



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้เพื่อนำไปใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สำหรับผู้บริหาร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาในการตอบแบบสอบถามจากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ท่านเลือก หรือ ตอบคำถามในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

1. เพศ

(-) 1. ชาย

(-) 2. หญิง

2. อายุ

(-) 1. ต่ำกว่า 20 ปี

(-) 2. 20 – 30 ปี

(-) 3. 31 – 40 ปี

(-) 4. 41 – 50 ปี

(-) 5. 51 – 60 ปี

(-) 6. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

(-) 1. โสด

(-) 2. สมรส

(-) 3. หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

(-) 1. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า

(-) 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช

(-) 3. ปวส./อนุปริญญา

(-) 4. ปริญญาตรี

(-) 5. ปริญญาโท

(-) 6. ปริญญาเอก

(-) 7. อื่นๆ ระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน นักศึกษา () 2. ข้าราชการ
 () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 5. เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ () 6. อื่นๆ (ระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 10,000 บาท () 2. 10,001-20,000 บาท
 () 3. 20,001-30,000 บาท () 4. 30,001-40,000 บาท
 () 5. 40,001-50,000 บาท () 6. มากกว่า 50,000 บาท

7. ปัจจุบันนี้ท่านเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ หรือไม่

- () 1. เป็น () 2. ไม่เป็น

7.1 ถ้าเป็น ท่านเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่.....แห่ง

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ท่านเป็นสมาชิก

- () 1. สนามกอล์ฟเชียงใหม่ฮิมคานา
 () 2. สนามกอล์ฟลานนา
 () 3. สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์
 () 4. สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ
 () 5. สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)
 () 6. สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท (ร่มหลวง)
 () 7. สนามกอล์ฟแซนด์คริก
 () 8. สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ

8. ท่านเล่นกอล์ฟมาแล้วเป็นระยะเวลา

- () 1. น้อยกว่า 1 ปี () 2. 1 – 3 ปี () 3. 4 – 6 ปี
 () 4. 6 – 8 ปี () 5. 8 – 10 ปี () 6. 10 ปีขึ้นไป

9. แด้มต่อ (Handicap) ของท่าน

- () 1. มากกว่า 24 () 2. 19 – 24
 () 3. 10 – 18 () 4. 0 – 9
 () 5. โปรร่า กอล์ฟ (Professional) () 6. อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

1. สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ท่านใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. สนามกอล์ฟเชียงใหม่ฮิมคานา
- () 2. สนามกอล์ฟลานนา
- () 3. สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์
- () 4. สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ
- () 5. สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)
- () 6. สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต (ร่มหลวง)
- () 7. สนามกอล์ฟแซนด์คริก
- () 8. สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ

2. เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เป็นกีฬาที่ท่านชื่นชอบ
- () 2. เพื่อออกกำลังกาย
- () 3. เพื่อพักผ่อน งานอดิเรก
- () 4. เพื่อสังคม
- () 5. เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ
- () 6. เล่นตามเพื่อน
- () 7. เป็นกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยม
- () 8. เพื่อเล่นเป็นอาชีพ
- () 9. มาท่องเที่ยวและถือโอกาสเล่นกอล์ฟ
- () 10. ท้าวกอล์ฟกับคณะ
- () 11. อื่นๆ ระบุ.....

3. ท่านรู้จักและทราบข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ท่านไปใช้บริการจากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เพื่อนสนิท
- () 2. เพื่อนร่วมงาน
- () 3. บุคคลในครอบครัว
- () 4. อินเทอร์เน็ต
- () 5. วิทยุ
- () 6. โทรทัศน์
- () 7. หนังสือพิมพ์
- () 8. นิตยสาร
- () 9. แผ่นพับ ใบปลิว
- () 10. ป้ายโฆษณา
- () 11. จากลูกค้า / วงการธุรกิจของท่าน
- () 12. อื่นๆ ระบุ.....

4. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ตัวเอง
- () 2. เพื่อน
- () 3. ผู้บังคับบัญชา
- () 4. ผู้ใต้บังคับบัญชา
- () 5. บุคคลในครอบครัว
- () 6. ลูกค้า / หุ่นส่วนธุรกิจ
- () 7. อื่นๆ ระบุ.....

5. ส่วนใหญ่กลุ่มที่ท่านออกรอบเล่นกอล์ฟด้วยกันมีจำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มกี่คน
- () 1. ท่านเล่นคนเดียว () 2. 2 - 3 คน
 () 3. 4 - 6 คน () 4. 7 - 8 คน
 () 5. มากกว่า 8 คน () 6. อื่นๆ ระบุ.....
6. ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ในวันใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. วันจันทร์ () 2. วันอังคาร () 3. วันพุธ
 () 4. วันพฤหัสบดี () 5. วันศุกร์ () 6. วันเสาร์
 () 7. วันอาทิตย์ () 8. ทุกวัน () 9. อื่นๆ ระบุ.....
7. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด
- () 1. 06.00 - 08.00 น. () 2. 08.01 - 10.00 น.
 () 3. 10.01 - 12.00 น. () 4. 12.01 - 14.00 น.
 () 5. 14.01 - 16.00 น. () 6. 16.01 - 18.00 น.
 () 7. อื่นๆ ระบุ.....
8. เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟนานกี่ชั่วโมง
- () 1. 1 - 2 ชั่วโมง () 2. 3 - 4 ชั่วโมง
 () 3. 4 - 5 ชั่วโมง () 4. มากกว่า 5 ชั่วโมง
11. ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่เดือนละกี่ครั้ง
- () 1. 1 - 2 ครั้ง/เดือน () 2. 3 - 4 ครั้ง/เดือน
 () 3. 5 - 6 ครั้ง/เดือน () 4. 7 - 8 ครั้ง / เดือน
 () 5. 9 - 10 ครั้ง / เดือน () 6. 11 - 12 ครั้ง / เดือน
 () 7. 13 - 14 ครั้ง / เดือน () 8. 15 ครั้งขึ้นไป
 () 9. นานๆ ครั้ง () 10. ทุกวัน
 () 11. อื่นๆ ระบุ.....
12. เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟที่ท่านใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ท่านเป็นสมาชิก
 () 2. สภาพสนามมีความสมบูรณ์
 () 3. สนามมีความท้าทาย เล่นสนุก
 () 4. ค่ากรีนฟี แคดดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป
 () 5. ราคาอาหาร เครื่องดื่ม ไม่แพง

- ()6. สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทางและประหยัดเวลา
- ()7. มีการจัดรายการลดค่าบริการในบางโอกาส
- ()8. มีการชักชวนด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ
- ()9. พนักงาน/แคดดี้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่และให้บริการที่ดี
- ()10. อาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมทั่วไปของสนาม สะอาด สวยงาม มีบรรยากาศดี
- ()11. ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
- ()12. มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย
- ()13. การรับ – ส่งถุงกอล์ฟ และการรับชำระเงินค่าบริการต่างๆ ถูกต้อง รวดเร็ว
- ()14. การจัดลำดับกลุ่มเพื่อออกรอบและระหว่างออกรอบมีความคล่องตัวดี
- ()15. อื่นๆ ระบุ.....
13. ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งของท่านในการใช้บริการสนามกอล์ฟ (เช่น ค่ากรีนฟี ค่าแคดดี้ ค่าเช่ารถกอล์ฟ (ถ้ามี) ค่าทิป ค่าอาหาร เครื่องดื่ม ฯลฯ)
- ()1. น้อยกว่า 500 บาท ()2. 501 – 1,000 บาท
- ()3. 1,001 – 1,500 บาท ()4. 1,501 – 2,000 บาท
- ()5. มากกว่า 2,000 บาท
14. ท่านใช้บริการใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ()1. ออกรอบ 2.() แคดดี้
- ()3. เช่ารถกอล์ฟ 4.() ร้านอาหาร เครื่องดื่ม
- ()5. สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ 6.() สถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)
- ()7. ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ 8.() เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ
- ()9. อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

ขอให้ท่านพิจารณาจากปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ของท่านมากที่สุด เพียงใด และทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องว่างที่ท่านต้องการเลือก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (รูปแบบ สภาพสนาม)					
1. รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม					
2. แทนตั้งดี (ทีออฟ)					
3. สภาพแฟร์เวย์					
4. สภาพกรีน					
5. ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม					
6. ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม)					
7. มีร้านอาหารให้บริการ					
8. มีบริการครบวงจร					
9. มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop)					
10. บริการให้เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ					
11. มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)					
12. มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)					
13. มาตรฐานของสนาม					
14. อื่นๆ ระบุ.....					
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
2. ปัจจัยด้านราคา					
1. ราคาค่าสมาชิกสนาม					
2. ราคาค่าใช้สนามกรีนฟี					
3. ราคาค่าพนักงานแคดดี้					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	
4. ราคาเช่ารถกอล์ฟ					
5. ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม					
6. ราคารวม ในการออกรอบ					
7. อื่นๆ ระบุ.....					
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ)					
1. อยู่ใกล้ตัวเมือง					
2. อยู่ใกล้ที่พัก					
3. อยู่ใกล้ที่ทำงาน					
4. การคมนาคมสะดวก					
5. มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย					
6. เวลาเปิดเปิดสนามให้บริการ					
7. สามารถติดต่อจองสนามทางโทรศัพท์ได้					
8. อื่นๆ ระบุ.....					
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม					
2. มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day					
3. มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่ม ทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่					
4. มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)					
5. มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ					
6. การโฆษณา					
7. การประชาสัมพันธ์					
8. อื่นๆ ระบุ.....					
5. ปัจจัยด้านบุคลากร					
1. จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมี มากพอ					
2. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ดี					
3. เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ดูแลให้คำ แนะนำและบริการที่ดี					
4. การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี					
5. พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค					
6. อื่นๆ ระบุ.....					
6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ					
1. ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณ สนามกอล์ฟ					
2. ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว					
3. คลับเฮาส์ มีความหรูหรา กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก					
4. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ สนามกอล์ฟ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มีผล (1)
6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ต่อ)					
5. มีที่จอดรถกว้างขวาง ร่มเย็น					
6. ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและ แคดดี้ สะอาดเรียบร้อย					
7. อื่นๆ ระบุ.....					
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ (การบริการ)					
1. การจัดแคดดี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟ ถูกต้อง รวดเร็ว					
2. การจำหน่ายค่าสนาม ค่าแคดดี้และ ค่าบริการอื่นๆ ถูกต้อง รวดเร็ว					
3. การจัดกลุ่ม ออกรอบตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน					
4. คูแดูแลจัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ					
5. ลดสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นกอล์ฟ ให้เหลือน้อยที่สุด เช่น การตัดหญ้า ในเวลาเปิดการให้บริการ					
6. มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว					
7. อื่นๆ ระบุ.....					

