

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อทองคำรูปพรรณ ในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย สามารถแบ่งผลการศึกษออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	90	36.0
หญิง	160	64.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 36.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 -25 ปี	32	12.8
26-35 ปี	84	33.6
36-45 ปี	53	21.2
46-55 ปี	53	21.2
56 ปีขึ้นไป	28	11.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี ร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ 36-45 ปี และ 46-55 ปี เท่ากัน ร้อยละ 21.2 15 - 25 ปี ร้อยละ 12.8 และ 56 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	71	28.4
สมรส	153	61.2
หย่าร้าง/หม้าย	26	10.4
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพสมรส ร้อยละ 61.2 รองลงมาคือ โสด ร้อยละ 28.4 และหย่าร้าง/หม้าย ร้อยละ 10.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	60	24.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	34	13.6
ปวส. / อนุปริญญา	45	18.0
ปริญญาตรี	84	33.6
สูงกว่าปริญญาตรี	27	10.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 24.0 ปวส. / อนุปริญญา ร้อยละ 18.0 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 13.6 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	18.0
พนักงานบริษัทเอกชน	44	17.6
เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ	59	23.6
รับจ้าง	46	18.4
เกษตรกร	56	22.4
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระมากที่สุด ร้อยละ 23.6 รองลงมาคือ เกษตรกร ร้อยละ 21.4 รับจ้าง ร้อยละ 18.4 ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.0 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประมาณ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	108	43.2
10,000 – 20,000 บาท	73	29.2
20,001 – 30,000 บาท	29	11.6
30,001 – 40,000 บาท	23	9.2
มากกว่า 40,001 บาท	17	6.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประมาณ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ เดือนละ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 29.2 และเดือนละ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 11.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อทองคำรูปพรรณ ในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัด
เชียงราย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของทองคำที่เป็น
เจ้าของมากที่สุด

ประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ทองรูปพรรณ	247	98.8
ทองคำแท่ง	3	1.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของ
มากที่สุด คือ ทองรูปพรรณ ร้อยละ 98.8 และทองคำแท่ง ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของทองคำที่มี

ชนิดของทองคำที่มี	จำนวน	ร้อยละ
สร้อยคอ	203	81.2
แหวน	174	69.6
ต่างหู	84	33.6
กำไล / สร้อยข้อมือ	67	26.8
กรอบพระเครื่อง	52	20.8
จี้	47	18.8
ทองคำแท่ง	71	28.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชนิดของทองคำที่ซื้อคือ สร้อยคอ
ร้อยละ 81.2 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 69.6 ต่างหู ร้อยละ 33.6 ทองคำแท่ง ร้อยละ 28.4 กำไล /
สร้อยข้อมือ ร้อยละ 26.8 กรอบพระเครื่อง ร้อยละ 20.8 และจี้ ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อทองคำ

สถานที่ซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน	73	29.2
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด	233	93.2
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	82	32.8
ซื้อจากร้านขายทั่วไปตามแนวถนน	59	23.6
ซื้อจากเพื่อนร่วมงานหรือคนรู้จักที่นำทองคำมาขาย	31	12.4
ซื้อต่อจากโรงรับจำนำ หรือหลุดจำนำในราคาต่ำ	23	9.2

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำ คือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 93.2 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ร้อยละ 32.8 ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 29.2 ซื้อจากร้านขายทั่วไปตามแนวถนน ร้อยละ 23.6 ซื้อจากเพื่อนร่วมงานหรือคนรู้จักที่นำทองคำมาขาย ร้อยละ 12.4 ซื้อต่อจากโรงรับจำนำ หรือหลุดจำนำในราคาต่ำ ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านประจำในการซื้อทองคำ

การมีร้านประจำในการซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านประจำ	111	44.4
ไม่มีร้านประจำ	139	55.6
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการซื้อทองคำ คือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 55.6 และมีร้านประจำ ร้อยละ 44.4

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีกี่ร้าน

จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีกี่ร้าน	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	77	30.8
2 ร้าน	33	13.2
3 ร้าน	33	13.2
4 ร้านขึ้นไป	107	42.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีกี่ร้าน คือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 30.8 และ 2 ร้าน และ 3 ร้าน เท่ากัน ร้อยละ 13.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
น้ำหนักต่ำกว่าหรือไม่เกิน 50 สตางค์	32	12.8
น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท	107	42.8
น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท	111	44.4
น้ำหนักมากกว่า 5 บาทขึ้นไป	0	0.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 42.8 และน้ำหนักต่ำกว่าหรือไม่เกิน 50 สตางค์ ร้อยละ 12.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำ

วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยไม่เพิ่มน้ำหนัก	51	20.4
เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยเพิ่มน้ำหนัก	43	17.2
ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ	206	82.4
ซื้อเพื่อเป็นของสะสม , มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่	120	48.0
ซื้อเพื่อต้องการเก็งกำไร	62	24.8
ซื้อเพื่อต้องการออมเงิน	61	24.4
ซื้อเพื่อสามารถที่จะนำไปจำหน่ายหรือขายได้เมื่อต้องการใช้เงินอย่างเร่งด่วน	49	19.6
ของเก่าชำรุด เสียหาย	39	15.6
ตามแฟชั่น / ทันสมัย	49	19.6

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 82.4 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม , มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 48.0 ซื้อเพื่อต้องการเก็งกำไร ร้อยละ 24.8 ซื้อเพื่อต้องการออมเงิน ร้อยละ 24.4 เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยไม่เพิ่มน้ำหนัก ร้อยละ 20.4 ซื้อเพื่อสามารถที่จะนำไปจำหน่ายหรือขายได้เมื่อต้องการใช้เงินอย่างเร่งด่วน และตามแฟชั่น / ทันสมัย เท่ากัน ร้อยละ 19.6 เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยเพิ่มน้ำหนัก ร้อยละ 17.2 และของเก่าชำรุด เสียหาย ร้อยละ 15.6

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันที่ชอบไปซื้อ
ทองคำบอยที่สุด

ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงสิ้นเดือน หรือช่วงได้รับเงินค่าจ้าง	17	6.8
ช่วงสิ้นปี หรือช่วงที่ได้รับโบนัส	22	8.8
โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด	45	18.0
วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ	25	10.0
วันทำงานปกติในช่วงพักหรือหลังเลิกงาน	19	7.6
ไม่แน่นอน	85	34.0
วันเสาร์	37	14.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอย
ที่สุด คือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือโอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด ร้อยละ 18.0
วันเสาร์ ร้อยละ 14.8 วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 10.0 ช่วงสิ้นปี หรือช่วงที่ได้รับโบนัส ร้อย
ละ 8.8 วันทำงานปกติในช่วงพักหรือหลังเลิกงาน ร้อยละ 7.6 และช่วงสิ้นเดือน หรือช่วงได้รับเงิน
ค่าจ้าง ร้อยละ 6.8

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำป้อยที่สุด

ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำป้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
10.00 – 12.00 น.	22	8.8
12.01- 14.00 น.	49	19.6
14.01 – 16.00 น.	33	13.2
16.01 – 18.00 น.	39	15.6
18.01 น. ขึ้นไป	0	0.0
ไม่แน่นอน	107	42.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำป้อยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ 12.01- 14.00 น. ร้อยละ 19.6 16.01 – 18.00 น. ร้อยละ 15.6 14.01 – 16.00 น. ร้อยละ 13.2 และ 10.00 – 12.00 น. ร้อยละ 8.8

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง (1 ปี ซื้อ 12 ครั้ง)	0	0.0
3 เดือนต่อครั้ง (1 ปีซื้อ 4 ครั้ง)	0	0.0
6 เดือนต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 2 ครั้ง)	23	9.2
1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง)	38	15.2
2 ปีต่อครั้ง (2 ปี ซื้อ 1 ครั้ง)	30	12.0
ไม่แน่นอน	154	61.6
อื่นๆ	5	2.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่นานอน ร้อยละ 61.6 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 15.2 2 ปีต่อครั้ง (2 ปี ซื้อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 12.0 6 เดือนต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 2 ครั้ง) ร้อยละ 9.2 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำ

รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	246	98.4
บัตรเครดิต	4	1.6
เช็คเงินสด	0	0.0
ผ่อนชำระเป็นงวดๆ	0	0.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 98.4 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำ

แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	68	27.2
หนังสือพิมพ์	109	43.6
เพื่อน / คนรู้จัก	52	20.8
เว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์สมาคมค้าทองคำ	62	24.8
ญาติพี่น้อง	60	24.0
สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร	40	16.0
ร้านขายทองคำ	126	50.4
ป้ายโฆษณา	34	13.6
วิทยุ	40	16.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำ คือร้านขายทองคำ ร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 43.6 โทรทัศน์ ร้อยละ 27.2 เว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์สมาคมค้าทองคำ ร้อยละ 24.8 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 24.0 เพื่อน / คนรู้จัก ร้อยละ 20.8 สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร และวิทยุ เท่ากัน ร้อยละ 16.0 และป้ายโฆษณา ร้อยละ 13.6

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุด

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	115	46.0
พนักงานขาย	36	14.4
พ่อ-แม่	20	8.0
เพื่อน	13	5.2
สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร	34	13.6
ญาติพี่น้อง	6	2.4
คนที่เคยซื้อ และลงทุนในทองคำ	26	10.4
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุด คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ พนักงานขาย ร้อยละ 14.4 สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร ร้อยละ 13.6 คนที่เคยซื้อ และลงทุนในทองคำ ร้อยละ 10.4 พ่อ-แม่ ร้อยละ 8.0 เพื่อน ร้อยละ 5.2 และญาติพี่น้อง ร้อยละ 2.4

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด)

น้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 บาท	58	23.2
1-3 บาท	83	33.2
4-6 บาท	66	26.4
7-9 บาท	16	6.4
10 บาทขึ้นไป	27	10.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 1-3 บาท ร้อยละ 33.2 รองลงมาคือ 4-6 บาท ร้อยละ 26.4 น้อยกว่า 1 บาท ร้อยละ 23.2 10 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.8 และ 7-9 บาท ร้อยละ 6.4

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง

การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	212	84.8
2 ครั้ง	35	14.0
3 ครั้ง	3	1.2
4 ครั้งขึ้นไป	0	0.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ครั้ง ร้อยละ 84.8 รองลงมาคือ 2 ครั้ง ร้อยละ 14.0 และ 3 ครั้ง ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการไปซื้อทองคำ

การไปซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
ไปซื้อด้วยตนเอง	93	37.2
ไปซื้อกับเพื่อน	39	15.6
ไปซื้อกับครอบครัว	67	26.8
ไปซื้อกับแฟน	51	20.4
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 26.8 ไปซื้อกับแฟน ร้อยละ 20.4 และไปซื้อกับเพื่อน ร้อยละ 15.6

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำ

ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม	96	38.4
ยี่ห้อผู้ผลิตทองคำ	20	8.0
ราคาทองคำ	87	34.8
ซื้อตามผู้อื่น	18	7.2
โปรโมชั่นของทางร้าน (ซื้อทองคำหนัก 2 บาทขึ้นไป แถมฟรี จี้ทองคำ, ซื้อทองวันนี้ล้างทองฟรี 3 ปี)	29	11.6
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม ร้อยละ 38.4 รองลงมาคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 34.8 โปรโมชั่นของทางร้าน (ซื้อทองคำหนัก 2 บาทขึ้นไป แถมฟรี จี้ทองคำ, ซื้อทองวันนี้ล้างทองฟรี 3 ปี) ร้อยละ 11.6 ยี่ห้อผู้ผลิตทองคำ ร้อยละ 8.0 และซื้อตามผู้อื่น ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อทองคำ โดยส่วนมาก

ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมาก	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว	163	65.2
จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค	39	15.6
เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ	35	14.0
มีคนเอามาขายที่ทำงาน หรือที่บ้าน เป็นต้น	13	5.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค ร้อยละ 15.6 เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ ร้อยละ 14.0 และมีคนเอามาขายที่ทำงาน หรือที่บ้าน เป็นต้น ร้อยละ 5.2

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำนาน

ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 1 วัน	38	15.2
2-4 วัน	5	2.0
5-7 วัน	28	11.2
มากกว่า 1 อาทิตย์	59	23.6
ไม่แน่นอน	120	48.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำนาน คือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 23.6 ภายใน 1 วัน ร้อยละ 15.2 5-7 วัน ร้อยละ 11.2 และ 2-4 วัน ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรู้สึกพึงพอใจ หลังจากที่ยื่นข้อทักท้วงมาแล้ว

ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากที่ยื่นข้อทักท้วงมาแล้ว	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจมาก	180	72.0
พึงพอใจปานกลาง	68	27.2
ไม่พึงพอใจ	2	0.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจ หลังจากที่ยื่นข้อทักท้วงมาแล้ว คือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 27.2 และไม่พึงพอใจ ร้อยละ 0.8

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อทองคำรูปพรรณ ในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด และอาชีพ

ประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทองรูปพรรณ	43 (95.6)	44 (100.0)	58 (98.3)	46 (100.0)	56 (100.0)
ทองคำแท่ง	2 (4.4)	0 (0.0)	1 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ส่วนใหญ่ประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด คือ ทองรูปพรรณ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 95.6 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 100.0 เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ร้อยละ 98.3 รับจ้าง ร้อยละ 100.0 และเกษตรกร ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของทองคำที่มีและอาชีพ

ชนิดของทองคำที่มี	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สร้อยคอ	34 (75.6)	38 (86.4)	48 (81.4)	36 (78.3)	47 (83.9)
แหวน	31 (68.9)	33 (75.0)	39 (66.1)	34 (73.9)	37 (66.1)
ต่างหู	20 (44.4)	16 (36.4)	17 (28.8)	17 (37.0)	14 (25.0)
กำไล / สร้อยข้อมือ	17 (37.8)	16 (36.4)	14 (23.7)	10 (21.7)	10 (17.9)
กรอบพระเครื่อง	11 (24.4)	11 (25.0)	9 (15.3)	8 (17.4)	13 (23.2)
จี้	13 (28.9)	13 (29.5)	9 (15.3)	5 (10.9)	7 (12.5)
ทองคำแท่ง	15 (33.3)	16 (36.4)	14 (23.7)	12 (26.1)	14 (25.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 68.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 86.4 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 75.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 81.4 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 66.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 78.3
รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 73.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 83.9
รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 66.1

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อทองคำ และอาชีพ

สถานที่ซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ ทำงาน	18 (40.0)	13 (29.5)	15 (25.4)	13 (28.3)	14 (25.0)
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ ตลาด	43 (95.6)	40 (90.9)	55 (93.2)	45 (97.8)	50 (89.3)
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พัก อาศัย	17 (37.8)	17 (38.6)	17 (28.8)	12 (26.1)	19 (33.9)
ซื้อจากร้านขายทั่วไปตามแนวถนน	15 (33.3)	12 (27.3)	11 (18.6)	8 (17.4)	13 (23.2)
ซื้อจากเพื่อนร่วมงานหรือคนรู้จักที่ นำทองคำมาขาย	10 (22.2)	7 (15.9)	4 (6.8)	3 (6.5)	7 (12.5)
ซื้อต่อจากโรงรับจำนำ หรือหลุด จำนำในราคาต่ำ	6 (13.3)	2 (4.5)	4 (6.8)	4 (8.7)	7 (12.5)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 95.6 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 40.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ร้อยละ 38.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 93.2 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ร้อยละ 28.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 97.8 รองลงมาคือซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 28.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 89.3 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ร้อยละ 33.9 ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 28.3

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านประจำในการซื้อทองคำและอาชีพ

การมีร้านประจำในการซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีร้านประจำ	21 (46.7)	17 (38.6)	27 (45.8)	22 (47.8)	24 (42.9)
ไม่มีร้านประจำ	24 (53.3)	27 (61.4)	32 (54.2)	24 (52.2)	32 (57.1)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการซื้อทองคำคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 46.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการซื้อทองคำคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 38.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการซื้อทองคำคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 54.2 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 45.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการซื้อทองคำคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 47.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการซื้อทองคำคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 42.9

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน และอาชีพ

จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 ร้าน	15 (33.3)	11 (25.0)	20 (33.9)	13 (28.3)	18 (32.1)
2 ร้าน	7 (15.6)	7 (15.9)	8 (13.6)	7 (15.2)	4 (7.1)
3 ร้าน	6 (13.3)	4 (9.1)	8 (13.6)	8 (17.4)	7 (12.5)
4 ร้านขึ้นไป	17 (37.8)	22 (50.0)	23 (39.0)	18 (39.1)	27 (48.2)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้านคือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้านคือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้านคือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 33.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้านคือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 28.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้านคือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 32.1

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย และอาชีพ

น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้ำหนักต่ำกว่าหรือไม่เกิน 50 สตางค์	5 (11.1)	5 (11.4)	9 (15.3)	4 (8.7)	9 (16.1)
น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท	19 (42.2)	15 (34.1)	26 (44.1)	20 (43.5)	27 (48.2)
น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท	21 (46.7)	24 (54.5)	24 (40.7)	22 (47.8)	20 (35.7)
น้ำหนักมากกว่า 5 บาทขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

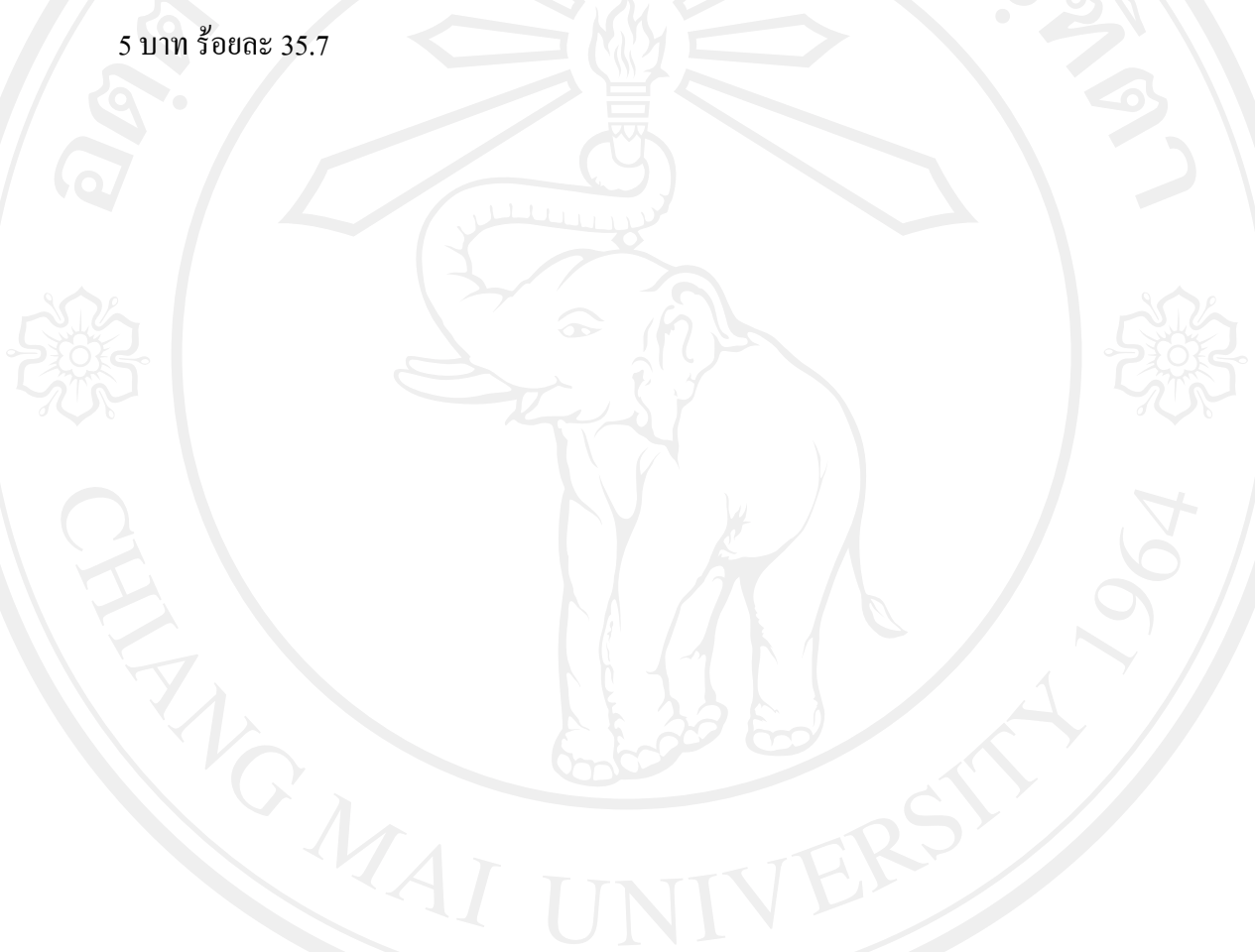
จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่นำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 42.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่นำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 34.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่นำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 44.1 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 40.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 43.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 35.7



ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำและอาชีพ

วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยไม่เพิ่มน้ำหนัก	11 (24.4)	11 (25.0)	10 (16.9)	9 (19.6)	10 (17.9)
เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยน โดยเพิ่มน้ำหนัก	7 (15.6)	11 (25.0)	10 (16.9)	7 (15.2)	8 (14.3)
ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ	40 (88.9)	37 (84.1)	48 (81.4)	38 (82.6)	43 (76.8)
ซื้อเพื่อเป็นของสะสม, มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่	20 (44.4)	23 (52.3)	28 (47.5)	23 (50.0)	26 (46.4)
ซื้อเพื่อต้องการเก็งกำไร	11 (24.4)	15 (34.1)	12 (20.3)	11 (23.9)	13 (23.2)
ซื้อเพื่อต้องการออมเงิน	12 (26.7)	13 (29.5)	14 (23.7)	11 (23.9)	11 (19.6)
ซื้อเพื่อสามารถที่จะนำไปจำหน่ายหรือขายได้เมื่อต้องการใช้เงินอย่างเร่งด่วน	10 (22.2)	13 (29.5)	10 (16.9)	5 (10.9)	11 (19.6)
ของเก่าชำรุด เสียหาย	8 (17.8)	10 (22.7)	4 (6.8)	7 (15.2)	10 (17.9)
ตามแฟชั่น / ทันสมัย	10 (22.2)	11 (25.0)	12 (20.3)	5 (10.9)	11 (19.6)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 88.9 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม , มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 84.1 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม, มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 52.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 81.4 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม , มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 47.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 82.6 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม , มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 76.8 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม , มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 46.4

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันที่ชอบไปซื้อ
ทองคำปอຍที่สุด และอาชีพ

ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำปอຍที่สุด	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ช่วงสิ้นเดือน หรือช่วงได้รับเงินค่าจ้าง	2 (4.4)	2 (4.5)	6 (10.2)	5 (10.9)	2 (3.6)
ช่วงสิ้นปี หรือช่วงที่ได้รับโบนัส	4 (8.9)	4 (9.1)	7 (11.9)	2 (4.3)	5 (8.9)
โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด	9 (20.0)	8 (18.2)	11 (18.6)	8 (17.4)	9 (16.1)
วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ	6 (13.3)	3 (6.8)	5 (8.5)	5 (10.9)	6 (10.7)
วันทำงานปกติในช่วงพักหรือหลังเลิก งาน	2 (4.4)	3 (6.8)	7 (11.9)	2 (4.3)	5 (8.9)
ไม่แน่นอน	17 (37.8)	18 (40.9)	12 (20.3)	16 (34.8)	22 (39.3)
วันเสาร์	5 (11.1)	6 (13.6)	11 (18.6)	8 (17.4)	7 (12.5)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วน
ใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำปอຍที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ
เช่น วันครบรอบวันเกิด ร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 40.9 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด ร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 20.3 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด และวันเสาร์ ร้อยละ 18.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด และวันเสาร์ ร้อยละ 17.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด ร้อยละ 16.1

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อ
ทองคำบอยที่สุด และอาชีพ

ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุด	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
10.00 – 12.00 น.	5 (11.1)	3 (6.8)	5 (8.5)	6 (13.0)	3 (5.4)
12.01- 14.00 น.	4 (8.9)	9 (20.5)	15 (25.4)	10 (21.7)	11 (19.6)
14.01 – 16.00 น.	6 (13.3)	5 (11.4)	11 (18.6)	5 (10.9)	6 (10.7)
16.01 – 18.00 น.	8 (17.8)	8 (18.2)	9 (15.3)	8 (17.4)	6 (10.7)
18.01 น. ขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ไม่แน่นอน	22 (48.9)	19 (43.2)	19 (32.2)	17 (37.0)	30 (53.6)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ
16.01 – 18.00 น. ร้อยละ 17.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อ
ทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ 12.01- 14.00 น. ร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่
ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ 12.01- 14.00 น.
ร้อยละ 25.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ
ไม่แน่นอน ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ 12.01- 14.00 น. ร้อยละ 21.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุด คือ ไม่นาน ร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ 12.01- 14.00 น. ร้อยละ 19.6

