บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน กีฬากอล์ฟกำลังเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วไป โดยเฉพาะกับกลุ่มนักธุรกิจ และคนทำงานในทุกสาขาอาชีพ และทุกช่วงอายุ ดังจะเห็นว่ามีการกล่าวถึงกีฬาประเภทนี้ ตามหน้าหนังสือพิมพ์รายวัน และนิตยสารทั่วไปแทบทุกฉบับเป็นประจำทุกวัน จากทิศทางความนิยมดังกล่าว โครงการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวเนื่องกับกีฬากอล์ฟ จึงได้ถือกำเนิดขึ้นอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนสร้างสนามกอล์ฟขนาดต่างๆ สโมสร และสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โครงการลงทุนทั้งหลายเหล่านี้ ถึงแม้จะมีจำนวนมาก แต่ยังไม่อยู่ในระดับที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่นับวันจะทวีขึ้นอย่างรวดเร็วได้ ดังจะเห็นได้จากระดับราคาและความนิยมในโครงการชั้นแนวหน้าที่มีชื่อเสียงเป็นพิเศษ ยังคงสูงแตกต่างจากระดับมาตรฐานในท้องตลาดค่อนข้างมาก (พราโช กอล์ฟ แอนด์ ไดร์ฟวิ่ง เรนจ์, 2548 : ออนไลน์)

สำหรับนโยบายของรัฐบาล ที่เกี่ยวกับธุรกิจสนามกอล์ฟนั้นต้องยอมรับว่า ท่านนายกรัฐมนตรีพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตรได้ให้ความสนใจกับอุตสาหกรรมสนามกอล์ฟมากด้วยการโปรโมท “Thailand Golf Amazing” มีบัตรทองเกี่ยวกับกอล์ฟเพื่อดึงเงินตราต่างประเทศเข้าไทย และยังให้การสนับสนุนวงการกอล์ฟเยาวชนจัดการแข่งขันกอล์ฟรายการต่างๆขึ้นมากมาย (กองบรรณาธิการ, 2547) กีฬากอล์ฟเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนซึ่งกันและกันกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการคาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในปี 2547 จะมีแนวโน้มเติบโตขึ้นโดยวางเป้าหมายรายได้รวมทั้งหมดกว่า 7.4 แสนล้านบาท โดยคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยประมาณ 12 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นจากปี 2546 ประมาณร้อยละ 20.60 และมีรายได้จากการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวประมาณ 380,000ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.94 จากปี 2546 ส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยคาดว่าจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยคาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 67.12 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4.78 จากปี 2546 คิดเป็นรายได้จากการใช้จ่ายประมาณ 362,500 ล้านบาท (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2548 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ ในภาคเหนือ มีทิศทางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เป็นจังหวัดที่มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยว ธุรกิจที่สร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ คือ ธุรกิจภาคบริการและการท่องเที่ยว จากการประเมินเบื้องต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

คาดว่าในปี พ.ศ. 2547 จังหวัดเชียงใหม่จะมีรายได้จากการการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 40,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35 ของรายได้รวมของจังหวัด และจากผลสำรวจประชากร ณ วันที่ 30 กันยายน 2547 มีประชากร 1,655,474 คน ในปี 2545 GDP เท่ากับ 88,893 ล้านบาท (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2548 : ออนไลน์)

สนามกอล์ฟ เป็นธุรกิจที่มีการลงทุนสูง เป็นสถานที่สำหรับการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย พักผ่อนหย่อนใจ ทั้งเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเป็นสถานที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบเล่นกอล์ฟให้มาท่องเที่ยวและใช้บริการ ปัจจุบันมีกลุ่มนักลงทุน ที่มีความสนใจ ทำการลงทุนในธุรกิจสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ในเวลานี้มีสนามกอล์ฟ ที่เปิดดำเนินการในจังหวัดเชียงใหม่รวม 8 แห่ง ได้แก่ สนามกอล์ฟเชียงใหม่ยิมคานา สนามกอล์ฟลานนา สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ สนามกอล์ฟเชียงใหม่- ลำพูน กอล์ฟคลับ สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์) สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟ รีสอร์ท (ร่มหลวง) สนามกอล์ฟแซนด์คริก และสนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับซึ่งได้เปิดให้บริการครบ 18 หลุมเป็นที่เรียบร้อยเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2547 ที่ผ่านมา แต่ละแห่งมีความแตกต่างกันในเรื่องทำเลที่ตั้ง ด้านราคาและค่าบริการต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีการแข่งขันกันในทุกด้าน เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ และในปี 2548 นี้มีโครงการสนามกอล์ฟที่จะลงทุนในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งโครงการ (จากการสำรวจเมื่อเดือน 1 ธันวาคม2547 โดยการลงพื้นที่และสอบถาม) จะเห็นว่าธุรกิจสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มเจริญเติบโต และมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น โดยรายได้ของธุรกิจสนามกอล์ฟมาจากผู้มาใช้บริการสนามกอล์ฟ ทั้งที่เป็นสมาชิกและผู้มาใช้บริการทั่วไป

จากเหตุผลดังกล่าวเบื้องต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเป็นข้อมูลปรับปรุงการบริการของธุรกิจสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการแข่งขันและตอบสนองความต้องการสูงสุดแก่ผู้บริโภค ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจด้านนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยและปัญหาในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ใช้เป็นแนวทางสำหรับ ให้ผู้ดำเนินการสนามกอล์ฟ ในการวางแผนการตลาดและนำไปใช้ปรับปรุงใน การให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจนี้

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นแล้วแสดงออกมาในลักษณะการตอบสนองในการเลือกใช้สนามกอล์ฟ ด้วยปัจจัยข้อมูลเกี่ยวกับ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้อและใช้อะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อหรือใช้ ใครมีส่วนในการตัดสินใจซื้อหรือใช้ ผู้บริโภคซื้อหรือใช้เมื่อใด ผู้บริโภคซื้อหรือใช้ที่ไหน ผู้บริโภคซื้อหรือใช้อย่างไร

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มาใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 8 แห่งที่เป็นชาวไทย

สนามกอล์ฟ หมายถึง สนามกอล์ฟที่เปิดดำเนินการในจังหวัดเชียงใหม่ 8 สนาม ได้แก่ สนามกอล์ฟเชียงใหม่ยิมคานา สนามกอล์ฟลานนา สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ สนามกอล์ฟเชียงใหม่ - ลำพูนกอล์ฟคลับ สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์) สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟ รีสอร์ท(ร่มหลวง) สนามกอล์ฟแซนด์คริกและสนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ

กรีน หมายถึง บริเวณพื้นดินรอบๆ หลุมที่กำลังเล่นและกำหนดเป็นบริเวณที่ใช้พัตต์ลูกลงหลุม

แฟร์เวย์ หมายถึง สนามหญ้าซึ่งตัดหญ้าไว้เรียบร้อยแล้ว มีบริเวณตั้งแต่แท่นตั้งตี (ที-ออฟ) ไปจนถึงกรีน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved