

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 7 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-9)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 10-23)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 24-30)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการใช้บริการสนามกอล์ฟ (ตารางที่ 31-37)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 38-73)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 74-94)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 95-115)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	231	82.5
หญิง	49	17.5
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 82.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 17.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	11	3.9
20 -30 ปี	49	17.5
31 -40 ปี	81	28.9
41 - 50 ปี	81	28.9
51 - 60 ปี	48	17.1
60 ปีขึ้นไป	10	3.6
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 -40 ปี และ มีอายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 28.9 เท่ากัน รองลงมา คือ อายุ 20 -30 ปี ร้อยละ 17.5 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 17.1 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 3.9 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	96	34.3
สมรส	173	61.8
หย่า/หม้าย	11	3.9
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ เป็นโสด ร้อยละ 34.3 และหย่า/หม้าย ร้อยละ 3.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	5	1.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	22	7.9
ปวส./อนุปริญญา	40	14.3
ปริญญาตรี	134	47.9
ปริญญาโท	75	26.8
ปริญญาเอก	4	1.3
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 47.9 รองลงมาคือ ปริญญาโท ร้อยละ 26.8 ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 14.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 7.9 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 1.8 และปริญญาเอก ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	12	4.3
ข้าราชการ	57	20.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	4.6
พนักงานบริษัทเอกชน	59	21.1
เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	114	40.7
อื่นๆ	25	8.9
รวม	280	100.0

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ สถาปนิก แม่บ้าน รับจ้าง นักกอล์ฟมืออาชีพ ตัวแทนประกันชีวิต โปркอล์ฟ

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 21.1 ข้าราชการ ร้อยละ 20.4 อาชีพอื่นๆ ร้อยละ 8.9 และนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	30	10.7
10,001-20,000 บาท	67	23.9
20,001-30,000 บาท	61	21.8
30,001-40,000 บาท	49	17.6
40,001-50,000 บาท	18	6.4
มากกว่า 50,000 บาท	55	19.6
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 23.9 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 21.8 และมากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 19.6 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 17.6 ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 10.7 และ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 6.4

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน

เป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เป็น	151	53.9
ไม่เป็น	129	46.1
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน ร้อยละ 53.9 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน ร้อยละ 46.1

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน

จำนวนสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1 แห่ง	77	51.0
2 แห่ง	48	31.8
3 แห่ง	22	14.6
4 แห่ง	4	2.6
รวม	151	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสนามกอล์ฟที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน 1 แห่ง ร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ 2 แห่ง ร้อยละ 31.8 3 แห่ง ร้อยละ 14.6 และ 4 แห่ง ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสนามกอล์ฟในจังหวัด เชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคานา	35	23.2
สนามกอล์ฟลานนา	92	60.9
สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์	73	48.3
สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ	34	22.5
สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)	0	0.0
สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต (ร่มหลวง)	6	4.0
สนามกอล์ฟแซนด์คริก	5	3.3
สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ	17	11.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 151 รายที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สนามกอล์ฟที่เป็นสมาชิกในปัจจุบันมากที่สุด คือ สนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 60.9 รองลงมาคือ สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ ร้อยละ 48.3 สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคานา ร้อยละ 23.2 สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ ร้อยละ 22.5 สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต (ร่มหลวง) ร้อยละ 11.3 สนามกอล์ฟรอยัล เชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต (ร่มหลวง) ร้อยละ 4.0 และ สนามกอล์ฟแซนด์คริก ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเล่นกอล์ฟมาแล้ว

ระยะเวลาเล่นกอล์ฟมาแล้ว	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	17	6.0
1 - 3 ปี	59	21.1
4 - 6 ปี	57	20.4
6 - 8 ปี	27	9.6
8 -10 ปี	40	14.3
10 ปีขึ้นไป	80	28.6
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาเล่นกอล์ฟมาแล้ว 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ 1-3 ปี ร้อยละ 21.1 4-6 ปี ร้อยละ 20.4 8-10 ปี ร้อยละ 14.3 6-8 ปี ร้อยละ 9.6 และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแต้มต่อ (Handicap)

แต้มต่อ (Handicap)	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 24	40	14.3
19 -24	73	26.1
10 - 18	85	30.4
0 - 9	63	22.5
โปรฯ กอล์ฟ (Professional)	17	6.0
อื่นๆ	2	0.7
รวม	280	100.0

หมายเหตุ : อื่นได้แก่ ไม่นั่นอน

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด แต้มต่อ (Handicap) ในการเล่นกอล์ฟ คือ 10-18 ร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ 19-24 ร้อยละ 26.1 0-9 ร้อยละ 22.5 มากกว่า 24 ร้อยละ 14.3 โปรฯ กอล์ฟ (Professional) ร้อยละ 6.0 และอื่นๆ ร้อยละ 0.7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคานา	131	46.8
สนามกอล์ฟลานนา	243	86.8
สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์	207	73.9
สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ	177	63.2
สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)	94	33.6
สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท (ร่มหลวง)	143	51.1
สนามกอล์ฟแซนด์คริก	61	21.8
สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ	124	44.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ คือ สนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 86.8 รองลงมาคือ สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ ร้อยละ 73.9 สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ ร้อยละ 63.2 สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท (ร่มหลวง) ร้อยละ 51.1 สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคานา ร้อยละ 46.8 สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ ร้อยละ 44.3 สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์) ร้อยละ 33.6 และ สนามกอล์ฟแซนด์คริก ร้อยละ 21.8

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ

เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นกีฬาที่ท่านชื่นชอบ	179	63.9
เพื่อออกกำลังกาย	213	76.1
เพื่อพักผ่อน งานอดิเรก	136	48.6
เพื่อสังคม	118	42.1
เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ	44	15.7
เล่นตามเพื่อน	48	17.1
เป็นกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยม	25	8.9
เพื่อเล่นเป็นอาชีพ	30	10.7
มาท่องเที่ยวและถือโอกาสเล่นกอล์ฟ	12	4.3
ทัวร์กอล์ฟกับคณะ	7	2.5
อื่น ๆ	1	0.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

อื่นๆ ได้แก่ พ่อให้มาเล่น

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ คือ เพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 76.1 รองลงมาคือ เป็นกีฬาที่ท่านชื่นชอบ ร้อยละ 63.9 เพื่อพักผ่อน งานอดิเรก ร้อยละ 48.6 เล่นตามเพื่อน ร้อยละ 17.1 เพื่อเล่นเป็นอาชีพ ร้อยละ 10.7 เป็นกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยม ร้อยละ 8.9 มาท่องเที่ยวและถือโอกาสเล่นกอล์ฟ ร้อยละ 4.3 ทัวร์กอล์ฟกับคณะ ร้อยละ 2.5 และอื่นๆ ร้อยละ 0.4

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการ

แหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนสนิท	210	75.0
เพื่อนร่วมงาน	126	45.0
บุคคลในครอบครัว	61	21.8
อินเทอร์เน็ต	15	5.4
วิทยุ	4	1.4
โทรทัศน์	28	10.0
หนังสือพิมพ์	38	13.6
นิตยสาร	78	27.9
แผ่นพับ ใบปลิว	38	13.6
ป้ายโฆษณา	50	17.9
จากลูกค้า/ วงการธุรกิจของท่าน	36	12.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ จากเพื่อนสนิท ร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 45.0 นิตยสาร ร้อยละ 27.9 บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 21.8 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 17.9 หนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ ใบปลิว เท่ากัน ร้อยละ 13.6 จากลูกค้า/วงการธุรกิจของท่าน ร้อยละ 12.9 โทรทัศน์ ร้อยละ 10.0 และวิทยุ ร้อยละ 1.4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	201	71.8
เพื่อน	200	71.4
ผู้บังคับบัญชา	15	5.4
ผู้ใต้บังคับบัญชา	3	1.1
บุคคลในครอบครัว	47	16.8
ลูกค้า / หุ่นส่วนธุรกิจ	36	12.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการใช้บริการสนามกอล์ฟ ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด คือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง ร้อยละ 71.8 รองลงมา คือ เพื่อน ร้อยละ 71.4 บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 16.8 ลูกค้า/หุ่นส่วนธุรกิจ ร้อยละ 12.9 ผู้ใต้บังคับบัญชา ร้อยละ 1.1

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเพื่อนร่วมกลุ่ม
ออกรอบเล่นกอล์ฟด้วยกัน

จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบเล่นกอล์ฟด้วยกัน	จำนวน	ร้อยละ
เล่นคนเดียว	10	3.6
2 - 3 คน	44	15.7
4 - 6 คน	174	62.1
7 - 8 คน	19	6.8
มากกว่า 8 คน	33	11.8
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบ
เล่นกอล์ฟด้วยกัน คือ 4-6 คน ร้อยละ 62.1 รองลงมาคือ 2-3 คน ร้อยละ 15.7 มากกว่า 8 คน
ร้อยละ 11.8 7-8 คน ร้อยละ 6.8 และ เล่นคนเดียว ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	22	7.9
วันอังคาร	29	10.4
วันพุธ	45	16.1
วันพฤหัสบดี	25	8.9
วันศุกร์	39	13.9
วันเสาร์	146	52.1
วันอาทิตย์	146	52.1
ทุกวัน	41	14.6
อื่นๆ	25	8.9

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่น่านอนแล้วแต่วันว่าง (22) วันหยุดนักขัตฤกษ์ (4)

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ เท่ากัน ร้อยละ 52.1 รองลงมาคือ วันพุธ ร้อยละ 16.1 ทุกวัน ร้อยละ 14.6 วันอังคาร ร้อยละ 10.4 วันพฤหัสบดี และอื่นๆ เท่ากัน ร้อยละ 8.9 วันจันทร์ ร้อยละ 7.9

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
06.00 - 08.00 น.	31	11.1
08.01 - 10.00 น.	57	20.4
10.01 - 12.00 น.	48	17.1
12.01 - 14.00 น.	68	24.3
14.01 - 16.00 น.	27	9.6
16.01 - 18.00 น.	34	12.1
อื่นๆ	15	5.4
รวม	280	100.0

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ 14.00-18.00 น. (2 ราย) 18.00-20.00 น. (3 ราย) 18.00-21.00 น. (4 ราย)

12.00-17.00 น. (1 ราย) 12.00-20.00 น. (2 ราย) 12.00 – 21.00 น. (1 ราย) 15.00-21.00 น. (1 ราย)
ตามสะดวก (1 ราย)

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ 12.01 - 14.00 น. ร้อยละ 24.3 รองลงมาคือ 08.01 - 10.00 น. ร้อยละ 20.4 10.01 - 12.00 น. ร้อยละ 17.1 เวลา 16.01-18.00 น. ร้อยละ 12.1 เวลา 06.00-08.00 น. ร้อยละ 11.1 และอื่นๆ ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ

เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ชั่วโมง	14	5.0
3 - 4 ชั่วโมง	82	29.3
4 - 5 ชั่วโมง	110	39.3
มากกว่า 5 ชั่วโมง	74	26.4
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ คือ 4-5 ชั่วโมง ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 29.3 และ มากกว่า 5 ชั่วโมง ร้อยละ 26.4 และ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง/เดือน	48	17.1
3 - 4 ครั้ง/เดือน	81	28.9
5 - 6 ครั้ง/เดือน	24	8.6
7 - 8 ครั้ง / เดือน	19	6.8
9 - 10 ครั้ง / เดือน	22	7.9
11 - 12 ครั้ง / เดือน	6	2.1
13 - 14 ครั้ง / เดือน	9	3.2
15 ครั้งขึ้นไป	34	12.1
นานๆ ครั้ง	26	9.3
ทุกวัน	9	3.2
อื่นๆ	2	.7
รวม	280	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ไม่นำมาคิด

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน คือ 3 - 4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 28.9 รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 17.1 15 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 12.1 นานๆ ครั้ง ร้อยละ 9.3 5- 6 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 8.6 9 – 10 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 7.9 7-8 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 6.8 13-14 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 3.2 ทุกวัน ร้อยละ 3.2 11-12 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 2.1 อื่น ๆ ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ

เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	127	45.4
สภาพสนามมีความสมบูรณ์	140	50.0
สนามมีความท้าทาย เล่นสนุก	115	41.1
ค่ากรีนฟี แคดดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป	187	66.8
ราคาค่าอาหาร เครื่องดื่ม ไม่แพง	76	27.1
สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทางและประหยัดเวลา	204	72.9
มีการจัดรายการลดค่าบริการในบางโอกาส	67	23.9
มีการชักชวนด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ	22	7.9
พนักงาน/แคดดี้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่และให้บริการที่ดี	64	22.9
อาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมทั่วไปของสนาม สะอาด สวยงาม มีบรรยากาศ	78	27.9
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	68	24.3
มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย	93	33.2
การรับ - ส่งถุงกอล์ฟ และการรับชำระเงินค่าบริการต่างๆ ถูกต้อง รวดเร็ว	52	18.6
การจัดลำดับกลุ่มเพื่อออกรอบและระหว่างออกรอบมีความคล่องตัวดี	58	20.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ คือ สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทางและประหยัดเวลา ร้อยละ 72.9 รองลงมาคือ ค่ากรีนฟี แคดดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป ร้อยละ 66.8 สภาพสนามมีความสมบูรณ์ ร้อยละ 50.0 เป็นสมาชิก ร้อยละ 45.4 สนามมีความท้าทาย เล่นสนุก ร้อยละ 41.1 มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย ร้อยละ 33.2 อาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมทั่วไปของสนาม สะอาด สวยงาม มีบรรยากาศ ร้อยละ 27.9 ราคาค่าอาหาร เครื่องดื่ม ไม่แพง ร้อยละ 27.1 ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ร้อยละ 24.3 มีการจัดรายการลดค่าบริการในบางโอกาส ร้อยละ 23.9 พนักงาน/แคดดี้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่และให้บริการที่ดี ร้อยละ 22.9 การจัดลำดับกลุ่มเพื่อออกรอบและระหว่างออกรอบมีความคล่องตัวดี ร้อยละ 20.7 การรับ - ส่งถุงกอล์ฟ และการรับชำระเงินค่าบริการต่างๆ ถูกต้อง รวดเร็ว ร้อยละ 18.6 มีการชักชวนด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ร้อยละ 7.9

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	35	12.5
501 - 1,000 บาท	153	54.6
1,001 - 1,500 บาท	47	16.8
1,501 - 2,000 บาท	34	12.1
มากกว่า 2,000 บาท	11	3.9
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ คือ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 54.6 รองลงมาคือ 1,001 - 1,500 บาท ร้อยละ 16.8 และ น้อยกว่า 500 บาท ร้อยละ 12.5 มากกว่า 2,000 บาท ร้อยละ 3.9

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้

บริการที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
การออกรอบ	262	93.6
พนักงานแคดดี้	243	86.8
เช่ารถกอล์ฟ	113	40.4
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม	176	62.9
สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	152	54.3
สถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	36	12.9
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ	46	16.4
เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ	7	2.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดที่ใช้บริการ คือ การออกรอบ ร้อยละ 93.6 รองลงมาคือ พนักงานแคดดี้ ร้อยละ 86.8 ร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้อยละ 62.9 สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ร้อยละ 54.3 ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ ร้อยละ 16.4 สถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club) ร้อยละ 12.9 และเช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ ร้อยละ 2.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟใน
จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รูปแบบและการออกแบบ ทิวทัศน์ในสนาม	65 (23.2)	145 (51.8)	41 (14.6)	13 (4.6)	16 (5.7)	3.82 (มาก)	3
แท่นตั้งตี (ทีออฟ)	33 (11.8)	148 (52.9)	64 (22.9)	16 (5.7)	19 (6.8)	3.57 (มาก)	7
สภาพแฟร์เวย์	52 (18.6)	185 (66.1)	26 (9.3)	9 (3.2)	8 (2.9)	3.94 (มาก)	2
สภาพกรีน	72 (25.7)	168 (60.0)	26 (9.3)	6 (2.1)	8 (2.9)	4.04 (มาก)	1
ความท้าทาย ความยาก- ง่ายของสนาม	38 (13.6)	158 (56.4)	60 (21.4)	11 (3.9)	13 (4.6)	3.70 (มาก)	5
ขนาดของสนาม (จำนวน หลุม)	44 (15.7)	147 (52.5)	61 (21.8)	11 (3.9)	17 (6.1)	3.68 (มาก)	6
มีร้านอาหารให้บริการ	25 (8.9)	96 (34.3)	109 (38.9)	27 (9.6)	23 (8.2)	3.26 (น้อย)	9
มีบริการครบวงจร	21 (7.5)	85 (30.4)	106 (37.9)	31 (11.1)	37 (13.2)	3.08 (น้อย)	10
มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ กอล์ฟ (Pro Shop)	14 (5.0)	69 (24.6)	92 (32.9)	54 (19.3)	51 (18.2)	2.79 (น้อย)	11
บริการให้เช่าอุปกรณ์ใน การเล่นกอล์ฟ	7 (2.5)	60 (21.4)	79 (28.2)	50 (17.9)	84 (30.0)	2.49 (น้อยที่ สุด)	13
มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	29 (10.4)	111 (39.6)	76 (27.1)	36 (12.9)	28 (10.0)	3.28 (น้อย)	8
มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	20 (7.1)	68 (24.3)	86 (30.7)	41 (14.6)	65 (23.2)	2.78 (น้อย)	12