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำและอาชีพ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เดือนละครั้ง (1 ปี ซื้อ 12 ครั้ง)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
3 เดือนต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 4 ครั้ง)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
6 เดือนต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 2 ครั้ง)	3 (6.7)	5 (11.4)	7 (11.9)	5 (10.9)	3 (5.4)
1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง)	5 (11.1)	4 (9.1)	13 (22.0)	8 (17.4)	8 (14.3)
2 ปีต่อครั้ง (2 ปี ซื้อ 1 ครั้ง)	2 (4.4)	5 (11.4)	12 (20.3)	4 (8.7)	7 (12.5)
ไม่นาน	31 (68.9)	30 (68.2)	27 (45.8)	29 (63.0)	37 (66.1)
อื่นๆ	4 (8.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.8)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จำนวนครึ่ง โดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่นั่นอน ร้อยละ 68.9 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครึ่ง (1 ปี ซื่อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 11.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จำนวนครึ่ง โดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่นั่นอน ร้อยละ 68.2 รองลงมาคือ 6 เดือนต่อครึ่ง (1 ปี ซื่อ 2 ครั้ง) 2 ปีต่อครึ่ง (2 ปี ซื่อ 1 ครั้ง) เท่ากัน ร้อยละ 11.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่จำนวนครึ่ง โดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่นั่นอน ร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ 2 ปีต่อครึ่ง (2 ปี ซื่อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 20.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่จำนวนครึ่ง โดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่นั่นอน ร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครึ่ง (1 ปี ซื่อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 17.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่จำนวนครึ่ง โดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่นั่นอน ร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครึ่ง (1 ปี ซื่อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำ และอาชีพ

รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชำระด้วยเงินสด	44 (97.8)	42 (95.5)	59 (100.0)	45 (97.8)	56 (100.0)
บัตรเครดิต	1 (2.2)	2 (4.5)	0 (0.0)	1 (2.2)	0 (0.0)
เช็คเงินสด	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ผ่อนชำระเป็นงวดๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 97.8 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 95.5 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 97.8 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 100

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำ และอาชีพ

แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โทรทัศน์	14 (31.1)	15 (34.1)	14 (23.7)	14 (30.4)	11 (19.6)
หนังสือพิมพ์	17 (37.8)	20 (45.5)	33 (55.9)	17 (37.0)	22 (39.3)
เพื่อน / คนรู้จัก	11 (24.4)	11 (25.0)	11 (18.6)	10 (21.7)	9 (16.1)
เว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์สมาคมค้าทองคำ	13 (28.9)	12 (27.3)	13 (22.0)	12 (26.1)	12 (21.4)
ญาติพี่น้อง	14 (31.1)	15 (34.1)	10 (16.9)	8 (17.4)	13 (23.2)
สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร	10 (22.2)	10 (22.7)	7 (11.9)	7 (15.2)	6 (10.7)
ร้านขายทองคำ	21 (46.7)	23 (52.3)	30 (50.8)	19 (41.3)	33 (58.9)
ป้ายโฆษณา	9 (20.0)	8 (18.2)	5 (8.5)	4 (8.7)	8 (14.3)
วิทยุ	10 (22.2)	6 (13.6)	7 (11.9)	11 (23.9)	6 (10.7)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 37.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 45.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 55.9 รองลงมาคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 50.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 30.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 58.9 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 39.3

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุด และอาชีพ

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุด	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจด้วยตนเอง	22 (48.9)	20 (45.5)	32 (54.2)	14 (30.4)	27 (48.2)
พนักงานขาย	6 (13.3)	6 (13.6)	6 (10.2)	7 (15.2)	11 (19.6)
พ่อ-แม่	4 (8.9)	4 (9.1)	3 (5.1)	6 (13.0)	3 (5.4)
เพื่อน	4 (8.9)	4 (9.1)	1 (1.7)	2 (4.3)	2 (3.6)
สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร	6 (13.3)	6 (13.6)	9 (15.3)	7 (15.2)	6 (10.7)
ญาติพี่น้อง	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.1)	2 (4.3)	1 (1.8)
คนที่เคยซื้อ และลงทุนในทองคำ	3 (6.7)	4 (9.1)	5 (8.5)	8 (17.4)	6 (10.7)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ พนักงานขาย สามี/ภรรยา/แฟน/บุตร เท่ากัน ร้อยละ 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ พนักงานขาย สามี/ภรรยา/แฟน/บุตร เท่ากัน ร้อยละ 13.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 54.2 รองลงมาคือสามี/ภรรยา/แฟน/บุตร ร้อยละ 15.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ คนที่เคยซื้อ และลงทุนในทองคำ ร้อยละ 17.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ พนักงานขาย ร้อยละ 19.6

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) และอาชีพ

น้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด)	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 1 บาท	10 (22.2)	9 (20.5)	13 (22.0)	13 (28.3)	13 (23.2)
1- 3 บาท	14 (31.1)	13 (29.5)	23 (39.0)	11 (23.9)	22 (39.3)
4 – 6 บาท	12 (26.7)	13 (29.5)	16 (27.1)	13 (28.3)	12 (21.4)
7 – 9 บาท	3 (6.7)	3 (6.8)	1 (1.7)	5 (10.9)	4 (7.1)
10 บาทขึ้นไป	6 (13.3)	6 (13.6)	6 (10.2)	4 (8.7)	5 (8.9)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ให้นำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 1-3 บาท ร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ 4-6 บาท ร้อยละ 26.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ให้นำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด)คือ 1-3 บาท 4-6 บาท เท่ากัน ร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ให้นำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 4-6 บาท ร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 บาท 22.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ให้นำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ น้อยกว่า 1 บาท 4-6 บาท เท่ากัน ร้อยละ 28.3 รองลงมาคือ 1-3 บาท ร้อยละ 23.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ให้นำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 1-3 บาท ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 บาท ร้อยละ 23.2

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง และอาชีพ

การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 ชั้น	38 (84.4)	35 (79.5)	52 (88.1)	39 (84.8)	48 (85.7)
2 ชั้น	7 (15.6)	9 (20.5)	6 (10.2)	7 (15.2)	6 (10.7)
3 ชั้น	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.7)	0 (0.0)	2 (3.6)
4 ชั้นขึ้นไป	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 84.4 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 15.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 88.1 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 10.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 84.8 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 15.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 10.7

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการไปซื้อทองคำ และ อาชีพ

การไปซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไปซื้อด้วยตนเอง	9 (20.0)	16 (36.4)	29 (49.2)	11 (23.9)	28 (50.0)
ไปซื้อกับเพื่อน	6 (13.3)	6 (13.6)	9 (15.3)	12 (26.1)	6 (10.7)
ไปซื้อกับครอบครัว	19 (42.2)	14 (31.8)	11 (18.6)	10 (21.7)	13 (23.2)
ไปซื้อกับแฟน	11 (24.4)	8 (18.2)	10 (16.9)	13 (28.3)	9 (16.1)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ ไปซื้อกับแฟน ร้อยละ 24.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อด้วยตนเอง ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 31.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือไปซื้อด้วยตนเอง ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 18.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อกับแฟน ร้อยละ 28.3 รองลงมาคือ ไปซื้อกับเพื่อน ร้อยละ 26.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อด้วยตนเอง ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 23.2

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำ และอาชีพ

ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำ	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
รูปแบบตลาด ความสวยงาม	15 (33.3)	16 (36.4)	26 (44.1)	19 (41.3)	20 (35.7)
ยี่ห้อผู้ผลิตทองคำ	2 (4.4)	2 (4.5)	7 (11.9)	4 (8.7)	5 (8.9)
ราคาทองคำ	19 (42.2)	17 (38.6)	17 (28.8)	16 (34.8)	18 (32.1)
ซื้อตามผู้อื่น	6 (13.3)	3 (6.8)	2 (3.4)	4 (8.7)	3 (5.4)
โปรโมชั่นของทางร้าน (ซื้อทองคำหนัก 2 บาทขึ้นไป แถมฟรี จี้ทองคำ, ซื้อทองวันนี้ล้างทองฟรี 3 ปี)	3 (6.7)	6 (13.6)	7 (11.9)	3 (6.5)	10 (17.9)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ รูปแบบตลาด ความสวยงาม ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 38.6 รองลงมาคือ รูปแบบตลาด ความสวยงาม ร้อยละ 36.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ รูปแบบตลาด ความสวยงาม ร้อยละ 44.1 รองลงมาคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 28.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อ
ทองคำคือรูปแบบลวดลาย ความสวยงาม ร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 34.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อ
ทองคำคือ รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม ร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 32.1

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อทองคำ
โดยส่วนมาก และอาชีพ

ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมาก	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว	30 (66.7)	32 (72.7)	38 (64.4)	29 (63.0)	34 (60.7)
จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค- บริโภค	9 (20.0)	6 (13.6)	8 (13.6)	8 (17.4)	8 (14.3)
เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำ โชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ	3 (6.7)	3 (6.8)	12 (20.3)	5 (10.9)	12 (21.4)
มีคนเอามาขายที่ทำงาน หรือที่บ้าน เป็น ต้น	3 (6.7)	3 (6.8)	1 (1.7)	4 (8.7)	2 (3.6)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 66.7
รองลงมาคือ จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค ร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดย
ส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 72.7รองลงมาคือ จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อ
สินค้าอุปโภค-บริโภค ร้อยละ 13.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่
ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 64.4 รองลงมาคือ
เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ ร้อยละ 20.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ
ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้า
อุปโภค-บริโภค ร้อยละ 17.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ
ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็น
ทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ ร้อยละ 21.4

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำถาวร และอาชีพ

ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูล สำหรับการซื้อทองคำถาวร	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ภายใน 1 วัน	6 (13.3)	7 (15.9)	6 (10.2)	8 (17.4)	11 (19.6)
2-4 วัน	1 (2.2)	0 (0.0)	1 (1.7)	0 (0.0)	3 (5.4)
5-7 วัน	7 (15.6)	4 (9.1)	5 (8.5)	8 (17.4)	4 (7.1)
มากกว่า 1 อาทิตย์	11 (24.4)	9 (20.5)	17 (28.8)	14 (30.4)	8 (14.3)
ไม่แน่นอน	20 (44.4)	24 (54.5)	30 (50.8)	16 (34.8)	30 (53.6)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจหรือหาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำถาวรคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 24.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจหรือหาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำถาวรคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจหรือหาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำถาวรคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 50.8 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 28.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจหรือหาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำถาวรคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 30.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือหาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำนานคือ ไม่นาน ร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ ภายใน 1 วัน ร้อยละ 19.6

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรู้สึกพึงพอใจ หลังจากซื้อทองคำมาแล้ว และอาชีพ

ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากซื้อทองคำมาแล้ว	อาชีพ				
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพ อิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พึงพอใจมาก	33 (73.3)	31 (70.5)	41 (69.5)	37 (80.4)	38 (67.9)
พึงพอใจปานกลาง	11 (24.4)	13 (29.5)	17 (28.8)	9 (19.6)	18 (32.1)
ไม่พึงพอใจ	1 (2.2)	0 (0.0)	1 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)
รวม	45 (100.0)	44 (100.0)	59 (100.0)	46 (100.0)	56 (100.0)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 24.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจ หลังจากซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 70.5 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 29.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 28.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 19.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ชนิดระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากที่ซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 32.1

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อทองคำของประชากรวัยทำงานในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทองรูปพรรณ	108	100.0	73	100.0	66	95.7
ทองคำแท่ง	0	0.0	0	0.0	3	4.3
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของทองคำที่เป็นเจ้าของมากที่สุด คือ ทองรูปพรรณ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 100.0 รายได้ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 100.0 และรายได้ 20,0001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 95.7

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของทองคำที่มี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ชนิดของทองคำที่มี	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สร้อยคอ	87	80.6	60	82.2	56	81.2
แหวน	77	71.3	49	67.1	48	69.6
ต่างหู	33	30.6	24	32.9	27	39.1
กำไล / สร้อยข้อมือ	24	22.2	18	24.7	25	36.2
กรอบพระเครื่อง	18	16.7	19	26.0	15	21.7
จี้	15	13.9	12	16.4	20	29.0
ทองคำแท่ง	28	25.9	19	26.0	24	34.8

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 80.6 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 71.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 82.2 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 67.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ชนิดของทองคำที่มีคือ สร้อยคอ ร้อยละ 81.2 รองลงมาคือ แหวน ร้อยละ 69.6

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่ซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน	27	25.0	24	32.9	22	31.9
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด	103	95.4	64	87.7	66	95.7
ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักรอ	33	30.6	29	39.7	20	29.0
ซื้อจากร้านขายทั่วไปตามแนวถนน	20	18.5	21	28.8	18	26.1
ซื้อจากเพื่อนร่วมงานหรือคนรู้จักที่นำทองคำมาขาย	8	7.4	13	17.8	10	14.5
ซื้อต่อจากโรงรับจำนำ หรือหลุดจำนำในราคาต่ำ	6	5.6	10	13.7	7	10.1

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 95.4 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักรอ ร้อยละ 30.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 87.7 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่พักรอ ร้อยละ 39.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่สถานที่ซื้อทองคำคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ตลาด ร้อยละ 95.7 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านขายทองคำที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 31.9

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีร้านประจำในการซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การมีร้านประจำในการซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านประจำ	46	42.6	33	45.2	32	46.4
ไม่มีร้านประจำ	62	57.4	40	54.8	37	53.6
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 57.4 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 42.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 45.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่การมีร้านประจำในการคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ มีร้านประจำ ร้อยละ 46.4

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ร้าน	36	33.3	20	27.4	21	30.4
2 ร้าน	13	12.0	7	9.6	13	18.8
3 ร้าน	17	15.7	7	9.6	9	13.0
4 ร้านขึ้นไป	42	38.9	39	53.4	26	37.7
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน คือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน คือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 45.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จำนวนร้านขายทองคำที่ซื้อมีที่ร้าน คือ 4 ร้านขึ้นไป ร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ 1 ร้าน ร้อยละ 46.4

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้ำหนักต่ำกว่าหรือไม่เกิน 50 สตางค์	17	15.7	9	12.3	6	8.7
น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท	48	44.4	30	41.1	29	42.0
น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท	43	39.8	34	46.6	34	49.3
น้ำหนักมากกว่า 5 บาทขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 39.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 46.6 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 41.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่น้ำหนักทองคำที่ซื้อในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ น้ำหนักมากกว่า 1 บาท ถึง 5 บาท ร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ น้ำหนักมากกว่า 50 สตางค์ ถึง 1 บาท ร้อยละ 42.0

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยไม่เพิ่มน้ำหนัก	21	19.4	17	23.3	13	18.8
เปลี่ยนรูปแบบ ประเภทหรือลวดลายของทองคำโดยนำของเก่าไปเปลี่ยนโดยเพิ่มน้ำหนัก	17	15.7	14	19.2	12	17.4
ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ	87	80.6	58	79.5	61	88.4
ซื้อเพื่อเป็นของสะสม, มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่	52	48.1	34	46.6	34	49.3
ซื้อเพื่อต้องการเก็งกำไร	26	24.1	18	24.7	18	26.1
ซื้อเพื่อต้องการออมเงิน	19	17.6	18	24.7	24	34.8
ซื้อเพื่อสามารถที่จะนำไปจำหน่ายหรือขายได้เมื่อต้องการใช้เงินอย่างเร่งด่วน	19	17.6	16	21.9	14	20.3
ของเก่าชำรุด เสียหาย	17	15.7	15	20.5	7	10.1
ตามแฟชั่น / ทันสมัย	15	13.9	17	23.3	17	24.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 80.6 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม, มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 48.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม, มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 46.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ของการซื้อทองคำคือ ซื้อเพื่อนำมาเป็นเครื่องประดับ ร้อยละ 88.4 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของสะสม, มีรูปแบบลวดลายออกมาใหม่ ร้อยละ 49.3

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงสิ้นเดือน หรือช่วงได้รับเงินค่าจ้าง	9	8.3	1	1.4	7	10.1
ช่วงสิ้นปี หรือช่วงที่ได้รับโบนัส	6	5.6	11	15.1	5	7.2
โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด	20	18.5	11	15.1	14	20.3
วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ	11	10.2	8	11.0	6	8.7
วันทำงานปกติในช่วงพักหรือหลังเลิกงาน	8	7.4	4	5.5	7	10.1
ไม่แน่นอน	37	34.3	26	35.6	22	31.9
วันเสาร์	17	15.7	12	16.4	8	11.6
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด ร้อยละ 18.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 35.6 รองลงมาคือ วันเสาร์ ร้อยละ 16.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ช่วงวันที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ โอกาสพิเศษ เช่น วันครบรอบวันเกิด ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10.00 – 12.00 น.	13	12.0	3	4.1	6	8.7
12.01- 14.00 น.	22	20.4	15	20.5	12	17.4
14.01 – 16.00 น.	13	12.0	10	13.7	10	14.5
16.01 – 18.00 น.	16	14.8	9	12.3	14	20.3
18.01 น. ขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ไม่แน่นอน	44	40.7	36	49.3	27	39.1
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ 12.01-14.00 น. ร้อยละ 20.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ 12.01- 14.00 น. ร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ชอบไปซื้อทองคำบอยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ 16.01 – 18.00 น. ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง (1 ปี ซื้อ 12 ครั้ง)	0	0.0	0	0.0	0	0.0
3 เดือนต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 4 ครั้ง)	0	0.0	0	0.0	0	0.0
6 เดือนต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 2 ครั้ง)	8	7.4	7	9.6	8	11.6
1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง)	18	16.7	9	12.3	11	15.9
2 ปีต่อครั้ง (2 ปี ซื้อ 1 ครั้ง)	14	13.0	9	12.3	7	10.1
ไม่แน่นอน	67	62.0	45	61.6	42	60.9
อื่นๆ	1	0.9	3	4.1	1	1.4
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 16.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 61.6 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง) 2 ปีต่อครั้ง (2 ปี ซื้อ 1 ครั้ง) เท่ากัน ร้อยละ 12.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อทองคำคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 60.9 รองลงมาคือ 1 ปีต่อครั้ง (1 ปี ซื้อ 1 ครั้ง) ร้อยละ 15.9

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	108	100.0	70	95.9	68	98.6
บัตรเครดิต	0	0.0	3	4.1	1	1.4
เช็คเงินสด	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ผ่อนชำระเป็นงวดๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 95.9 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินในการซื้อทองคำคือ ชำระด้วยเงินสด ร้อยละ 98.6 รองลงมาคือ บัตรเครดิต ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	29	26.9	17	23.3	22	31.9
หนังสือพิมพ์	41	38.0	32	43.8	36	52.2
เพื่อน / คนรู้จัก	19	17.6	18	24.7	15	21.7
เว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์สมาคมค้าทองคำ	18	16.7	25	34.2	19	27.5
ญาติพี่น้อง	28	25.9	15	20.5	17	24.6
สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร	13	12.0	14	19.2	13	18.8
ร้านขายทองคำ	52	48.1	43	58.9	31	44.9
ป้ายโฆษณา	8	7.4	16	21.9	10	14.5
วิทยุ	18	16.7	6	8.2	16	23.2

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 38.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 58.9 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 43.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อทองคำคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ ร้านขายทองคำ ร้อยละ 44.9

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	42	38.9	42	57.5	31	44.9
พนักงานขาย	20	18.5	7	9.6	9	13.0
พ่อ-แม่	10	9.3	6	8.2	4	5.8
เพื่อน	5	4.6	4	5.5	4	5.8
สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร	15	13.9	5	6.8	14	20.3
ญาติพี่น้อง	2	1.9	2	2.7	2	2.9
คนที่เคยซื้อ และลงทุนในทองคำ	14	13.0	7	9.6	5	7.2
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ พนักงานขาย ร้อยละ 18.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ พนักงานขาย คนที่เคยซื้อ และลงทุนในทองคำ เท่ากัน ร้อยละ 9.6

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อทองคำมากที่สุดคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ สามี / ภรรยา / แฟน / บุตร ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามน้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 บาท	30	27.8	14	19.2	14	20.3
1- 3 บาท	34	31.5	27	37.0	22	31.9
4 – 6 บาท	23	21.3	25	34.2	18	26.1
7 – 9 บาท	11	10.2	1	1.4	4	5.8
10 บาทขึ้นไป	10	9.3	6	8.2	11	15.9
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท น้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 1- 3 บาท ร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 บาท ร้อยละ 27.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท น้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 1- 3 บาท ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ 4 – 6 บาท ร้อยละ 34.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป น้ำหนักทองคำที่มีปัจจุบัน (รวมทุกชนิด) คือ 1- 3 บาท ร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ 4 – 6 บาท ร้อยละ 26.1

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ชั้น	93	86.1	60	82.2	59	85.5
2 ชั้น	14	13.0	11	15.1	10	14.5
3 ชั้น	1	0.9	2	2.7	0	0.0
4 ชั้นขึ้นไป	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 86.1 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 13.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 82.2 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 15.1

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่การซื้อทองคำโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง คือ 1 ชั้น ร้อยละ 85.5 รองลงมาคือ 2 ชั้น ร้อยละ 14.5

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการไปซื้อทองคำและ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การไปซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไปซื้อด้วยตนเอง	46	42.6	25	34.2	22	31.9
ไปซื้อกับเพื่อน	16	14.8	12	16.4	11	15.9
ไปซื้อกับครอบครัว	24	22.2	23	31.5	20	29.0
ไปซื้อกับแฟน	22	20.4	13	17.8	16	23.2
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 42.6 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 22.2

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 31.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่การไปซื้อทองคำคือ ไปซื้อด้วยตนเอง ร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ ไปซื้อกับครอบครัว ร้อยละ 29.0

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม	47	43.5	20	27.4	29	42.0
ยี่ห้อผู้ผลิตทองคำ	8	7.4	9	12.3	3	4.3
ราคาทองคำ	31	28.7	28	38.4	28	40.6
ซื้อตามผู้อื่น	8	7.4	7	9.6	3	4.3
โปรโมชั่นของทางร้าน (ซื้อทองคำหนัก 2 บาทขึ้นไป แถมฟรี จี้ทองคำ, ซื้อทองวันนี้ล้างทองฟรี 3 ปี)	14	13.0	9	12.3	6	8.7
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม ร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 28.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 38.4 รองลงมาคือ รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม ร้อยละ 27.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อทองคำคือ รูปแบบลวดลาย ความสวยงาม ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ราคาทองคำ ร้อยละ 40.6

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อทองคำ โดยส่วนมากและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมาก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว	70	64.8	46	63.0	47	68.1
จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค	16	14.8	11	15.1	12	17.4
เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ	16	14.8	12	16.4	7	10.1
มีคนเอามาขายที่ทำงาน หรือที่บ้าน เป็นต้น	6	5.6	4	5.5	3	4.3
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ เท่ากัน ร้อยละ 14.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ เดินผ่านหรือขับรถผ่าน แล้วเห็นทองคำโชว์ที่ร้านค้า จึงเข้าไปซื้อ ร้อยละ 16.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ลักษณะการซื้อทองคำโดยส่วนมากคือ ตั้งใจไปซื้อทองคำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 68.1 รองลงมาคือ จะไปซื้อก็ต่อเมื่อได้ไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค ร้อยละ 17.4

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูล สำหรับการซื้อทองคำ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 1 วัน	19	17.6	12	16.4	7	10.1
2-4 วัน	0	0.0	4	5.5	1	1.4
5-7 วัน	12	11.1	8	11.0	8	11.6
มากกว่า 1 อาทิตย์	20	18.5	15	20.5	24	34.8
ไม่แน่นอน	57	52.8	34	46.6	29	42.0
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 18.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 46.6 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 20.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการตัดสินใจ หรือ หาข้อมูลสำหรับการซื้อทองคำคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ มากกว่า 1 อาทิตย์ ร้อยละ 34.8

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความรู้สึกพึงพอใจ หลังจากซื้อทองคำมาแล้วและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากที่ซื้อทองคำมาแล้ว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,0001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจมาก	78	72.2	54	74.0	48	69.6
พึงพอใจปานกลาง	30	27.8	19	26.0	19	27.5
ไม่พึงพอใจ	0	0.0	0	0.0	2	2.9
รวม	108	100.0	73	100.0	69	100.0

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากที่ซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 72.2 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 27.8

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากที่ซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 74.0 รองลงมาคือพึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 26.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ระดับความรู้สึกพึงพอใจหลังจากที่ซื้อทองคำมาแล้วคือ พึงพอใจมาก ร้อยละ 69.6 รองลงมาคือ พึงพอใจปานกลาง ร้อยละ 27.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณใน
อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำ เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ รู้จัก	125 (50.0)	93 (37.2)	32 (12.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	3
ทองคำมีรูปแบบที่ทันสมัย	126 (50.4)	76 (30.4)	48 (19.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)	4
รูปแบบของทองคำได้รับ ความนิยม	104 (41.6)	50 (20.0)	55 (22.0)	41 (16.4)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	8
ร้านทองมีบริการพิเศษ เช่น เช็ดล้างทำความสะอาด สะอาดทอง ซ่อมแซม	127 (50.8)	72 (28.8)	26 (10.4)	13 (5.2)	12 (4.8)	4.16 (มาก)	6
ทองคำมีการรับประกัน คุณภาพ	176 (70.4)	59 (23.6)	15 (6.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.64 (มากที่สุด)	2
ร้านขายทองคำมีรูปแบบ ทองคำให้เลือกหลากหลาย	113 (45.2)	105 (42.0)	19 (7.6)	13 (5.2)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	5
ร้านขายทองคำดูแลรักษา ทองคำที่เรานำไปฝาก / จำหน่ายได้อย่างดี	56 (22.4)	139 (55.6)	55 (22.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	7
ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ	181 (72.4)	68 (27.2)	1 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.72 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.29 (มาก)	

จากตารางที่ 68 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ในปัจจัยย่อยให้

ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.72) ทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมาคือให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ ชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ทองคำมีรูปแบบที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.31)ร้านขายทองมีรูปแบบทองคำให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.27)ร้านทองมีบริการพิเศษ เช่น เช็ดล้างทำความสะอาดทอง ซ่อมแซม (ค่าเฉลี่ย 4.16)ร้านขายทองดูแลรักษาทองคำที่เรานำไปฝาก / นำไปได้อย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.00)รูปแบบของทองคำได้รับความนิยม (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ระดับราคาทองคำต่ำกว่า ร้านอื่น	114 (45.6)	97 (38.8)	36 (14.4)	3 (1.2)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	3
ระดับราคาทองคำมีความ เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของ ลวดลาย	100 (40.0)	119 (47.6)	31 (12.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	4
มีการแสดงป้ายราคาของ ทองคำอย่างชัดเจน	134 (53.6)	98 (39.2)	18 (7.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 (มาก)	2
สามารถต่อรองราคาได้	180 (72.0)	66 (26.4)	4 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70 (มากที่สุด)	1
มีการชำระเงินได้หลายวิธี เช่น ชำระด้วยเงินสด บัตร เครดิต	106 (42.4)	58 (23.2)	39 (15.6)	29 (11.6)	18 (7.2)	3.82 (มาก)	5
สามารถผ่อนชำระเป็น งวดๆหรือมีระบบสินเชื่อ	88 (35.2)	51 (20.4)	37 (14.8)	32 (12.8)	42 (16.8)	3.44 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.17 (มาก)	

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาคือให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.46) ระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.29) ระดับราคาทองคำมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของลวดลาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการชำระเงินได้หลายวิธี เช่น ชำระด้วยเงินสด บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆหรือมีระบบสินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านทองมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	157 (62.8)	83 (33.2)	7 (2.8)	3 (1.2)	0 (0.0)	4.58 (มากที่สุด)	3
ที่ตั้งของร้านค้ามีความ สะดวกในการเดินทาง	188 (75.2)	47 (18.8)	15 (6.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.69 (มากที่สุด)	2
ที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในแหล่ง ชุมชน	131 (52.4)	86 (34.4)	20 (8.0)	13 (5.2)	0 (0.0)	4.34 (มาก)	6
พื้นที่ร้านกว้างขวาง ปลอดภัย	132 (52.8)	89 (35.6)	29 (11.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41 (มาก)	5
มีการบริการจัดส่งทองคำ ให้กับลูกค้า	65 (26.0)	54 (21.6)	74 (29.6)	30 (12.0)	27 (10.8)	3.40 (ปานกลาง)	8
มีเว็บไซต์บริการแจ้ง ข่าวสาร ราคาทองคำในแต่ละ วัน และรับสั่งซื้อทอง	155 (62.0)	27 (10.8)	18 (7.2)	26 (10.4)	24 (9.6)	4.05 (มาก)	7
มีป้ายแสดงชื่อร้านเห็น ชัดเจน	147 (58.8)	70 (28.0)	33 (13.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.46 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.28 (มาก)	

จากตารางที่ 70 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.69) ร้านทองมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.58) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดได้แก่ มีป้ายแสดงชื่อร้านเห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.46) พื้นที่ร้านกว้างขวาง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.41) ที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีการบริการจัดส่งทองคำให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีเว็บไซต์บริการแจ้งข่าวสาร ราคาทองคำในแต่ละวัน และรับสั่งซื้อทอง (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 71 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี	149 (59.6)	60 (24.0)	41 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.43 (มาก)	2
มีการชิงโชคลุ้นรางวัลจากการซื้อทองคำ	129 (51.6)	63 (25.2)	21 (8.4)	37 (14.8)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	4
มีของแถมจากการซื้อทองคำ	109 (43.6)	74 (29.6)	30 (12.0)	25 (10.0)	12 (4.8)	3.97 (มาก)	6
มีส่วนลดพิเศษ	147 (58.8)	76 (30.4)	27 (10.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	1
มีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ	120 (48.0)	97 (38.8)	21 (8.4)	12 (4.8)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	3
การโฆษณาความน่าเชื่อถือของร้านขายทอง	118 (47.2)	74 (29.6)	22 (8.8)	12 (4.8)	24 (9.6)	4.00 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.22 (มาก)	

จากตารางที่ 71 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากเรียงลำดับคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.48) คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการชิงโชคลุ้นรางวัลจากการซื้อทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การโฆษณาความน่าเชื่อถือของร้านขายทอง (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีของแถมจากการซื้อทองคำ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพอิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำ เป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ รู้จัก	4.42 (มาก)	4.39 (มาก)	4.39 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)	4.37 (มาก)
ทองคำมีรูปแบบที่ทันสมัย	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)	4.24 (มาก)	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)
รูปแบบของทองคำได้รับความ นิยมนิยม	3.84 (มาก)	4.14 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)
ร้านทองมีบริการพิเศษ เช่น เช็ดล้างทำความสะอาด สะอาดทอง ซ่อมแซม	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)
ทองคำมีการรับประกัน คุณภาพ	4.53 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
ร้านขายทองคำมีรูปแบบ ทองคำให้เลือก หลากหลาย	4.16 (มาก)	4.41 (มาก)	4.41 (มาก)	4.09 (มาก)	4.27 (มาก)	4.27 (มาก)
ร้านขายทองคำดูแลรักษา ทองคำที่เรานำไปฝาก / จำหน่ายได้ดี	4.02 (มาก)	4.14 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ	4.69 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.25 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.69) รองลงมาคือทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.66) และร้านขายทองมีรูปแบบทองคำให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือ ทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.78) และทองคำมีรูปแบบที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมาคือ ทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาคือทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.61) และชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา และอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพอิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับราคาทองคำต่ำกว่า ร้านอื่น	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.33 (มาก)	4.34 (มาก)	4.29 (มาก)
ระดับราคาทองคำมีความ เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้า และความละเอียด ของลวดลาย	4.36 (มาก)	4.32 (มาก)	4.19 (มาก)	4.28 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
มีการแสดงป้ายราคาของ ทองคำอย่างชัดเจน	4.53 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.69 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
มีการชำระเงินได้หลายวิธี เช่น ชำระด้วยเงินสด บัตร เครดิต	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)
สามารถผ่อนชำระเป็น งวดๆหรือมีระบบสินเชื่อ	3.38 (มาก)	3.34 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.87 (มาก)	3.27 (ปาน กลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)	4.09 (มาก)	4.28 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)

จากตารางที่ 74 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ระดับที่มีผลต่อ
การตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.69)

รองลงมาคือ มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.53) และระดับราคาทองคำมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของลวดลาย (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือ มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.52) และระดับราคาทองคำมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของลวดลาย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือ มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34)คือ และระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาคือ มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.67) และระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาคือ ระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ					
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพอิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านทองมีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	4.58 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
ที่ตั้งของร้านค้ามีความ สะดวกในการเดินทาง	4.71 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)
ที่ตั้งของร้านค้าอยู่ใน แหล่งชุมชน	4.40 (มาก)	4.39 (มาก)	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)	4.27 (มาก)	4.34 (มาก)
พื้นที่ร้านกว้างขวาง ปลอดภัย	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.48 (มาก)	4.32 (มาก)	4.41 (มาก)
มีการบริการจัดส่งทองคำ ให้กับลูกค้า	3.33 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.39 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)
มีเว็บไซต์บริการแจ้ง ข่าวสาร ราคาทองคำในแต่ละ วัน และรับสั่งซื้อทอง	4.07 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)
มีป้ายแสดงชื่อร้านเห็น ชัดเจน	4.33 (มาก)	4.43 (มาก)	4.49 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)	4.25 (มาก)	4.39 (มาก)	4.20 (มาก)	4.28 (มาก)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ ร้านทอผ้าที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.58) และพื้นที่ร้าน กว้างขวาง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ ร้านทอผ้าที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.61) และพื้นที่ร้าน กว้างขวาง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ ร้านทอผ้าที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.56) และมีป้ายแสดงชื่อร้านเห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมาคือ ร้านทอผ้าที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.70) และมีป้ายแสดงชื่อร้านเห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ ร้านทอผ้าที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.46) และพื้นที่ร้าน กว้างขวาง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการ และ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการหรือ ผู้ประกอบการ อาชีพอิสระ	รับจ้าง	เกษตรกร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คนขายทองสามารถ แนะนำและให้ความรู้และ ตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อ ทองคำได้ดี	4.40 (มาก)	4.41 (มาก)	4.42 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.43 (มาก)
มีการชิงโชคลุ้นรางวัลจาก การซื้อทองคำ	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)	4.14 (มาก)
มีของแถมจากการซื้อ ทองคำ	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)
มีส่วนลดพิเศษ	4.49 (มาก)	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.48 (มาก)
มีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่น พับให้ความรู้เกี่ยวกับการ ดูแลรักษาทองคำ	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.30 (มาก)
การโฆษณาความ น่าเชื่อถือ ของร้านขาย ทอง	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)	4.24 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.38 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ
ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้
ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.49)
รองลงมาคือมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

และคนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) และมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการอิสระ ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.42) และมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือ มีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.52) และคนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี และมีส่วนลดพิเศษเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ มีการชิงโชคลุ้นรางวัลจากการซื้อทองคำ และมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการโฆษณาความน่าเชื่อถือ ของร้านขายทอง (ค่าเฉลี่ย 4.03)

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำ รูปพรรณในอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,0001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จัก	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)	4.35 (มาก)	4.37 (มาก)
ทองคำมีรูปแบบที่ทันสมัย	4.28 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)
รูปแบบของทองคำได้รับความนิยม	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)
ร้านทองมีบริการพิเศษ เช่น เช็ดล้างทำความสะอาดทอง ซ่อมแซม	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)
ทองคำมีการรับประกันคุณภาพ	4.65 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
ร้านขายทองมีรูปแบบทองคำให้เลือกหลากหลาย	4.28 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)
ร้านขายทองดูแลรักษาทองคำที่เรานำไปฝาก / จำนำได้อย่างดี	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ	4.78 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)	4.29 (มาก)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความ

นำเชื้อถื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.78) รองลงมาคือ ทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.65) และชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมาคือ ทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.62) และชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงของร้านขายทอง มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือทองคำมีการรับประกันคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.67) และชื่อเสียงของผู้ผลิตทองคำเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยอมรับ และทองคำมีรูปแบบที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านราคา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,0001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น	4.39 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	4.29 (มาก)
ระดับราคาทองคำมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของลวดลาย	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	4.22 (มาก)	4.28 (มาก)
มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน	4.51 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.71 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
มีการชำระเงินได้หลายวิธี เช่น ชำระด้วยเงินสด บัตรเครดิต	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)
สามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆหรือมีระบบสินเชื่อ	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)

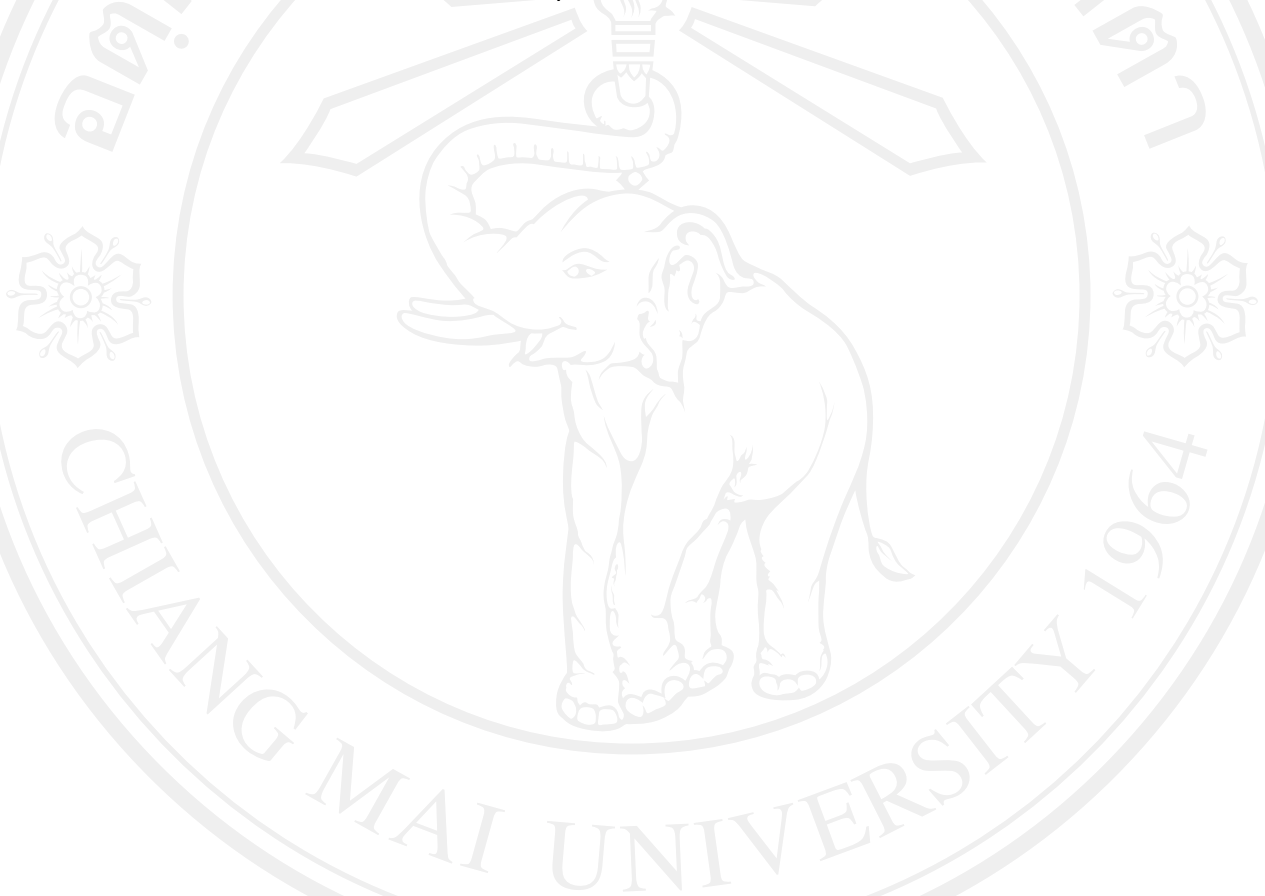
จากตารางที่ 78 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ มีการแสดงป้ายราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.51) และระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาคือมี

การแสดงผลราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และระดับราคาทองคำมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของลวดลาย (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้(ค่าเฉลี่ย 4.74) รองลงมาคือมีการแสดงผลราคาของทองคำอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และ ระดับราคาทองคำต่ำกว่าร้านอื่น และระดับราคาทองคำมีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความละเอียดของลวดลาย(ค่าเฉลี่ย 4.22)



ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของคำตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,0001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านทอที่มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง	4.60 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง	4.73 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)
ที่ตั้งของร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน	4.37 (มาก)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)	4.34 (มาก)
พื้นที่ร้านกว้างขวาง ปลอดภัย	4.37 (มาก)	4.42 (มาก)	4.46 (มาก)	4.41 (มาก)
มีการบริการจัดส่งทองคำให้กับลูกค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีเว็บไซต์บริการแจ้งข่าวสาร ราคาทองคำในแต่ละวัน และรับสั่งซื้อทอง	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)
มีป้ายแสดงชื่อร้านเห็นชัดเจน	4.54 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.33 (มาก)	4.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	4.28 (มาก)

จากตารางที่ 79 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคือ ร้านทอที่มีที่จอดรถสะดวก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.60) และมีป้ายแสดงชื่อร้านเห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย

4.66) รองลงมาคือ ร้านทองมีที่จอตระดงควก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.52) และมีป้ายแสดงชื่อร้าน เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการ ตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของร้านค้ามีความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมาคือ ร้านทองมีที่จอตระดงควก กว้างขวาง (ค่าเฉลี่ย 4.59) และพื้นที่ร้านกว้างขวาง ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.46)

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,0001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี	4.46 (มาก)	4.44 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)
มีการชิงโชคลุ้นรางวัลจากการซื้อทองคำ	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)
มีของแถมจากการซื้อทองคำ	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)
มีส่วนลดพิเศษ	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)
มีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ	4.37 (มาก)	4.12 (มาก)	4.38 (มาก)	4.30 (มาก)
การโฆษณาความน่าเชื่อถือ ของร้านขายทอง	4.11 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)	4.22 (มาก)

จากตารางที่ 80 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.48) และมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ คนขายทอง

สามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาท ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ คนขายทองสามารถแนะนำและให้ความรู้และตอบปัญหาเกี่ยวกับการซื้อทองคำได้ดี และมีแผ่นพับต่างๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีการชิงโชคลุ้นรางวัลจากการซื้อทองคำ (ค่าเฉลี่ย 4.08)