

ความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
The Success of Selling Gold on Consignment for Gold Trading Business
in Surat Thani Province

รัชชานนท์ ศิริยงค์

RATCHANON SIRIYONG

162/2 ต.ขุนทะเล อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84100

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลซึ่งได้รับความน่าเชื่อถือได้เท่ากับ 0.932 ตามที่ 125 ผู้ประกอบธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มแบบชั้นภูมิ โดยสรุปผลการวิจัยอย่างเป็นระบบผ่านการใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายสภาพส่วนบุคคลและระดับการให้ความสำคัญต่อเงื่อนไขการขายฝากทองคำและปัจจัยบ่งชี้ความสำเร็จของการขายฝากทองคำที่มีผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยตัวแปรเพื่อสกัดและจัดกลุ่มคำถาม ในการได้มาซึ่งตัวแปรอิสระอย่างถูกต้องแม่นยำรวมทั้งใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความมีอิทธิพลและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยของเงื่อนไขเพื่อพิจารณาขายฝากทองคำในระดับมากที่สุดซึ่งประกอบด้วย การมีชื่อเสียงของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาขายฝากทองคำ จำนวนเงินที่ได้รับจากการขายฝากทองคำ ความน่าเชื่อถือ และ อัตราดอกเบี้ย รวมทั้งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีอิทธิพลโดยตรงและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยรวมได้ถึงร้อยละ 84.9 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ปรับปรุงเงื่อนไขการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในที่สุด

คำศัพท์สำคัญ : ความสำเร็จ, การขายฝากทองคำ, ธุรกิจค้าทองคำ, จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Abstract

The primary objective of this study was to study factors impacting the success of selling gold on consignment for gold trading in Surat Thani province. Questionnaires were the instrument, as the value of reliability was received about 0.932, used for collecting data from 125 gold trading entrepreneurs in Surat Thani province as chosen using stratified sampling. The results were systemically summarized through using descriptive statistics for expounding individual status as

well as important level of selling gold on consignment conditions and the indicated factors of selling gold on consignment's success affecting the success of selling gold on consignment for gold trading in Surat Thani province including factor analysis was employed to intercept and classify those questions to obtain the accurate independent variables while multiple regression analysis and Pearson correlation coefficient were also used for examining research hypothesis in terms of the influences and relationships between those independent variables affecting the success of selling gold on consignment for gold trading in Surat Thani province.

The results discovered that all conditions of selling gold on consignment were given the much important level through the gold trading entrepreneurs opinions in Surat Thani province consisting of business reputation; business size; selling gold on consignment period; amount received from selling gold on consignment; reliability; and interest rate, these independent factors aforementioned have exactly had the direct influence and positive relationship to the success of selling gold on consignment for gold trading in Surat Thani province at the level of significance 0.01 while those independent variables aforementioned have totally influenced to approximately predict the success of selling gold on consignment for gold trading in Surat Thani province about 84.90%. The result of this research can be applied to improve the efficient gold consignment conditions for gold trading and leading to the success of selling gold on consignment for gold trading in Surat Thani province, eventually.

Keywords : Success, Gold Consignment, Gold Trading, Surat Thani Province

ความสำคัญของปัญหา

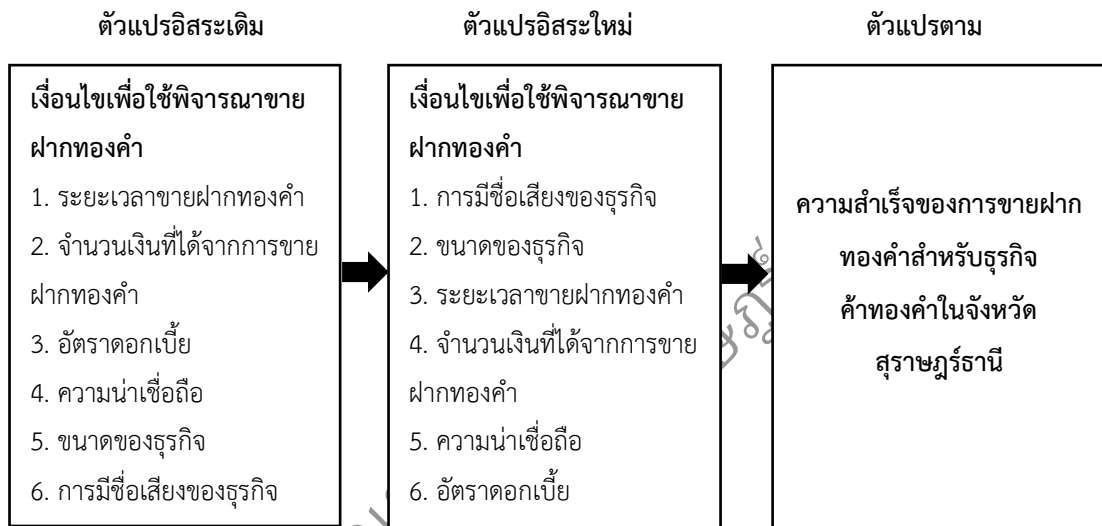
ธุรกิจค้าทองคำในปัจจุบันนอกจากการขายสินค้าประเภททองคำแท่ง ทองคำรูปพรรณและสินค้าเครื่องประดับแฟชั่น ธุรกิจประเภทนี้ยังให้บริการเกี่ยวกับการรับฝากขายทองคำรูปพรรณ การรับซ่อมเครื่องประดับทองคำ และการใส่กรอบพระ ซึ่งสินค้าและบริการเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สร้างผลกำไรให้แก่ธุรกิจค้าทองคำเป็นจำนวนมาก (ศิรินันท์ นภาศิริปกรณ์, 2555; ประกิจ จิวพัฒนกุล, 2559) ปัจจุบันผลกระทบจากสงครามการค้า (Trade War) ของประเทศมหาอำนาจจากทั้งจีนและอเมริกาส่งผลให้เกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจไปทั่วโลก ประกอบกับนักลงทุนหันมาถุกตุนทองคำเนื่องจากนักลงทุนมีความเชื่อว่าทองคำเป็นทรัพย์สินที่ปลอดภัย (นุชจรินทร์ เกาทัณฑ์ทอง, 2558; กลอยใจ วรรณชัย, 2560; วันวิสาข์ รัฐแฉล้ม, 2561) ส่งผลให้ราคาทองคำในตลาดเพิ่มสูงขึ้นทำให้ประชาชนมีการบริโภคทองคำรูปพรรณน้อยลงตามที่มีผลทำให้รายได้ซึ่งมาจากการขายทองคำรูปพรรณของธุรกิจค้าทองคำลดน้อยลงเช่นกัน ฉะนั้นรายได้จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจค้าทองคำ ประกอบกับช่วงเศรษฐกิจตกต่ำประชาชนหรือผู้ประกอบการต้องการเงินสด ไว้ใช้จ่ายทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาที่ต้องการใช้เงินเร่งด่วน อาทิ การเปิดเทอมของบุตรหลาน เป็นต้น ทำให้ประชาชนหันมาเลือกใช้บริการขายฝากทองคำเพิ่มมากขึ้น (มัทนา กฤษฎาภรณ์, 2559; วิวัฒน์ ตูบรเรทธิง, 2552) ซึ่งธุรกรรมดังกล่าวส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในธุรกิจค้าทองคำจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของการทำธุรกรรมการรับขายฝากทองคำนอกเหนือไปจากรายได้หลักที่ได้มาจากการขายทองคำแท่งและทองคำรูปพรรณซึ่งในปัจจุบัน ธุรกิจค้าทองคำมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น