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการจากสนามกอล์ฟ

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องว่างที่ท่านต้องการเลือก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มี ปัญหา (1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (คุณภาพสนาม)					
1. รูปแบบ การออกแบบทิวทัศน์ในสนาม ไม่ดี					
2. สภาพทิวทัศน์ของแท่นตั้งตี (ทีออฟ)ไม่ดี					
3. สภาพของแฟร์เวย์ไม่ดี					
4. สภาพของกรีน ไม่ดี					
5. สนามไม่มีความท้าทาย					
6. จำนวนหลุมไม่ได้ มาตรฐาน					
7. ไม่มีร้านอาหาร ให้บริการ					
8. บริการมีไม่ครบวงจร					
9. ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ(Pro Shop) มีน้อย /ไม่มี					
10. ไม่มีบริการให้เช่าอุปกรณ์ในการเล่น กอล์ฟ					
11. ไม่มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)					
12. ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)					
13. สนามไม่มีมาตรฐาน					
14. อื่นๆ ระบุ.....					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มี ปัญหา (1)
2. ด้านราคา					
1. ราคาค่าสมาชิกสนามแข่ง					
2. ราคาค่ากรีนฟีแวง					
3. ราคาค่าแคดดี้ฟีแวง					
4. ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟแวง					
5. ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่มแวง					
6. ราคารวม ในการออกรอบแวง					
7. อื่นๆ ระบุ.....					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ)					
1. อยู่ไกลตัวเมือง					
2. อยู่ไกลที่พัก					
3. อยู่ไกลที่ทำงาน					
4. การคมนาคมไม่สะดวก					
5. ที่จอดรถไม่สะดวกสบาย					
6. เวลาปิด เปิดให้บริการไม่สะดวก					
7. ไม่สามารถติดต่อจองสนามทาง โทรศัพท์					
8. อื่นๆ ระบุ.....					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ไม่มีการจัดการแข่งขันประจำปี ของสนาม					
2. ไม่มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคา เช่น วัน Sport Day					
3. ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็น กลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มี ปัญหา (1)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)					
4. ไม่มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)					
5. ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ					
6. ไม่มีการโฆษณา					
7. ไม่มีการประชาสัมพันธ์					
8. อื่นๆ ระบุ.....					
5. ปัจจัยด้านบุคลากร					
1. จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีไม่พอ					
2. พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในหน้าที่					
3. เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลไม่ให้คำแนะนำ และบริการไม่ดี					
4. พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มารยาทไม่ดี					
5. พนักงานให้บริการไม่เสมอภาค					
6. อื่นๆ ระบุ.....					
6. ปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ					
1. สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม					
2. ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด					
3. คลับเฮาส์ไม่มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ					
4. ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้บริการมีไม่ครบครัน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	น้อย (3)	น้อยที่สุด (2)	ไม่มี ปัญหา (1)
6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (ต่อ)					
5. ที่จอดรถมีน้อย ไม่มีที่บังแดด					
6. ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและ แคดดี้ ไม่สะอาด					
7. อื่นๆระบุ.....					
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ (การบริการ)					
1 การจัดแคดดี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟ ไม่ถูกต้อง และล่าช้า					
2. การจำหน่ายกรีนฟี แคดดี้และค่าบริการ อื่นๆไม่ถูกต้อง และล่าช้า					
3. การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียมกัน					
4. ดูแลจัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มไม่สะดวก ดัดขัดกลุ่มอื่นๆ					
5. มีสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นกอล์ฟ					
6. การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมีความล่าช้า					
7. อื่นๆ ระบุ.....					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายกิตติ ลักขณวงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	13 ธันวาคม 2497
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปีการศึกษา 2516 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2520
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2524 – 2525 กรรมการผู้จัดการบริษัท ตรีลักษณ์ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ พ.ศ. 2525 – ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการบริษัท กิตติวิบูลย์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2529 - ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บริษัทสิริวิบูลย์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved