญญาที่มีในปัจจุบันยังไม่
หลากหลายเพียงพอ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และหลักประกันขั้นต่ำสูงเกินไป จำนวน
11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนกับโบรกเกอร์ร้าน
ทองในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ อายุของสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าสั้นเกินไป
จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ หลักประกันขั้นต่ำสูงเกินไป จำนวน 38 คน คิด
เป็นร้อยละ 14.1 และขนาดของสัญญาที่มีในปัจจุบันยังไม่หลากหลายเพียงพอ จำนวน 19 คน คิด
เป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านราคา จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านราคา	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสูงเกินไป	9	3.3	13	4.8	22	8.1

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 76 พบว่าปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า คือ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายสูงเกินไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบการซื้อขายผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันมือถือใช้งานได้ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย	57	21.1	26	9.6	83	30.7
เวลาทำการน้อยเกินไป ต้องการให้ขยายเวลาทำการเพิ่ม	61	22.6	32	11.8	93	34.4

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 77 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ เวลาทำการน้อยเกินไป ต้องการให้

ขยายเวลาทำการเพิ่ม จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 และระบบการซื้อขายผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันมือถือ ใช้งานได้ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัท หลักทรัพย์ที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ เวลาทำการน้อยเกินไป ต้องการให้ขยายเวลาทำการเพิ่ม จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และระบบการซื้อขายผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันมือถือ ใช้งานได้ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ เวลาทำการน้อยเกินไป ต้องการให้ขยายเวลาทำการเพิ่ม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และระบบการซื้อขายผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันมือถือ ใช้งานได้ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขาดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจให้ซื้อขาย	5	1.8	31	11.5	36	13.3
ไม่ค่อยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า	14	5.2	3	1.1	17	6.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 78 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ ขาดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจให้ซื้อขาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และไม่ค่อยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ ไม่ค่อยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และขาดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจให้ซื้อขาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ ขาดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจให้ซื้อขาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และไม่ค่อยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านบุคลากร จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านบุคลากร	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่การตลาดไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	1	0.4	21	7.7	22	8.1
เจ้าหน้าที่การตลาดไม่มีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์	15	5.5	5	1.9	20	7.4
เจ้าหน้าที่การตลาดไม่เต็มใจให้บริการและพูดจาไม่สุภาพ	0	0.0	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 79 พบว่าปัญหาด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดไม่เพียงพอต่อการให้บริการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่การตลาดไม่มีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

ปัญหาด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดไม่มีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และเจ้าหน้าที่การตลาดไม่เพียงพอต่อการให้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ปัญหาด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับ โบรกเกอร์ร้านทองที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่การตลาดไม่เพียงพอต่อการให้บริการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และเจ้าหน้าที่การตลาดไม่มีความรอบรู้ในผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านกระบวนการ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีมากเกินไป สร้างความยุ่งยาก	17	6.3	17	6.3	34	12.6
กระบวนการฝากถอนหลักประกันมีความล่าช้า	5	1.9	8	2.9	13	4.8

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 80 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีมากเกินไป สร้างความยุ่งยาก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 รองลงมาคือ กระบวนการฝากถอนหลักประกันมีความล่าช้า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ปัญหาด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีมากเกินไป สร้างความยุ่งยาก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และกระบวนการฝากถอนหลักประกันมีความล่าช้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ปัญหาด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ หลักฐานที่ใช้ประกอบการเปิดบัญชีมีมากเกินไป สร้างความยุ่งยาก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และกระบวนการฝากถอนหลักประกันมีความล่าช้า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายชื่อโบรกเกอร์ไม่โดดเด่น ไม่ชัดเจน หาดำแหน่งโบรก เกอร์ได้ยาก	10	3.7	8	3.0	18	6.7
การนำเสนอรูปแบบการใช้ เทคโนโลยีไม่สามารถ ตอบสนองความต้องการด้าน การลงทุนได้	49	18.1	22	8.2	71	26.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 81 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ การนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนได้ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และป้ายชื่อโบรกเกอร์ไม่โดดเด่น ไม่ชัดเจน หาดำแหน่งโบรกเกอร์ได้ยาก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ การนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนได้ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และป้ายชื่อโบรกเกอร์ไม่โดดเด่น ไม่ชัดเจน หาดำแหน่งโบรกเกอร์ได้ยาก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทองที่พบจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามากที่สุด คือ การนำเสนอรูปแบบการใช้เทคโนโลยีไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านการลงทุนได้ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และป้ายชื่อโบรกเกอร์ไม่โดดเด่น ไม่ชัดเจน หาดำแหน่งโบรกเกอร์ได้ยาก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการลักษณะทางกายภาพ จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำแนกตามประเภทตัวแทน

ปัญหา	บริษัทหลักทรัพย์		โบรกเกอร์ร้านทอง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาอื่นๆ	2	0.7	0	0.0	2	0.7
ไม่มีปัญหา	12	4.4	32	11.9	44	16.3

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 270 คน

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาอื่นๆ จากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ซึ่งพบเฉพาะนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์เท่านั้น และผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบปัญหาจากการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 โดยแบ่งเป็นนักลงทุนที่ลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และนักลงทุนที่ลงทุนกับโบรกเกอร์ร้านทอง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9

ข้อเสนอแนะในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้า

1. การส่งหลักฐานการทำธุรกรรม (Statement) ที่เป็นจดหมายให้กับนักลงทุนมากเกินไป ควรจัดส่งทางอีเมลแทน (มีผู้ตอบจำนวน 2 คน)
2. หลักฐานการทำธุรกรรมที่สรุปการซื้อขาย อ่านไม่เข้าใจ ควรใช้ภาษาไทย หรือสรุปให้เข้าใจง่ายกว่านี้ (มีผู้ตอบจำนวน 1 คน)
3. ไม่เข้าใจวิธีการคำนวณผลกำไรขาดทุนในพอร์ตการลงทุนผ่านโปรแกรมซื้อขาย (มีผู้ตอบจำนวน 1 คน)