ทำให้ลูกค้าที่มาขายฝากทองคำลดน้อยลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องปรับกลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้า (คมคาย แสงทองคำ, 2558; พงศ์พิช ยงประพัฒน์, 2558; อัญญา บุญปาติ, 2561) เพื่อให้สามารถรักษาลูกค้าเก่า และเพิ่มลูกค้าใหม่แม้ว่าอาจจะทำให้กำไรที่ได้รับลดน้อยลงก็ตาม แต่เป็นวิถีทางที่จะทำให้ธุรกิจค้าทองคำสามารถ ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ประกอบกับการที่สามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการขายฝากทองคำแก่ธุรกิจเพิ่มมากขึ้นซึ่ง หมายถึงธุรกิจค้าทองคำจะได้รับผลตอบแทนในรูปมูลค่าสินไถ่ตามสัญญาเพิ่มมากขึ้นเช่นกันหรือที่คนไทยคุ้นชินในอดีตคือดอกเบียของการขายฝาก (กิตติยา ปลื้มจิตไพบูลย์, 2557; ธนะมินทร์ สุพรรณสมบูรณ์, 2560) ดังนั้นเงื่อนไขที่ ดึงดูดหรือเหตุผลที่ทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการ เช่น การคิดอัตราดอกเบี้ยต่ำจะทำให้รายได้ของธุรกิจค้า ทองคำลดลงแต่จะทำให้ธุรกิจค้าทองคำได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นซึ่งทำให้เชื่อได้ว่ากำไรของผู้ให้บริการขายฝากทองคำจะ เป็นแนวทางที่จะทำให้ธุรกิจค้าทองคำสามารถประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจค้าทองคำที่มีแนวโน้มการ แข่งขันเข้มข้นมากยิ่งขึ้น (ชลธิชา ลิขิตวัฒน์ไพศาล, 2551) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นสาเหตุของการวิจัยใน ครั้งนี้เพื่อศึกษาเงื่อนไขของการขายฝากทองคำที่มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจค้า ทองคำ ผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะนำไปพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะให้แก่ธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

ขณะที่การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยจากนักวิชาการในต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจะมีความเหมือนและแตกต่างกับงานวิจัยของนักวิชาการในประเทศไทยตามที่มี ปัจจัยสภาพแวดล้อมเป็นตัวควบคุมหรือตัวแปรที่สำคัญดังตัวอย่างงานวิจัยเช่น การศึกษาของ Wicaksono, Risnawati, and Hermina (2018) เกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจโรงจำนำ PT Pegadaian (Persero) ในประเทศ อินโดนีเซียโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยสะท้อนจากความพึงพอใจของลูกค้าจากคุณภาพ การให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ติจการโรงจำนำของ PT Pegadaian (Persero) ต้องปรับปรุงคุณภาพการ ให้บริการและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าตามที่ผลการศึกษาความ พึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับต่ำซึ่งเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเชิงดุลยภาพตัวหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ ของธุรกิจโรงจำนำ PT Pegadaian (Persero) ขณะที่ Quy and Huy (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จของ ธุรกิจโรงจำนำในเมืองโฮจิมินห์ของประเทศเวียดนามโดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การ รับรู้ถึงราคาที่ให้กับลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ การรับรู้ถึงราคาที่ ให้กับลูกค้า และสมรรถนะของพนักงานส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งสะท้อนให้เห็นอย่าง ชัดเจนเกี่ยวกับการรักษาไว้ศึกษาคุณภาพการให้บริการประกอบกับความสามารถของพนักงานในการให้บริการซึ่งถือ เป็นการพัฒนาระบบการดำเนินงานภายในที่มีประสิทธิภาพทำให้พนักงานสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างตรง จุดซึ่งทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกนั่นเอง ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นมิติมุมมองของการวัดผลการดำเนินงานเชิงดุลย ภาพที่จะนำไปสู่การประกอบธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนเช่นกัน นอกจากนี้เงื่อนไขในการรับจำนำ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงจำนำ ดังผลการศึกษาของ Armiya, Saidin, Yahya, and Yani (2019) ได้อธิบายไว้ว่า เงื่อนไขในการจำนำสิ่งของตามกฎหมายอิสลามในประเทศอินโดนีเซียมี ความสำคัญอย่างมากที่ต้องถูกกำกับดูแลระหว่างผู้รับจำนำและผู้จำนำ โดยในสัญญาจะระบุรายละเอียดเกี่ยวกับ รูปแบบที่ตกลงกันไว้ เงื่อนไขการผิดสัญญา การประมาณการราคาของที่จำนำ และเงื่อนไขการชำระคืนเงินเมื่อมีการ ไถ่คืน โดยเงื่อนไขดังกล่าวจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้จำนำในการเข้ามาใช้บริการอย่างมากขณะที่ Borres

(2020) ได้ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจโรงจมน้ำในประเทศฟิลิปปินส์ ผลการศึกษาพบว่า โรงรับจมน้ำเป็นแหล่งเงินกู้ด่วน ใช้ขายฝากทรัพย์สินระยะสั้น และเป็นแหล่งขายผลิตภัณฑ์ที่หลุดจมน้ำ รวมทั้งในปัจจุบันเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสกุลเงิน รับชำระค่าสินค้าและบริการที่มีการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ และเป็นแหล่งขายประกันภัยเช่นกัน โดยกลุ่มลูกค้าของโรงรับจมน้ำส่วนใหญ่เป็นประชาชนระดับกลางและระดับล่างในประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งเจ้าของธุรกิจโรงรับจมน้ำส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระภายใต้กรอบแนวคิดแนวคิดที่ยังคงเดิมแต่มีการสลับลำดับของตัวแปรอิสระแสดงดังภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพส่วนบุคคลของธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญต่อเงื่อนไขการขายฝากทองคำที่มีผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไขการขายฝากทองคำกับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมติฐานทางการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานทางของวิจัยดังนี้ เงื่อนไขเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพส่วนบุคคลและเงื่อนไขเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำที่มีผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล การวิจัยในครั้งนี้ใช้จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามที่มีธุรกิจค้าทองคำตั้งอยู่ ซึ่งประกอบด้วย 19 อำเภอ ส่วนระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีในช่วง เดือนสิงหาคม ถึงเดือนกันยายน 2563 โดยที่การวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ เงื่อนไขเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำประกอบด้วยระยะเวลาขายฝากทองคำ จำนวนเงินที่ได้จากการขายฝากทองคำ อัตราดอกเบี้ย ความน่าเชื่อถือ ขนาดของธุรกิจ และ การมีชื่อเสียงของธุรกิจ สำหรับตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีการดำเนินวิจัย

ตามที่มีผู้ประกอบการค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้งหมด เป็นประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะถูกคำนวณผ่านการใช้สูตรของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งตัวแทนในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 125 ราย จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้เบื้องต้นนำไปสู่การคำนวณเพื่อกำหนดสัดส่วนของตัวอย่างโดยจำแนกตามอำเภอ ส่วนการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอใช้วิธีคัดเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในการสุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามที่มีข้อคำถามทั้งข้อคำถามแบบปลายเปิด และ ข้อคำถามแบบปลายปิดซึ่งจะสะท้อนถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบสอบถามเกี่ยวกับเงื่อนไขเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำซึ่งเป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแนวคิดของ Likert Scale (Likert, 1932) ประกอบด้วย 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นในลักษณะข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหาจากข้อคำถามที่กำหนดขึ้นว่ามีความถูกต้องมากน้อยเพียงใดรวมทั้งนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้อง

สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาอนุญาตให้ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการขอความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังกล่าวเพื่อวัดความเที่ยงตรงของเนื้อหาและสำนวนภาษาที่ใช้ ซึ่งโดยรวมของข้อคำถามที่ดีควรได้รับความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือของความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) เท่ากับ 1 สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ได้รับความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือของความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์เท่ากับ 1 เช่นกัน เมื่อได้รับแบบสอบถามร่างคืนจากผู้เชี่ยวชาญแล้วและผู้วิจัยแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านจนแล้วเสร็จผู้วิจัยจึงดำเนินการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 40 ราย ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเพื่อตรวจสอบคุณภาพทั้งด้านความถูกต้อง (Validity) และด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เพื่อแสดงความน่าเชื่อถือได้ในระดับที่ผู้วิจัยสามารถยอมรับได้ และได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด เท่ากับ 0.891 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการทดลองแล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ไปยังบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อออกหนังสือการขอความอนุเคราะห์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายโดยเข้าพบผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในการตอบแบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำได้เข้าใจเพื่อต่อการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงอย่างถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จะใช้สถิติขั้นพื้นฐาน (Descriptive Statistics Analysis) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง (Factor Analysis) เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (70.4%) โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 31-40 ปี (38.4%) รองลงมาอยู่ในช่วง 41-50 ปี (26.4%) การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี(86.4%) และ ประสบการณ์ทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 6-10 ปี (38.4%) รองลงมาอยู่ในช่วง 11-15 ปี (29.6%) ที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำ

ประมาณร้อยละ 30 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจค้าทองคำรายใหม่เข้ามาทดแทนมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำเดิมอาจไม่สามารถอยู่รอดได้จึงล้มหายตายจากไป

ผลการวิเคราะห์เงื่อนไขเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำให้ความสำคัญต่อการมีชื่อเสียงของธุรกิจ (4.61) ขนาดของธุรกิจ (4.61) ระยะเวลาขายฝากทองคำ (4.59) จำนวนเงินที่ได้จากการขายฝากทองคำ (4.5) ความน่าเชื่อถือ (4.41) และอัตราดอกเบี้ย (4.35) ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำให้ความสำคัญกับประเด็นการมีชื่อเสียงของธุรกิจและขนาดของธุรกิจ เพราะหากธุรกิจค้าทองคำซึ่งเป็นผู้รับขายฝากทองคำมีชื่อเสียงมากน้อยเพียงใดก็จะสะท้อนความเชื่อมั่นในธุรกิจของตนมากน้อยเพียงใดเช่นกัน ซึ่งโดยทั่วไปธุรกิจขนาดใหญ่จะได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าธุรกิจขนาดเล็กด้วยการมีเงินทุนที่มากกว่านำไปสู่การมีความมั่นคงที่มากกว่า

ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำให้ความสำคัญต่อการรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ (4.59) กำไร/ผลตอบแทน (4.58) การดำเนินงานที่กระชับรวดเร็ว (4.48) การเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่ (4.38) ทงเลือกของวิธีการให้บริการขายฝากทองคำ (3.72) ตามลำดับ สามารถอธิบายสรุปได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำให้ความสำคัญต่อทุกประเด็นตัวแปรส่วนใหญ่ในระดับมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าการรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ รองลงมาคือ กำไร/ผลตอบแทน ซึ่งเป็นประเด็นตัวแปรที่จะทำให้ธุรกิจค้าทองคำประสบความสำเร็จ

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ซึ่งตัวแปรของเงื่อนไขในการพิจารณาขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำประกอบด้วย การมีชื่อเสียงของธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาขายฝากทองคำ จำนวนเงินที่ได้จากการขายฝากทองคำ ความน่าเชื่อถือ อัตราดอกเบี้ย มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำของธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากผลการวิเคราะห์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการขายฝากทองคำได้ 84.9% ส่วนอีก 15.1% อาจจะมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ตามที่ตัวแปรของเงื่อนไขเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสภาพส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยสภาพส่วนบุคคลในส่วนของเพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กล่าวคือ ปัจจัยสภาพส่วนบุคคลดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจค้าทองคำ ซึ่งสอดคล้องกับ **ขวัญปลั่งสร จานทอง** (2557) พบว่าเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจ งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจจึงยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจน ซึ่งอายุก็เป็นไปในทิศทาง

เดียวกันกล่าวได้ว่าเจ้าของธุรกิจที่มีอายุมากกว่ามักจะยึดติดกับแนวทางในการทำงานของตนเองมากเกินไปจนไม่แสวงหาโอกาสในการประกอบธุรกิจใหม่

ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นเพื่อใช้พิจารณาขายฝากทองคำต่อความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอธิบายสรุปได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำให้ความสำคัญต่อทุกประเด็นตัวแปร โดยจะเห็นได้ว่าการมีชื่อเสียงของธุรกิจย่อมนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน (จิราพร ประสารการ, 2562; รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2559) และขนาดธุรกิจแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความมั่นคงของของธุรกิจค้าทองคำซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของธุรกิจในสายตาของลูกค้าด้วยเช่นกัน (อรสา หนูกระแสร, 2557) ในขณะที่ประเด็นระยะเวลาขายฝากทองคำ จำนวนเงินที่ได้รับจากการขายฝากทองคำ และอัตราดอกเบี้ยเป็นเหตุผลรองในการตัดสินใจขายฝากทองคำกับธุรกิจค้าทองคำ ซึ่งสามารถนำประเด็นตัวแปรเหล่านี้ใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาขายฝากทองคำกับธุรกิจค้าทองคำเช่นกัน

ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำให้ความสำคัญกับการรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ ซึ่งการรักษาลูกค้าหลักให้มีการใช้บริการกับธุรกิจค้าทองคำสม่ำเสมอ (บัณฑิต แสงศร, 2562) ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจได้รับผลกำไรและรายรับที่มากกว่าการตามหาลูกค้าใหม่แต่ไม่เน้นการรักษาลูกค้า ดังนั้นการบริการที่ดีไม่ผิดพลาดและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าจะทำให้ธุรกิจค้าทองคำสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ (Khairat, 2016; ณัฐพล อัสสระรัตน์, 2563) ซึ่งต่างจากในอดีตที่ธุรกิจค้าทองคำมักให้ความสำคัญกับกำไรและผลตอบแทนมากกว่าเนื่องจากในอดีตธุรกิจค้าทองคำอาจมีคู่แข่งน้อยทำให้ไม่ได้ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าที่ควรแต่ในปัจจุบัน ธุรกิจค้าทองคำต้องเผชิญกับคู่แข่งทางธุรกิจที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้นดังนั้นธุรกิจค้าทองคำจำเป็นต้องหากลยุทธ์เพื่อรักษาลูกค้า (Wicaksono, Risnawati, Hermina; 2018) เพื่อไม่ให้สูญเสียลูกค้าไปให้กับคู่แข่งทางธุรกิจ เพราะการสูญเสียลูกค้าหมายถึงการที่ธุรกิจสูญเสียรายได้ที่ธุรกิจค้าทองคำจะได้รับไปเช่นกัน และจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นสม่ำเสมอเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าธุรกิจค้าทองคำจะประสบความสำเร็จ ธุรกิจค้าทองคำควรให้ความสำคัญต่อการมีชื่อเสียงของธุรกิจ และขนาดของธุรกิจ เพราะปัจจัยข้างต้นย่อมนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน และแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความมั่นคงของของธุรกิจ

ตาที่ธุรกิจค้าทองคำควรมุ่งเน้นการแสวงหากำไร/ผลตอบแทนให้แก่ธุรกิจค้าทองคำไม่ว่าจะเป็นด้านระยะเวลาขายฝากทองคำ จำนวนเงินที่ได้รับจากการขายฝาก และอัตราดอกเบี้ย โดยสามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดใจลูกค้ารายใหม่ในภาวะที่มีการแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้น และผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ ซึ่งการรักษาลูกค้าหลักให้มีการใช้บริการกับธุรกิจค้าทองคำสม่ำเสมอจะช่วยให้ธุรกิจได้รับผลกำไรและรายรับที่มากกว่าการตามหาลูกค้าใหม่แต่ไม่เน้นการรักษาลูกค้า

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

จากการวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้นและเป็นข้อจำกัดหนึ่งของระยะเวลาในการศึกษาซึ่งนำไปสู่การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลได้ไม่ครอบคลุมทุกหน่วยตัวอย่างในทุกภาคของประเทศไทยตามที่มีการประกอบธุรกิจค้าทองคำในแต่ละภาคมีความแตกต่างกันในกลยุทธ์การแข่งขัน ดังนั้นผลการวิจัยนี้อาจสามารถพยากรณ์ความสำเร็จได้เฉพาะธุรกิจค้าทองคำที่มีสภาพแวดล้อมไม่แตกต่างกันเท่านั้นจำเป็นต้องขยายขอบเขตของหน่วยตัวอย่างให้ครอบคลุมสภาพแวดล้อมโดยรวมซึ่งอาจแบ่งกลุ่มตัวอย่างในระดับภาคหากเป็นไปได้ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้รับอาจเหมือนหรือแตกต่างจากผลการวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะความสำเร็จของการขายฝากทองคำสำหรับธุรกิจค้าทองคำเท่านั้น ซึ่งไม่ครอบคลุมถึงการขายสินค้าและบริการอื่นของธุรกิจค้าทองคำที่เกี่ยวข้อง เพราะในปัจจุบันเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำมีรายได้ที่ลดน้อยลงและมีคู่แข่งจากธุรกิจค้าทองคำเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าทองคำจึงต้องแสวงหาช่องทางเพิ่มรายได้อื่นเพิ่มเติมเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- ศิรินันท์ นภาศิริปรภรณ์. (2555). วิเคราะห์ปัจจัยเบื้องหลังความสำเร็จของธุรกิจทองรูปพรรณ กรณีศึกษา: ร้านทอง ในย่านเยาวราช. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- ประภกิจ จีวพัฒน์กุล. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อทองคำของผู้บริโภคกลุ่มเจนเออร์แซน วาย ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- นุชจรินทร์ เกาทัณฑ์ทอง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าและส่งออกทองคำของประเทศไทย. ปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กลอยใจ วรรณชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนของ Gold Futures ในตลาดสัญญาซื้อขายล่วงหน้าประเทศไทย. วารสารวิจัยภาคย์, 11(23), 115-122.
- วันวิสาข์ รัฐแฉล้ม. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อราคาทองคำแท่งในประเทศไทย. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 21(1), 155-165.
- มัทนา กฤษณางค์พร. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของโรงพยาบาล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ ตู๋บันเทิง. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขายฝากทองคำของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- คมคาย แสงทองคำ. (2558). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดลำปาง. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 5(2), 62-69.
- พงศ์พิช ยงประพัฒน์. (2558). กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายวัสดุก่อสร้างของร้าน 3B Material อำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 2(2), 46-58.
- อัญญา บัญปาไลต์. (2561). กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับร้านอาหาร ภัตตาคารในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 108-123.

- กิตติยา ปลื้มจิตไพบุลย์. (2557). แนวทางในการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับลูกค้าองค์กรของธุรกิจอินเทอร์เน็ต. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนะมินทร์ สุพรรณสมบุรณ์. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการจำหน่ายทองของประชาชนในจังหวัดบุรีรัมย์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลธิชา ลิขิตวัฒนไพศาล. (2551). การศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจร้านทองรูปพรรณ 96.5% ในเขต 9 จังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บัณฑิต แสงศร. (2562). รูปแบบการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าในการซื้อสินค้าอุปกรณ์ไอทีผ่านระบบออนไลน์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 15(3), 35-46.
- อรสา หนูกระแสร. (2557). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาจันทบุรี. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ขวัญปภัตสร จานทอง. (2557). อิทธิพลของปัจจัยภูมิหลัง การมุ่งประกอบการและเครือข่ายทางสังคม ต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการจังหวัดราชบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัย, 19(1), 123-134.
- จิราพร ประสารการ. (2562). ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาล เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 15(1), 79-102.
- ณัฐพล อัสสะรัตน์. (2563). อิทธิพลคุณภาพบริการและการรับรู้ราคาของศูนย์บริการรถยนต์ต่อ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการซื้อซ้ำในแบรนด์รถยนต์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 19(1), 31-47.
- รุ่งอรุณ กระแสรินทร์. (2559). ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กร. วารสารเกษมบัณฑิต, 17(1), 1-21.
- Yamane. (1967). Taro Statistic : An Introductory Analysis. New York: Harper & row.
- Likert, R.A. (1932). "Technique for the Measurement of Attitudes," Arch Psychological. 25(140) : 1 – 55.
- Isaias Lagsa Borres. (2020). Industry Analysis of Pawnshop in the Philippine. International Journal of Business and Administrative Studies, 6(2), 111-120.
- Khairat. (2016). The Influence of Airlines' Corporate Social Responsibility on Customer Loyalty. Journal of the Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality, 13(2), 71-92.
- Vo Thi Quy & Vo Duy Huy. (2019). The relationship between service quality, price perception, customer satisfaction and customer loyalty: a study in Nguoi Ban Vang – a pawn service company in Ho Chi Minh city. Journal of Science Ho Chi Minh City Open University, 9(4), 39-50.
- Wicaksono, A., Risnawati, N., & Hermina, N. (2018). Multiple regression analysis: Determinant of customer satisfaction of pt pegadaian in Indonesia. Global and Stochastic Analysis, 5(5), 53-60.
- Muhammad Zaki Armiya, Saidin, Azhari Yahya & Teuku Ahmad Yani. (2019). Type of Agreement and Default Case Settlement for Debtors of Sharia Pawnshop in Banda Aceh, Indonesia : 1st International Conference on Law. Governance and Islamic Society 2019 (pp.220 - 227).