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มาตรฐานของสนาม	66 (23.6)	141 (50.4)	42 (15.0)	17 (6.1)	14 (5.0)	3.81 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.40 (น้อย)	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.40) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ สภาพกรีน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา สภาพแฟร์เวย์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.82) มาตรฐานของสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความท้าทายของสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.70) ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม) (ค่าเฉลี่ย 3.68) แแท่นตั้งตี (ทีออฟ) (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือ มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range) (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีร้านอาหารให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีบริการครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.08) มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop) (ค่าเฉลี่ย 2.79) และมีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club) (ค่าเฉลี่ย 2.78) สำหรับปัจจัยย่อยด้านการให้เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาค่าสมาชิกสนาม	93 (33.2)	112 (40.0)	52 (18.6)	10 (3.6)	13 (4.6)	3.94 (มาก)	2
ราคาค่าสนาม	101 (36.1)	134 (47.9)	34 (12.1)	2 (0.7)	9 (3.2)	4.13 (มาก)	1
ราคาค่าบริการแคคตัส	67 (23.9)	134 (47.9)	56 (20.0)	11 (3.9)	12 (4.3)	3.83 (มาก)	4
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ	45 (16.1)	91 (32.5)	87 (31.1)	14 (5.0)	43 (15.4)	3.29 (น้อย)	6
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	32 (11.4)	105 (37.5)	92 (32.9)	21 (7.5)	30 (10.7)	3.31 (น้อย)	5
ราคารวม ในการออกรอบ	69 (24.6)	146 (52.1)	46 (16.4)	5 (1.8)	14 (5.0)	3.90 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.73 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือราคาค่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ราคาค่าสมาชิกสนาม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคารวม ในการออกรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาค่าแคคตัส (ค่าเฉลี่ย 3.83) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.31) ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อยู่ใกล้ตัวเมือง	96 (34.3)	120 (42.9)	45 (16.1)	12 (4.3)	7 (2.5)	4.02 (มาก)	2
อยู่ใกล้ที่พัก	85 (30.4)	132 (47.1)	49 (17.5)	6 (2.1)	8 (2.9)	4.00 (มาก)	3
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	63 (22.5)	116 (41.4)	71 (25.4)	12 (4.3)	18 (6.4)	3.69 (มาก)	5
การคมนาคมสะดวก	88 (31.4)	139 (49.6)	36 (12.9)	13 (4.6)	4 (1.4)	4.05 (มาก)	1
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบาย	84 (30.0)	128 (45.7)	47 (16.8)	12 (4.3)	9 (3.2)	3.95 (มาก)	4
เวลาปิดเปิดสนามให้ บริการ	47 (16.8)	115 (41.1)	78 (27.9)	12 (4.3)	28 (10.0)	3.50 (มาก)	7
สามารถติดต่อจองสนาม ทางโทรศัพท์ที่ได้	55 (19.6)	127 (45.4)	60 (21.4)	10 (3.6)	28 (10.0)	3.61 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา อยู่ใกล้ตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 4.02) อยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) อยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.69) สามารถติดต่อจองสนามทางโทรศัพท์ที่ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และเวลาปิดเปิดสนามให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการจัดการแข่งขัน ประจำปีของสนาม	29 (10.4)	87 (31.1)	101 (36.1)	23 (8.2)	40 (14.3)	3.15 (น้อย)	7
มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อ ลดราคาเช่น วัน Sport Day	54 (19.3)	100 (35.7)	84 (30.0)	23 (8.2)	19 (6.8)	3.53 (มาก)	1
มีการลดราคาให้ในกรณี แข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่ม เล็ก กลุ่มใหญ่	46 (16.4)	103 (36.8)	92 (32.9)	18 (6.4)	21 (7.5)	3.48 (น้อย)	2
มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้า ทำ Hole in one ได้ใน หลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมี การแข่งขันหรือไม่)	35 (12.5)	94 (33.6)	84 (30.0)	17 (6.1)	50 (17.9)	3.17 (น้อย)	6
มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และ นักกอล์ฟทั่วไปในเรื่อง ต่างๆ	35 (12.5)	111 (39.6)	92 (32.9)	11 (3.9)	31 (11.1)	3.39 (น้อย)	3
การโฆษณา	23 (8.2)	84 (30.0)	131 (46.8)	24 (8.6)	18 (6.4)	3.25 (น้อย)	5
การประชาสัมพันธ์	21 (7.5)	87 (31.1)	137 (48.9)	20 (7.1)	15 (5.4)	3.28 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32 (น้อย)	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริม
การตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัย
ย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีการกำหนดวัน
พิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 3.53) สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับน้อย คือ มีการลดราคาในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.48) มี
การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกและนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.39) การโฆษณา
(ค่าเฉลี่ย 3.25) การประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และมีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม
(ค่าเฉลี่ย 3.15)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงาน สนามมีมากพอ	40 (14.3)	162 (57.9)	48 (17.1)	5 (1.8)	25 (8.9)	3.67 (มาก)	5
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ ในหน้าที่ดี	62 (22.1)	149 (53.2)	44 (15.7)	10 (3.6)	15 (5.4)	3.83 (มาก)	4
เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ ดูแลให้คำแนะนำ และ บริการที่ดี	69 (24.6)	145 (51.8)	42 (15.0)	12 (4.3)	12 (4.3)	3.88 (มาก)	3
การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี	94 (33.6)	150 (53.6)	16 (5.7)	8 (2.9)	12 (4.3)	4.09 (มาก)	1
พนักงานให้บริการอย่าง เสมอภาค	82 (29.3)	148 (52.9)	30 (10.7)	9 (3.2)	11 (3.9)	4.00 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90 (มาก)	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากร โดย
รวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี
(ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.00) เจ้าหน้าที่/พนักงานเอา
ใจใส่ดูแลให้คำแนะนำ และบริการที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ดี
(ค่าเฉลี่ย 3.83) จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีมากพอ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะดวก สบายงามทั่วไป ไปในบริเวณ สนามกอล์ฟ	87 (31.1)	145 (51.8)	33 (11.8)	8 (2.9)	7 (2.5)	4.06 (มาก)	2
ความสะดวกของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว	92 (32.9)	143 (51.1)	29 (10.4)	9 (3.2)	7 (2.5)	4.09 (มาก)	1
คลับเฮาส์ มีความหรูหรา กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก	45 (16.1)	145 (51.8)	61 (21.8)	7 (2.5)	22 (7.9)	3.66 (มาก)	6
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของสนามกอล์ฟ	57 (20.4)	149 (53.2)	36 (12.9)	14 (5.0)	24 (8.6)	3.72 (มาก)	4
มีที่จอดรถกว้างขวาง ร่มเย็น	77 (27.5)	148 (52.9)	40 (14.3)	4 (1.4)	11 (3.9)	3.99 (มาก)	3
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกาย ของพนักงานและแคดดี้ สะอาดเรียบร้อย	45 (16.1)	145 (51.8)	66 (23.6)	9 (3.2)	15 (5.4)	3.70 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการสร้างและ
นำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และในรายละเอียด
ของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความ
สะดวกของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความสะดวก สบายงามทั่วไป
ในบริเวณ สนามกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีที่จอดรถกว้างขวาง ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.99) ชื่อเสียงและความ
น่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและแคดดี้ สะอาด
เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.70) คลับเฮาส์ มีความหรูหรา กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย
3.66)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การจัดแคตตี้เพื่อบริการ รับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว	87 (31.1)	152 (54.3)	31 (11.1)	3 (1.1)	7 (2.5)	4.10 (มาก)	2
ค่าสนาม ค่าพนักงาน และค่าบริการอื่นๆ ถูก ต้อง	78 (27.9)	146 (52.1)	47 (16.8)	3 (1.1)	6 (2.1)	4.03 (มาก)	4
การจัดกลุ่ม ออกรอบตาม คิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียม กัน	89 (31.8)	158 (56.4)	20 (7.1)	6 (2.1)	7 (2.5)	4.13 (มาก)	1
ดูแล จัดการ การเล่น กอล์ฟในสนามของแต่ละ กลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัด กลุ่มอื่นๆ	78 (27.9)	159 (56.8)	29 (10.4)	5 (1.8)	9 (3.2)	4.04 (มาก)	3
ลดสิ่งรบกวนอื่นๆ ใน ขณะเล่นกอล์ฟ ให้เหลือ น้อยที่สุด เช่น การตัด หญ้า ในเวลาเปิดการให้ บริการ	74 (26.4)	148 (52.9)	44 (15.7)	7 (2.5)	7 (2.5)	3.98 (มาก)	5
มีการแก้ไขปัญหาที่เกิด ขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว	71 (25.4)	152 (54.3)	36 (12.9)	12 (4.3)	9 (3.2)	3.94 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						4.04 (มาก)	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การจัดกลุ่ม ออกกรอบ ตามคิวย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา การจัดแคคเคดีเพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟ ถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.10) ดูแล จัดการ การเล่นเกมกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ค่าสนาม ค่าพนักงาน และค่าบริการอื่นๆ ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.03) ลดสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นเกมกอล์ฟให้เหลือน้อยที่สุด เช่น การตัดหญ้า ในเวลาเปิดการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคมพบในการใช้บริการจากสนามกอล์ฟ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รูปแบบ และการออกแบบ ทิวทัศน์ในสนาม ไม้ดี	30 (10.7)	114 (40.7)	89 (31.8)	19 (6.8)	28 (10.0)	3.35 (น้อย)	4
สภาพแท่นตั้งตีไม้ดี	25 (8.9)	130 (46.4)	75 (26.8)	23 (8.2)	27 (9.6)	3.37 (น้อย)	3
สภาพแฟร์เวย์ไม้ดี	48 (17.1)	129 (46.1)	63 (22.5)	18 (6.4)	22 (7.99)	3.58 (มาก)	2
สภาพกรีนไม้ดี	70 (25.0)	108 (38.6)	58 (20.7)	24 (8.6)	20 (7.1)	3.66 (มาก)	1
สนามไม่มีความท้าทาย	25 (8.9)	96 (34.3)	105 (37.5)	23 (8.2)	31 (11.1)	3.22 (น้อย)	6
จำนวนหลุมไม้ดี มาตรฐาน	37 (13.2)	89 (31.8)	98 (35.0)	21 (7.5)	35 (12.5)	3.26 (น้อย)	5
ไม่มีร้านอาหาร ให้บริการ	20 (7.1)	76 (27.1)	107 (38.2)	26 (9.3)	51 (18.2)	2.96 (น้อย)	8
บริการมีไม่ครบวงจร	13 (4.6)	63 (22.5)	102 (36.4)	34 (12.1)	68 (24.3)	2.71 (น้อย)	9
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop) มีน้อย /ไม่มี	7 (2.5)	38 (13.6)	103 (36.8)	57 (20.4)	75 (26.8)	2.45 (น้อยที่สุด)	11
ไม่มีบริการให้เช่าอุปกรณ์ ในการเล่น กอล์ฟ	5 (1.8)	34 (12.1)	96 (34.3)	46 (16.4)	99 (35.4)	2.29 (น้อยที่สุด)	13
ไม่มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	13 (4.6)	64 (22.9)	96 (34.3)	38 (13.6)	69 (24.6)	2.69 (น้อย)	10
ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	11 (3.9)	36 (12.9)	103 (36.8)	46 (16.4)	84 (30.0)	2.44 (น้อยที่สุด)	12

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

(ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สนามไม่มีมาตรฐาน	41 (14.6)	93 (33.2)	77 (27.5)	23 (8.2)	46 (16.4)	3.21 (น้อย)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.01 (น้อย)	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.01) และในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา
ที่มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ สภาพกรีนไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา สภาพแฟร์
เวย์ไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.58) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือ สภาพแท่น
ตั้งตีไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.37) รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนามไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.35) จำนวน
หลุมไม่ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.26) สนามไม่มีความท้าทาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) สนามไม่มีมาตรฐาน
(ค่าเฉลี่ย 3.21) ไม่มีร้านอาหารให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.96) บริการมีไม่ครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 2.71)
ไม่สนามฝึกซ้อม (Driving Range) (ค่าเฉลี่ย 2.69) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่
สุด คือ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop) มีน้อย / ไม่มี (ค่าเฉลี่ย 2.45) ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย
(Sport Club) (ค่าเฉลี่ย 2.44) ไม่มีบริการให้เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 2.29)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านราคา

ด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาค่าสมาชิกสนามแพ่ง	76 (27.1)	101 (36.1)	53 (18.9)	17 (6.1)	33 (11.8)	3.61 (มาก)	3
ราคาค่าสนามแพ่ง	72 (25.7)	123 (43.9)	52 (18.6)	14 (5.0)	19 (6.8)	3.77 (มาก)	1
ราคาค่าบริการแคคตัสแพ่ง	59 (21.1)	111 (39.6)	62 (22.1)	22 (7.9)	26 (9.3)	3.55 (มาก)	4
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟแพ่ง	49 (17.5)	87 (31.1)	83 (29.6)	26 (9.3)	35 (12.5)	3.32 (น้อย)	6
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม แพ่ง	41 (14.6)	101 (36.1)	84 (30.0)	19 (6.8)	35 (12.5)	3.34 (น้อย)	5
ราคารวม ในการออกรอบ แพ่ง	71 (25.4)	118 (42.1)	58 (20.7)	10 (3.6)	23 (8.2)	3.73 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.55 (มาก)	

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) และในแต่ละปีจึงจะย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาค่าสนามแพ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.77) ราคารวม ในการออกรอบแพ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.73) ราคาค่าสมาชิกสนามแพ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.61)และ ราคาค่าบริการแคคตัสแพ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่มแพ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.34) และ ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟแพ่ง (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

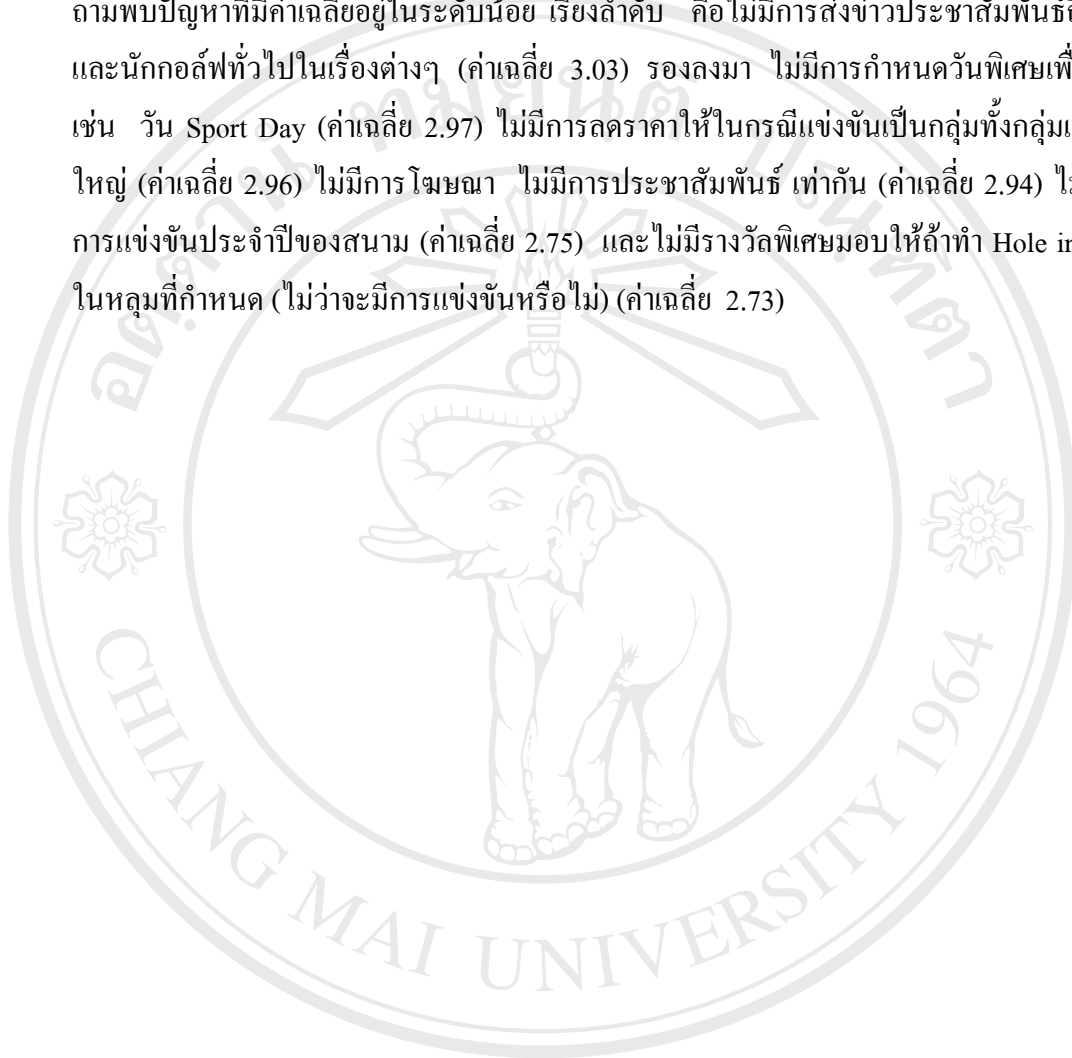
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อยู่ไกลตัวเมือง	43 (15.4)	102 (36.4)	81 (28.9)	17 (6.1)	37 (13.2)	3.35 (น้อย)	2
อยู่ไกลที่พัก	36 (12.9)	103 (36.8)	82 (29.3)	26 (9.3)	33 (11.8)	3.30 (น้อย)	3
อยู่ไกลที่ทำงาน	30 (10.7)	90 (32.1)	91 (32.5)	24 (8.6)	45 (16.1)	3.13 (น้อย)	5
การคมนาคมไม่สะดวก	47 (16.8)	108 (38.6)	65 (23.2)	20 (7.1)	40 (14.3)	3.36 (น้อย)	1
ที่จอดรถไม่สะดวกสบาย	35 (12.5)	99 (35.4)	79 (28.2)	27 (9.6)	40 (14.3)	3.22 (น้อย)	4
เวลาปิด เปิดให้บริการไม่ สะดวก	27 (9.6)	95 (33.9)	90 (32.1)	22 (7.9)	46 (16.4)	3.13 (น้อย)	5
ไม่สามารถติดต่อของสนาม ทางโทรศัพท์	35 (12.5)	101 (36.1)	61 (21.8)	24 (8.6)	59 (21.1)	3.10 (น้อย)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.23 (น้อย)	

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23) และในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือ การคมนาคมไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมา อยู่ไกลตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.35) อยู่ไกลที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.30) ที่จอดรถไม่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) อยู่ไกลที่ทำงาน เวลาปิด เปิดให้บริการไม่สะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) และไม่สามารถติดต่อของสนามทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการจัดการแข่งขัน ประจำปีของสนาม	17 (6.1)	61 (21.8)	103 (36.8)	32 (11.4)	67 (23.9)	2.75 (น้อย)	5
ไม่มีการกำหนดวันพิเศษ เพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	27 (9.6)	73 (26.1)	98 (35.0)	28 (10.0)	54 (19.3)	2.97 (น้อย)	2
ไม่มีการลดราคาให้ใน กรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้ง กลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่	26 (9.3)	79 (28.2)	90 (32.1)	27 (9.6)	58 (20.7)	2.96 (น้อย)	3
ไม่มีรางวัลพิเศษมอบให้ ถ้าทำ Hole in one ได้ใน หลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมี การแข่งขันหรือไม่)	18 (6.4)	49 (17.5)	116 (41.4)	32 (11.4)	65 (23.2)	2.73 (น้อย)	6
ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ถึงสมาชิก และ นักกอล์ฟทั่วไปในเรื่อง ต่างๆ	23 (8.2)	73 (26.1)	118 (42.1)	21 (7.5)	45 (16.1)	3.03 (น้อย)	1
ไม่มีการโฆษณา	17 (6.1)	62 (22.1)	135 (48.2)	19 (6.8)	47 (16.8)	2.94 (น้อย)	4
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	20 (7.1)	61 (21.8)	129 (46.1)	21 (7.5)	49 (17.5)	2.94 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						2.90 (น้อย)	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.90) และในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เรียงลำดับ คือไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.03) รองลงมา ไม่มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคา เช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 2.97) ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 2.96) ไม่มีการโฆษณา ไม่มีการประชาสัมพันธ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.94) ไม่มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม (ค่าเฉลี่ย 2.75) และไม่มีการวางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่) (ค่าเฉลี่ย 2.73)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงาน สนามมีไม่พอ	48 (17.1)	119 (42.5)	57 (20.4)	25 (8.9)	31 (11.1)	3.46 (น้อย)	5
พนักงานขาดความรู้ความ เข้าใจในหน้าที่	69 (24.6)	99 (35.4)	57 (20.4)	26 (9.3)	29 (10.4)	3.55 (มาก)	4
เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่เอา ใจใส่ดูแลไม่ห้คำแนะนำ และบริการไม่ดี	73 (26.1)	96 (34.3)	62 (22.1)	19 (6.8)	30 (10.7)	3.58 (มาก)	3
พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มารยาทไม่ดี	94 (33.6)	80 (28.6)	62 (22.1)	21 (7.5)	23 (8.2)	3.72 (มาก)	1
พนักงานให้บริการไม่ เสมอภาค	75 (26.8)	92 (32.9)	68 (24.3)	19 (6.8)	26 (9.3)	3.61 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.58 (มาก)	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดย
รวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) และในแต่ละปีจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มารยาทไม่ดี
(ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา พนักงานให้บริการไม่เสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.61) เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่เอา
ใจใส่ดูแลไม่ห้คำแนะนำ และบริการไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.58) และพนักงานขาดความรู้ความเข้าใจใน
หน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.55) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงาน
สนามมีไม่พอ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม	55 (19.6)	91 (32.5)	81 (28.9)	24 (8.6)	29 (10.4)	3.43 (น้อย)	2
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด	62 (22.1)	96 (34.3)	71 (25.4)	22 (7.9)	29 (10.4)	3.50 (มาก)	1
คลับเฮาส์ไม่มีความ หรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวก มีความไม่ครบ	30 (10.7)	84 (30.0)	104 (37.1)	20 (7.1)	42 (15.0)	3.14 (น้อย)	4
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้ บริการมีไม่ ครบครัน	27 (9.7)	84 (30.0)	93 (33.2)	32 (11.4)	44 (15.7)	3.14 (น้อย)	5
ที่จอดรถน้อย ไม่มีที่ บังแดด	36 (12.9)	103 (36.8)	85 (30.4)	19 (6.8)	37 (13.2)	3.29 (น้อย)	3
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกาย ของพนักงานและ แคดดี้ ไม่สะอาด	23 (8.2)	87 (31.1)	100 (35.7)	31 (11.1)	39 (13.9)	3.09 (น้อย)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.26 (น้อย)	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ
ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) และในแต่ละปัจจัยย่อย
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้อง
แต่งตัว สกปรกไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือสถานที่
ที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.43) ที่จอดรถน้อย ไม่มีที่บังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.29) คลับเฮาส์ไม่
มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกมีความไม่ครบ ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้บริการมีไม่ ครบครัน
(ค่าเฉลี่ย 3.14) ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและ แคดดี้ ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การจัดแคตตี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูกต้อง และล่าช้า	54 (19.3)	117 (41.8)	67 (23.9)	17 (6.1)	25 (8.9)	3.56 (มาก)	3
การจำหน่ายกรีนฟี แคตตี้และค่าบริการ อื่นๆ ไม่ถูกต้อง และล่าช้า	43 (15.4)	122 (43.6)	70 (25.0)	23 (8.2)	22 (7.9)	3.50 (มาก)	4
การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียม กัน	64 (22.9)	115 (41.1)	64 (22.9)	17 (6.1)	20 (7.1)	3.66 (มาก)	1
ดูแล จัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มไม่สะดวก ดัดขัดกลุ่มอื่นๆ	57 (20.4)	115 (41.1)	67 (23.9)	18 (6.4)	23 (8.2)	3.59 (มาก)	2
มีสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นกอล์ฟ	46 (16.4)	104 (37.1)	79 (28.2)	23 (8.2)	28 (10.0)	3.42 (น้อย)	5
การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมีความล่าช้า	33 (11.8)	116 (41.4)	79 (28.2)	21 (7.5)	31 (11.1)	3.35 (น้อย)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.52 (มาก)	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) และในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียม กัน (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา ดูแล จัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่มไม่สะดวก ดัดขัดกลุ่มอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.59) การจัดแคตตี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูกต้อง และล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) การจำหน่ายกรีนฟี แคตตี้และค่าบริการ อื่นๆ ไม่ถูกต้อง และล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือมีสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 3.42) การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมีความล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตาม เพศ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการในปัจจุบัน และจำแนกตามเพศ

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการในปัจจุบัน	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนามกอล์ฟเชียงใหม่ฮิมคานา	106	45.9	25	51.0	131	46.8
สนามกอล์ฟลานนา	38	16.5	38	77.6	243	86.8
สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์	175	75.8	32	65.3	207	73.9
สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ	160	69.3	17	34.7	177	63.2
สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)	87	37.7	7	14.3	94	33.6
สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท (ร่วมหลวง)	127	55.0	16	32.7	143	51.1
สนามกอล์ฟแซนด์กริก	54	23.4	7	14.3	61	21.8
สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ	105	45.5	19	38.8	124	44.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 280 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย สนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ ร้อยละ 75.8 ส่วนเพศหญิงสนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 77.6

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ และจำแนกตามเพศ

เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นกีฬาที่ท่านชื่นชอบ	152	65.8	27	55.1	179	63.9
เพื่อออกกำลังกาย	179	77.5	34	69.4	213	76.1
เพื่อพักผ่อน งานอดิเรก	110	47.6	26	53.1	136	48.6
เพื่อสังคม	98	42.4	20	40.8	118	42.1
เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ	35	15.2	9	18.4	44	15.7
เล่นตามเพื่อน	40	17.3	8	16.3	48	17.1
เป็นกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยม	21	9.1	4	8.2	25	8.9
เพื่อเล่นเป็นอาชีพ	26	11.3	4	8.2	30	10.7
มาท่องเที่ยวและถือโอกาสเล่นกอล์ฟ	12	5.2	12	24.5	12	4.3
ทัวร์กอล์ฟกับคณะ	5	2.2	2	4.1	7	2.5
อื่นๆ	1	0.4	1	2.0	1	0.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ อื่นได้แก่ พ่อให้มาเล่น

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีเหตุผลในการเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ เพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 77.5 และ 69.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการ และจำแนกตามเพศ

การทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟ ที่ไปใช้บริการ	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนสนิท	175	75.8	35	71.4	210	75.0
เพื่อนร่วมงาน	102	44.2	24	49.0	126	45.0
บุคคลในครอบครัว	39	16.9	22	44.9	61	21.8
อินเตอร์เน็ต	11	4.8	4	8.2	15	5.4
วิทยุ	4	1.7	0	0.0	4	1.4
โทรทัศน์	26	11.3	2	4.1	28	10.0
หนังสือพิมพ์	34	14.7	4	8.2	38	13.6
นิตยสาร	72	31.2	6	12.2	78	27.9
แผ่นพับ ใบปลิว	36	15.6	2	4.1	38	13.6
ป้ายโฆษณา	48	20.8	2	4.1	50	17.9
จากคู่ค้า / วงการธุรกิจของท่าน	29	12.6	7	14.3	36	12.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง ทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการมากที่สุดคือ จากเพื่อนสนิท ร้อยละ 75.8 และ 71.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ และจำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	167	72.3	34	69.4	201	71.8
เพื่อน	165	71.4	34	69.4	200	71.4
ผู้บังคับบัญชา	10	4.3	5	10.2	15	5.4
ผู้ใต้บังคับบัญชา	3	1.3	0	0.0	3	1.1
บุคคลในครอบครัว	29	12.6	18	36.7	47	16.8
ลูกค้า/ หุ่นส่วนธุรกิจ	29	12.6	7	14.3	36	12.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย การตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ตัวเอง ร้อยละ 72.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง การตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ตัวเอง และเพื่อน เท่ากัน ร้อยละ 69.4

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบเล่นกอล์ฟด้วยกัน และจำแนกตามเพศ

จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบเล่นกอล์ฟด้วยกัน	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเล่นคนเดียว	7	3.0	3	6.1	10	3.6
2 - 3 คน	24	10.4	20	40.8	44	15.7
4 - 6 คน	153	66.2	21	42.9	174	62.1
7 - 8 คน	15	6.5	4	8.2	19	6.8
มากกว่า 8 คน	32	13.9	1	2.0	33	11.8
รวม	231	100.0	49	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ 4-6 คน ร้อยละ 66.2 และ 42.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ และจำแนกตามเพศ

วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์	14	6.1	8	16.3	22	7.9
วันอังคาร	24	10.4	5	10.2	29	10.4
วันพุธ	35	15.2	10	20.4	45	16.1
วันพฤหัสบดี	20	8.7	5	10.2	25	8.9
วันศุกร์	25	10.8	14	28.6	39	13.9
วันเสาร์	121	52.4	25	51.0	146	52.1
วันอาทิตย์	124	53.7	22	44.9	146	52.1
ทุกวัน	35	15.2	6	12.2	41	14.6
อื่นๆ	25	10.8	0	0.0	25	8.9

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันอาทิตย์ ร้อยละ 53.7 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันเสาร์ ร้อยละ 51.0

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด และจำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟใน จังหวัดเชียงใหม่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
06.00 - 08.00 น.	26	11.3	5	10.2	31	11.1
08.01 - 10.00 น.	45	19.5	12	24.5	57	20.4
10.01 - 12.00 น.	41	17.7	7	14.3	48	17.1
12.01 - 14.00 น.	58	25.1	10	20.4	68	24.3
14.01 - 16.00 น.	17	7.4	10	20.4	27	9.6
16.01 - 18.00 น.	30	13.0	4	8.2	34	12.1
อื่นๆ	14	6.1	1	2.0	15	5.4
รวม	231	100.0	49	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 12.01 - 14.00 น. ร้อยละ 25.1 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 08.01 - 10.00 น. ร้อยละ 24.5

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ และจำแนกตามเพศ

เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ชั่วโมง	12	5.2	2	4.1	14	5.0
3 - 4 ชั่วโมง	60	26.0	22	44.9	82	29.3
4 - 5 ชั่วโมง	98	42.4	12	24.5	110	39.3
มากกว่า 5 ชั่วโมง	61	26.4	13	26.5	74	26.4
รวม	231	100.0	49	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ 4 - 5 ชั่วโมง ร้อยละ 42.4 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ 3 - 4 ชั่วโมง ร้อยละ 44.9

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน และจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง/เดือน	39	16.9	9	18.4	48	17.1
3 - 4 ครั้ง/เดือน	63	27.3	18	36.7	81	28.9
5 - 6 ครั้ง/เดือน	18	7.8	6	12.2	24	8.6
7 - 8 ครั้ง / เดือน	18	7.8	1	2.0	19	6.8
9 - 10 ครั้ง / เดือน	18	7.8	4	8.2	22	7.9
11 - 12 ครั้ง / เดือน	4	1.7	2	4.1	6	2.1
13 - 14 ครั้ง / เดือน	9	3.9	0	0.0	9	3.2
15 ครั้งขึ้นไป	30	13.0	4	8.2	34	12.1
นานๆ ครั้ง	24	10.4	2	4.1	26	9.3
ทุกวัน	6	2.6	3	6.1	9	3.2
อื่นๆ	2	0.9	0	0.0	2	0.7
รวม	231	100.0	49	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน มากที่สุด คือ 3 - 4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 27.3 และ 36.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ และจำแนกตามเพศ

เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	107	46.3	20	40.8	127	45.4
สภาพสนามมีความสมบูรณ์	115	49.8	23	46.9	140	50.0
สนามมีความท้าทาย เล่นสนุก	95	41.1	20	40.8	115	41.1
ค่ากรีนฟี แคดดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป	157	68.0	30	61.2	187	66.8
ราคาอาหาร เครื่องดื่ม ไม่แพง	56	24.2	20	40.8	76	27.1
สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทาง และประหยัดเวลา	169	73.2	35	71.4	204	72.9
มีการจัดการลดค่าบริการในบางโอกาส	54	23.4	13	26.5	67	23.9
มีการชักชวนด้วยการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ	18	7.8	4	8.2	22	7.9
พนักงาน/แคดดี้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่และให้บริการที่ดี	51	22.1	13	26.5	64	22.9
อาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมทั่วไปของสนาม สะอาด สวยงาม มีบรรยากาศ	64	27.7	14	28.6	78	27.9
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	58	25.1	10	20.4	68	24.3
มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย	71	30.7	22	44.9	93	33.2
การรับ - ส่งถุงกอล์ฟ และการรับชำระค่าบริการต่างๆ ถูกต้อง รวดเร็ว	41	17.7	11	22.4	52	18.6
การจัดลำดับกลุ่มเพื่อออกรอบและระหว่างออกรอบมีความคล่องตัวดี	50	21.6	8	16.3	58	20.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทางและประหยัดเวลา ร้อยละ 73.2 และ 71.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ และจำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	26	11.3	9	18.4	35	12.5
501 - 1,000 บาท	130	56.3	23	46.9	153	54.6
1,001 - 1,500 บาท	35	15.2	12	24.5	47	16.8
1,501 - 2,000 บาท	30	13.0	4	8.2	34	12.1
มากกว่า 2,000 บาท	10	4.3	1	2.0	11	3.9
รวม	231	100.0	49	100.0	280	100.0

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ 501 - 1,000 บาท ร้อยละ 56.3 และ 46.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ในสนามกอล์ฟและจำแนกตามเพศ

บริการที่ใช้	เพศ					
	ชาย (จำนวน 231คน)		หญิง (จำนวน 49 คน)		รวม (จำนวน 280 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การออกรอบ	221	95.7	41	83.7	262	93.6
พนักงานแคดดี้	207	89.6	36	73.5	243	86.8
เช่ารถกอล์ฟ	95	41.1	18	36.7	113	40.4
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม	146	63.2	30	61.2	176	62.9
สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	128	55.4	24	49.0	152	54.3
สถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	28	12.1	8	16.3	36	12.9
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ	40	17.3	6	12.2	46	16.4
เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ	7	3.0	0	-	7	2.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง บริการที่ใช้มากที่สุด คือ การออกรอบ ร้อยละ 95.7 และ 83.7 ตามลำดับ

5.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

จำแนกตาม อาชีพ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ และจำแนกตามอาชีพ

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ	อาชีพ						รวม (จำนวน 280 คน)
	นักเรียน นักศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงานบริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคานา	8 (66.7)	26 (45.6)	9 (69.2)	29 (49.2)	43 (37.7)	16 (64.0)	131 (46.8)
สนามกอล์ฟลานนา	12 (100.0)	50 (87.7)	11 (84.6)	46 (78.0)	99 (86.8)	25 (100.0)	243 (86.8)
สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์	9 (75.0)	44 (77.2)	10 (76.9)	32 (54.2)	90 (78.9)	22 (88.0)	207 (73.9)
สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ	6 (50.0)	36 (63.2)	9 (69.2)	25 (42.4)	80 (70.2)	21 (84.0)	177 (63.2)
สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)	3 (25.0)	24 (42.1)	5 (38.5)	24 (40.7)	30 (26.3)	8 (32.0)	94 (33.6)
สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต (ร่วมหลวง)	6 (50.0)	33 (57.9)	6 (46.2)	21 (35.6)	59 (51.8)	18 (72.0)	143 (51.1)
สนามกอล์ฟแซนด์คริก	0 (0.0)	16 (28.1)	2 (15.4)	16 (27.1)	20 (17.5)	7 (28.0)	61 (21.8)
สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟคลับ	8 (66.7)	31 (54.4)	5 (38.5)	25 (42.4)	42 (36.8)	13 (52.0)	124 (44.3)

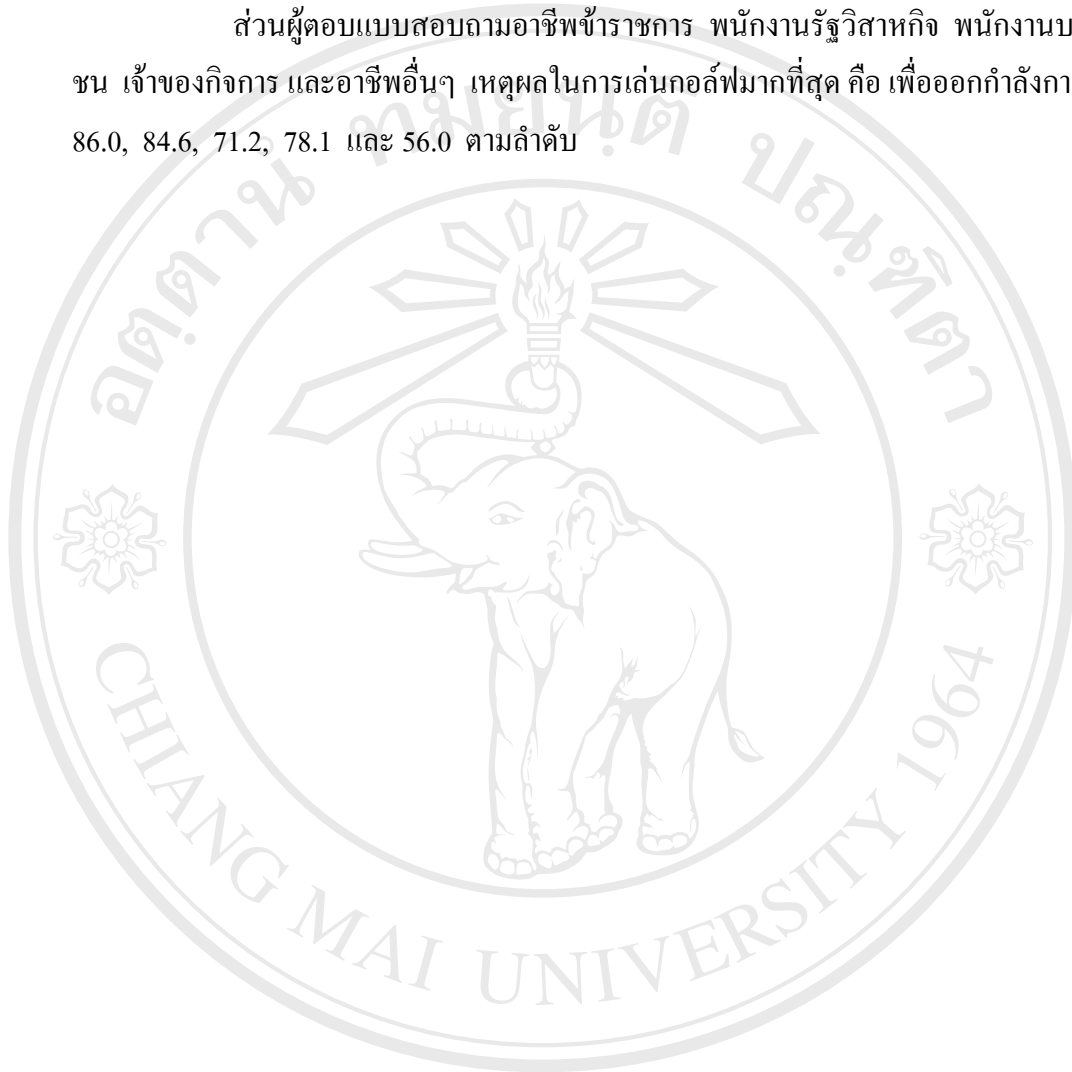
จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา สนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ ร้อยละ 75.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เอกชน เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ สนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 87.7, 84.6, 78.0, 86.8 และ 100.0 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เหตุผลในการเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ เป็นกีฬาที่ชื่นชอบ เพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 66.7

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ เหตุผลในการเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ เพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 86.0, 84.6, 71.2, 78.1 และ 56.0 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการ และจำแนกตามอาชีพ

การทราบแหล่งข้อมูล ของสนามกอล์ฟที่ไปใช้ บริการ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงาน บริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อนสนิท	6 (50.0)	42 (73.7)	9 (69.2)	44 (74.6)	90 (78.9)	19 (76.0)	210 (75.0)
เพื่อนร่วมงาน	0 (0.0)	40 (70.2)	9 (69.2)	36 (61.0)	31 (27.2)	10 (40.0)	126 (45.0)
บุคคลในครอบครัว	10 (83.3)	9 (15.8)	3 (23.1)	9 (15.3)	23 (20.2)	7 (28.0)	61 (21.8)
อินเทอร์เน็ต	0 (0.0)	4 (7.0)	3 (23.1)	2 (3.4)	4 (3.5)	2 (8.0)	15 (5.4)
วิทยุ	0 (0.0)	3 (5.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	4 (1.4)
โทรทัศน์	0 (0.0)	7 (12.3)	2 (15.4)	6 (10.2)	6 (5.3)	7 (28.0)	28 (10.0)
หนังสือพิมพ์	0 (0.0)	5 (8.8)	1 (7.7)	5 (8.5)	20 (17.5)	7 (28.0)	38 (13.6)
นิตยสาร	2 (16.7)	11 (19.3)	4 (30.8)	11 (18.6)	35 (30.7)	15 (60.0)	78 (27.9)
แผ่นพับ ใบปลิว	2 (16.7)	7 (12.3)	1 (7.7)	3 (5.1)	16 (14.0)	9 (36.0)	38 (13.6)
ป้ายโฆษณา	2 (16.7)	13 (22.8)	2 (15.4)	9 (15.3)	19 (16.7)	5 (20.0)	50 (17.9)
จากลูกค้า/ วงการธุรกิจ ของท่าน	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (15.4)	8 (13.6)	22 (19.3)	4 (16.0)	36 (12.9)

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ จากบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 83.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ ทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อนสนิท ร้อยละ 73.7, 74.6, 78.9 และ 76.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 69.2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ และจำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงานบริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัวเอง	8 (66.7)	47 (82.5)	11 (84.6)	38 (64.4)	73 (64.0)	24 (96.0)	201 (71.8)
เพื่อน	6 (50.0)	37 (64.9)	10 (76.9)	40 (67.8)	85 (74.6)	22 (88.0)	200 (71.4)
ผู้บังคับบัญชา	0 (0.0)	8 (14.0)	1 (7.7)	1 (1.7)	3 (2.6)	2 (8.0)	15 (5.4)
ผู้ใต้บังคับบัญชา	0 (0.0)	3 (5.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (1.1)
บุคคลในครอบครัว	9 (75.0)	3 (5.3)	2 (15.4)	6 (10.2)	21 (18.4)	6 (24.0)	47 (16.8)
ลูกค้า / หุ่นส่วนธุรกิจ	0 (0.0)	1 (1.8)	1 (7.7)	9 (15.3)	23 (20.2)	2 (8.0)	36 (12.9)

จากตารางที่ 53 พบว่าบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว ร้อยละ 75.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ อาชีพอื่นๆ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ตัวเอง ร้อยละ 82.5, 84.6 และ 96.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ เพื่อน ร้อยละ 67.8 และ 74.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบเล่นกอล์ฟด้วยกัน และจำแนกตามอาชีพ

จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่ม ออกรอบเล่นกอล์ฟ ด้วยกัน	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เล่นคนเดียว	0 (0.0)	4 (7.0)	0 (0.0)	3 (5.1)	2 (1.8)	1 (4.0)	10 (3.6)
2 - 3 คน	5 (41.7)	7 (12.3)	5 (38.5)	14 (23.7)	12 (10.5)	1 (4.0)	44 (15.7)
4 - 6 คน	7 (58.3)	37 (64.9)	8 (61.5)	32 (54.2)	75 (65.8)	15 (60.0)	174 (62.1)
7 - 8 คน	0 (0.0)	6 (10.5)	0 (0.0)	4 (6.8)	7 (6.1)	2 (8.0)	19 (6.8)
มากกว่า 8 คน	0 (0.0)	3 (5.3)	0 (0.0)	6 (10.2)	18 (15.8)	6 (24.0)	33 (11.8)
รวม	12 (100.0)	57 (100.0)	13 (100.0)	59 (100.0)	114 (100.0)	25 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออกรอบเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ 4-6 คน ร้อยละ 58.3, 64.9, 61.5, 54.2, 65.8 และ 60.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ และจำแนกตามอาชีพ

วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงานบริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์	0 (0.0)	1 (1.8)	2 (15.4)	4 (6.8)	9 (7.9)	6 (24.0)	22 (7.9)
วันอังคาร	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)	6 (10.2)	18 (15.8)	4 (16.0)	29 (10.4)
วันพุธ	0 (0.0)	4 (7.0)	2 (15.4)	12 (20.3)	20 (17.5)	7 (28.0)	45 (16.1)
วันพฤหัสบดี	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)	6 (10.2)	15 (13.2)	3 (12.0)	25 (8.9)
วันศุกร์	0 (0.0)	3 (5.3)	5 (38.5)	12 (20.3)	14 (12.3)	5 (20.0)	39 (13.9)
วันเสาร์	9 (75.0)	45 (78.9)	10 (76.9)	31 (52.5)	45 (39.5)	6 (24.0)	146 (52.1)
วันอาทิตย์	6 (50.0)	45 (78.9)	9 (69.2)	30 (50.8)	50 (43.9)	6 (24.0)	146 (52.1)
ทุกวัน	2 (16.7)	2 (3.5)	0 (0.0)	5 (8.5)	27 (23.7)	5 (20.0)	41 (14.6)
อื่นๆ	0 (0.0)	2 (3.5)	3 (23.1)	4 (6.8)	6 (5.3)	10 (40.0)	25 (8.9)

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันเสาร์ ร้อยละ 75.0

ผู้ตอบแบบสอบถามข้าราชการ วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ร้อยละ 78.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน วันที่ใช้
บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันเสาร์ ร้อยละ 79.9 และ 52.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด
คือ วันอาทิตย์ ร้อยละ 43.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันจันทร์
วันเสาร์ และวันอาทิตย์ เท่ากัน ร้อยละ 24.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด และจำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัด เชียงใหม่	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
06.00 - 08.00 น.	3 (25.0)	6 (10.5)	1 (7.7)	5 (8.5)	14 (12.3)	2 (8.0)	31 (11.1)
08.01 - 10.00 น.	3 (25.0)	12 (21.1)	2 (15.4)	8 (13.6)	26 (22.8)	6 (24.0)	57 (20.4)
10.01 - 12.00 น.	1 (8.3)	11 (19.3)	2 (15.4)	11 (18.6)	16 (14.0)	7 (28.0)	48 (17.1)
12.01 - 14.00 น.	0 (0.0)	20 (35.1)	6 (46.2)	15 (25.4)	25 (21.9)	2 (8.0)	68 (24.3)
14.01 - 16.00 น.	3 (2.5)	2 (3.5)	1 (7.7)	7 (11.9)	13 (11.4)	1 (4.0)	27 (9.6)
16.01 - 18.00 น.	1 (8.3)	4 (7.0)	1 (7.7)	8 (13.6)	15 (13.2)	5 (20.0)	34 (12.1)
อื่นๆ	1 (8.3)	2 (3.5)	0 (0.0)	5 (8.5)	5 (4.4)	2 (8.0)	15 (5.4)
รวม	12 (100.0)	57 (100.0)	13 (100.0)	59 (100.0)	114 (100.0)	25 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วง เวลา 06.00-08.00 น. เวลา 08.01 – 10.00 น. และ 14.01-16.00 น.

ร้อยละ 2.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัทเอกชน ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 12.01 – 14.00 น. ร้อยละ 35.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. ร้อยละ 22.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ร้อยละ 35.1

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ และจำแนกตามอาชีพ

เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 - 2 ชั่วโมง	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (10.2)	8 (7.0)	0 (0.0)	14 (5.0)
3 - 4 ชั่วโมง	6 (50.0)	15 (20.3)	5 (38.5)	24 (40.7)	24 (21.1)	8 (32.0)	82 (29.3)
4 - 5 ชั่วโมง	3 (25.0)	32 (56.1)	6 (46.2)	20 (33.9)	46 (40.4)	3 (12.0)	110 (39.3)
มากกว่า 5 ชั่วโมง	3 (25.0)	10 (17.5)	2 (15.4)	9 (15.3)	36 (31.6)	14 (56.0)	74 (26.4)
รวม	12 (100.0)	57 (100.0)	13 (100.0)	59 (100.0)	114 (100.0)	25 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ 4-5 ชั่วโมง ร้อยละ 56.1, 46.2 และ 40.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ มากกว่า 5 ชั่วโมง ร้อยละ 56.0

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน และจำแนกตามอาชีพ

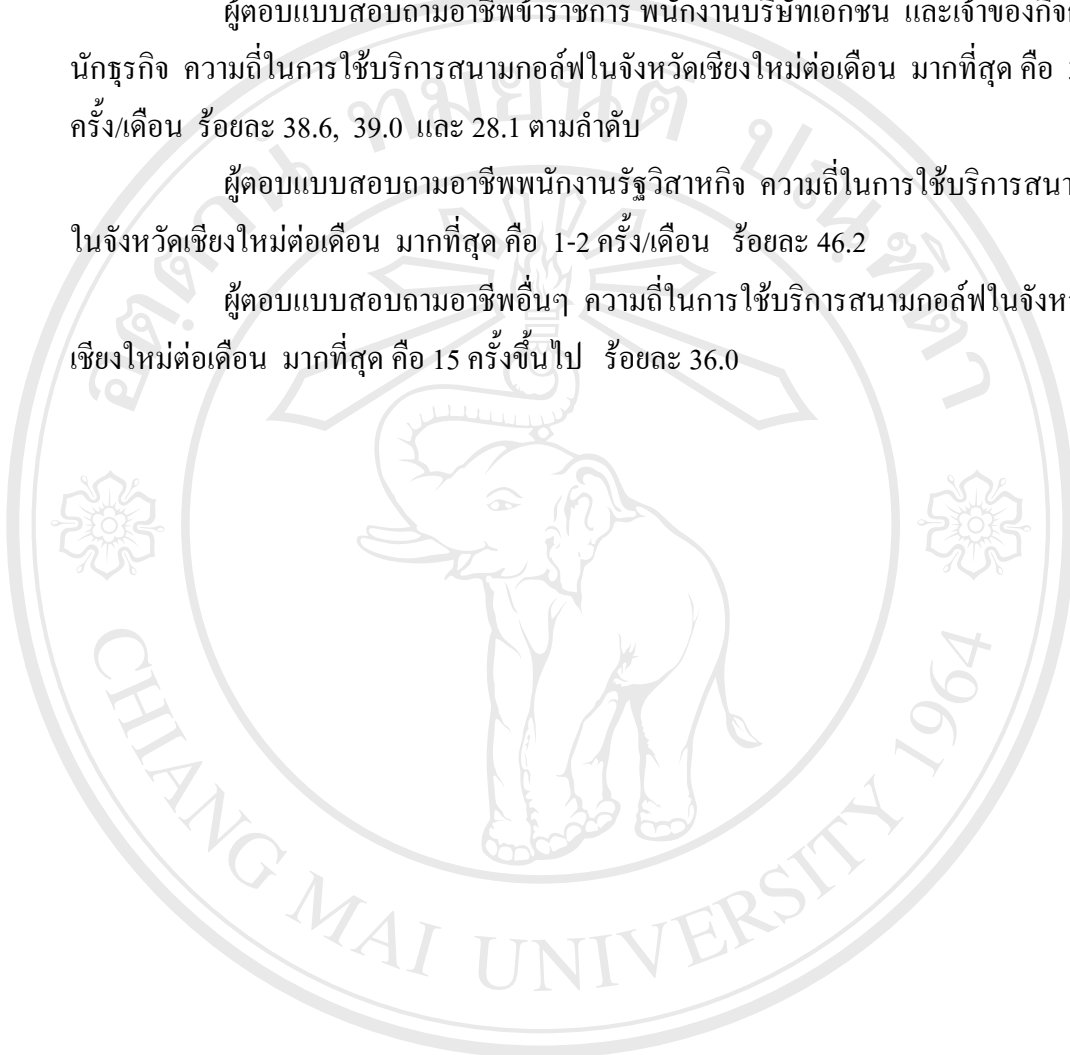
ความถี่ในการใช้ บริการสนามกอล์ฟใน จังหวัดเชียงใหม่ ต่อเดือน	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 - 2 ครั้ง/เดือน	1 (8.3)	12 (21.1)	6 (46.2)	13 (22.0)	10 (8.8)	6 (24.0)	48 (17.1)
3 - 4 ครั้ง/เดือน	2 (16.7)	22 (38.6)	2 (15.4)	23 (39.0)	32 (28.1)	0 (0.0)	81 (28.9)
5 - 6 ครั้ง/เดือน	4 (33.3)	5 (8.8)	0 (0.0)	4 (6.8)	10 (8.8)	1 (4.0)	24 (8.6)
7 - 8 ครั้ง / เดือน	2 (16.7)	4 (7.0)	1 (7.7)	2 (3.4)	8 (7.0)	2 (8.0)	19 (6.8)
9 - 10 ครั้ง / เดือน	0 (0.0)	2 (3.5)	1 (7.7)	1 (1.7)	13 (11.4)	5 (20.0)	22 (7.9)
11 - 12 ครั้ง / เดือน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.7)	4 (3.5)	1 (4.0)	6 (2.1)
13 - 14 ครั้ง / เดือน	0 (0.0)	3 (5.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (5.3)	0 (0.0)	9 (3.2)
15 ครั้งขึ้นไป	1 (8.3)	2 (3.5)	1 (7.7)	8 (13.6)	13 (11.4)	9 (36.0)	34 (12.1)
นานๆ ครั้ง	1 (8.3)	6 (10.5)	1 (7.7)	4 (6.8)	13 (11.4)	1 (4.0)	26 (9.3)
ทุกวัน	1 (8.3)	1 (1.8)	1 (7.7)	3 (5.1)	3 (2.6)	0 (0.0)	9 (3.2)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.8)	0 (0.0)	2 (0.7)
รวม	12 (100.0)	57 (100.0)	13 (100.0)	59 (100.0)	114 (100.0)	25 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน มากที่สุด คือ 5 - 6 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน มากที่สุด คือ 3 - 4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 38.6, 39.0 และ 28.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน มากที่สุด คือ 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 46.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน มากที่สุด คือ 15 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 36.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ และจำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงาน บริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เป็นสมาชิก	8 (66.7)	24 (42.1)	2 (15.4)	20 (33.9)	61 (53.5)	12 (48.0)	127 (45.4)
สภาพสนามมีความ สมบูรณ์	4 (33.3)	24 (42.1)	10 (76.9)	27 (45.8)	61 (53.5)	14 (56.0)	140 (50.0)
สนามมีความท้าทาย เล่นสนุก	7 (58.3)	24 (42.1)	6 (46.2)	17 (28.8)	45 (39.5)	16 (64.0)	115 (41.1)
ค่ากรีนฟี แคดดี้ และ ค่าบริการต่างๆ ไม่แพง เกินไป	7 (58.3)	37 (64.9)	11 (84.6)	37 (62.7)	71 (62.3)	24 (96.0)	187 (66.8)
ราคาอาหาร เครื่องดื่ม ไม่แพง	1 (8.3)	19 (33.3)	6 (46.2)	17 (28.8)	19 (16.7)	14 (56.0)	76 (27.1)
สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้ง การเดินทางและ ประหยัดเวลา	5 (41.7)	46 (80.7)	9 (69.2)	43 (72.9)	82 (71.9)	19 (76.0)	204 (72.9)
มีการจัดรายการลดค่า บริการในบางโอกาส	1 (8.3)	20 (36.1)	5 (38.5)	12 (20.3)	16 (14.0)	13 (52.0)	67 (23.9)
มีการชักชวนด้วยการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่น่าสนใจ	2 (16.7)	6 (10.5)	2 (15.4)	3 (5.1)	9 (7.9)	0 (0.0)	22 (7.9)
พนักงาน/แคดดี้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่และ ให้บริการที่ดี	1 (8.3)	15 (26.3)	3 (23.1)	14 (23.7)	26 (22.8)	5 (20.0)	64 (22.9)
อาคาร สถานที่ สภาพ แวดล้อมทั่วไปของ สนาม สะอาด สวยงาม มีบรรยากาศ	0 (0.0)	15 (26.3)	5 (38.5)	12 (20.3)	35 (30.7)	11 (44.0)	78 (27.9)

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ และจำแนกตามอาชีพ

(ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงาน บริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สะดวก มีสิ่ง อำนวยความสะดวกครบ ครัน	2 (16.7)	19 (33.3)	5 (38.5)	12 (20.3)	20 (17.5)	10 (40.0)	68 (24.3)
มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย	3 (25.0)	23 (40.4)	7 (53.8)	18 (30.5)	35 (30.7)	7 (28.0)	93 (33.2)
การรับ - ส่งถุงกอล์ฟ และการรับชำระเงินค่า บริการต่างๆ ถูกต้อง รวดเร็ว	1 (8.3)	17 (29.8)	5 (38.5)	9 (15.3)	17 (14.9)	3 (12.0)	52 (18.6)
การจัดลำดับกลุ่มเพื่อ ออกรอบและระหว่าง ออกรอบมีความคล่อง ตัวดี	1 (8.3)	15 (26.3)	7 (53.8)	6 (10.2)	22 (19.3)	7 (28.0)	58 (20.7)

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ เป็นสมาชิก ร้อยละ 66.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และ เจ้าของกิจการ / นักธุรกิจ เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทาง และประหยัดเวลา ร้อยละ 80.7, 72.9 และ 71.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ ค่ากรีนฟี แคดดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป ร้อยละ 84.6 และ 96.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ และจำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่อครั้งในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 500 บาท	3 (25.0)	3 (5.3)	2 (15.4)	8 (13.6)	12 (10.5)	7 (28.0)	35 (12.5)
501 - 1,000 บาท	6 (50.0)	34 (59.6)	8 (61.5)	36 (61.0)	59 (51.8)	10 (40.0)	153 (54.6)
1,001 - 1,500 บาท	2 (16.7)	8 (14.0)	2 (15.4)	11 (18.6)	21 (18.4)	3 (12.0)	47 (16.8)
1,501 - 2,000 บาท	1 (8.3)	9 (15.8)	1 (7.7)	1 (1.7)	17 (14.9)	5 (20.0)	34 (12.1)
มากกว่า 2,000 บาท	0 (0.0)	3 (5.3)	0 (0.0)	3 (5.1)	5 (4.4)	0 (0.0)	11 (3.9)
รวม	12 (100.0)	57 (100.0)	13 (100.0)	59 (100.0)	114 (100.0)	25 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ 501 - 1,000 บาทร้อยละ 50.0, 59.6, 61.5, 61.0, 51.8, และ 40.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ และจำแนกตามอาชีพ

บริการที่ใช้	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา (จำนวน 12 คน)	ข้าราชการ (จำนวน 57 คน)	พนักงานรัฐวิสาหกิจ (จำนวน 13 คน)	พนักงานบริษัทเอกชน (จำนวน 59 คน)	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ (จำนวน 114 คน)	อื่นๆ (จำนวน 25 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การออกรอบ	9 (75.0)	53 (93.0)	12 (92.3)	53 (89.8)	110 (96.5)	25 (100.0)	262 (93.6)
พนักงานแคดดี้	8 (66.7)	52 (91.2)	13 (100.0)	44 (74.6)	103 (90.4)	23 (92.0)	243 (86.8)
เช่ารถกอล์ฟ	1 (8.3)	26 (45.6)	6 (46.2)	15 (25.4)	51 (44.7)	14 (56.0)	113 (40.4)
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม	7 (58.3)	35 (61.4)	8 (61.5)	27 (45.8)	81 (71.1)	18 (72.0)	176 (62.9)
สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	10 (83.3)	21 (36.8)	6 (46.2)	34 (57.6)	60 (52.6)	21 (84.0)	152 (54.3)
สถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	5 (41.7)	4 (7.0)	0 (0.0)	4 (6.8)	18 (15.8)	5 (20.0)	36 (12.9)
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ	4 (33.3)	5 (8.8)	3 (23.1)	5 (8.5)	24 (21.1)	5 (20.0)	46 (16.4)
เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ	0 (0.0)	4 (7.0)	0 (0.0)	2 (3.4)	1 (0.9)	0 (0.0)	7 (2.5)

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา ใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ร้อยละ 83.3
 ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ ใช้บริการ มากที่สุด คือ การออกรอบ ร้อยละ 92.3, 89.8, 96.5 และ 100.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานแคดดี้ ร้อยละ 100.0

5.3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

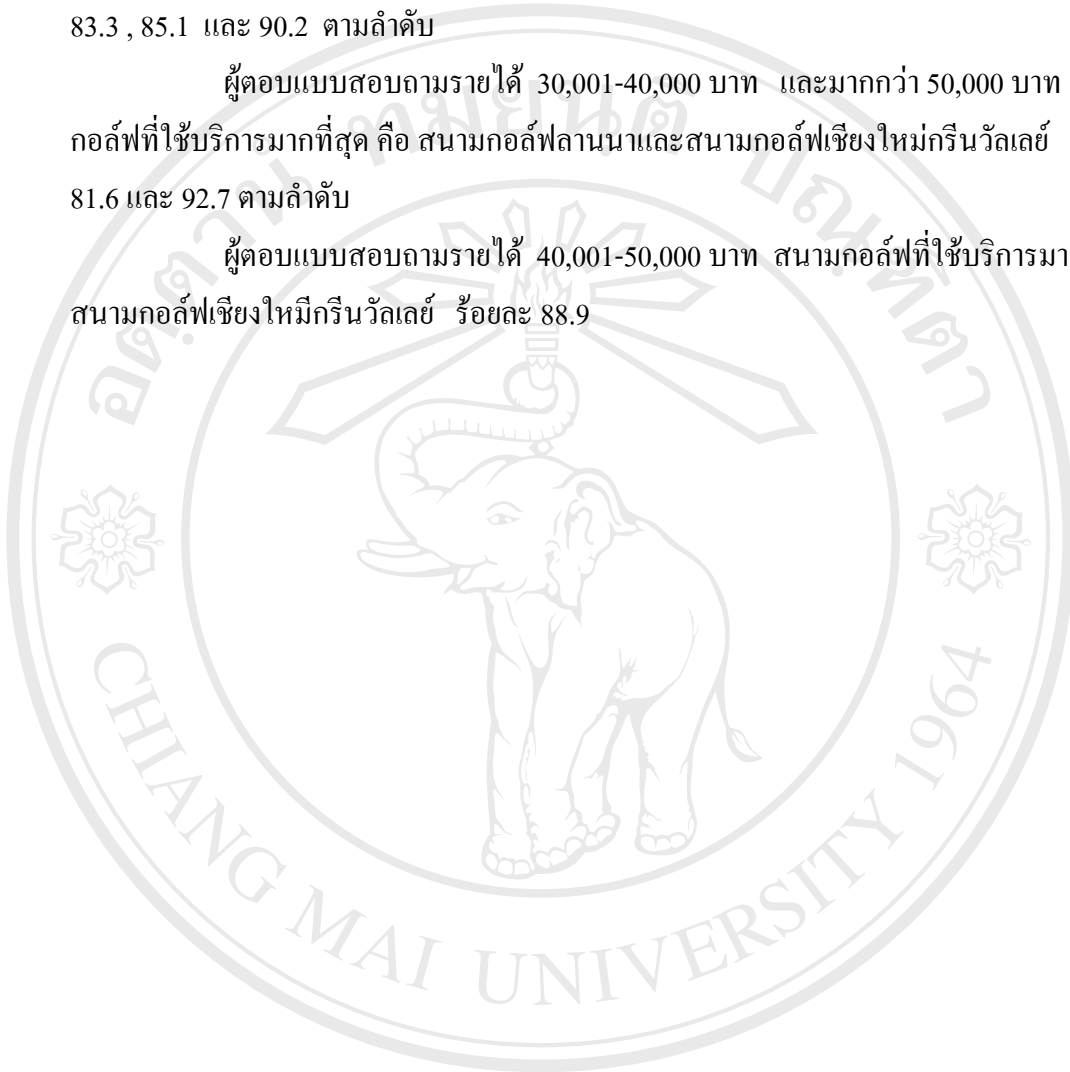
ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001-20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001-30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001-40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สนามกอล์ฟเชียงใหม่ ขิมคานา	17 (56.7)	31 (46.3)	30 (49.2)	24 (49.0)	5 (27.8)	24 (43.6)	131 (46.8)
สนามกอล์ฟลานนา	25 (83.3)	57 (85.1)	55 (90.2)	40 (81.6)	15 (83.3)	51 (92.7)	243 (86.8)
สนามกอล์ฟเชียงใหม่ กรีนวัลเลย์	14 (46.7)	42 (62.7)	44 (72.1)	40 (81.6)	16 (88.9)	51 (92.7)	207 (73.9)
สนามกอล์ฟเชียงใหม่- ลำพูนกอล์ฟคลับ	13 (43.3)	41 (61.2)	34 (55.7)	31 (63.3)	13 (72.2)	45 (81.8)	177 (63.2)
สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)	13 (43.3)	23 (34.3)	22 (36.1)	20 (40.8)	4 (22.2)	12 (21.8)	94 (33.6)
สนามกอล์ฟรอยัล เชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต (ร่วมหลวง)	9 (30.0)	38 (56.7)	27 (44.3)	28 (57.1)	8 (44.4)	33 (60.0)	143 (51.1)
สนามกอล์ฟแซนด์คริก	9 (30.0)	15 (22.4)	17 (27.9)	11 (22.4)	3 (16.7)	6 (10.9)	61 (21.8)
สนามกอล์ฟแม่โจ้กอล์ฟ คลับ	13 (43.3)	27 (40.3)	30 (49.2)	27 (55.1)	8 (44.4)	19 (34.5)	124 (44.3)

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท สนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 83.3 , 85.1 และ 90.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท สนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สนามกอล์ฟลานนาและสนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ ร้อยละ 81.6 และ 92.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001-50,000 บาท สนามกอล์ฟที่ใช้บริการมากที่สุดคือ สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ ร้อยละ 88.9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ และ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001- 20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001- 30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001- 40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เป็นกีฬาที่ชื่นชอบ	19 (63.3)	45 (67.2)	37 (60.7)	29 (59.2)	15 (83.3)	34 (61.8)	179 (63.9)
เพื่อออกกำลังกาย	19 (63.3)	48 (71.6)	51 (83.6)	40 (81.6)	14 (77.8)	41 (74.5)	213 (76.1)
เพื่อพักผ่อน งานอดิเรก	8 (26.7)	30 (44.8)	36 (59.0)	26 (53.1)	8 (44.4)	28 (50.9)	136 (48.6)
เพื่อสังคม	8 (26.7)	31 (46.3)	25 (41.0)	25 (51.0)	7 (38.9)	22 (40.0)	118 (42.1)
เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ	3 (10.0)	9 (13.4)	13 (21.3)	4 (8.2)	5 (27.8)	10 (18.2)	44 (15.7)
เล่นตามเพื่อน	8 (26.7)	12 (17.9)	11 (18.0)	5 (10.2)	3 (16.7)	9 (16.4)	48 (17.1)
เป็นกีฬาที่กำลังเป็นที่ นิยม	4 (13.3)	3 (4.5)	7 (11.5)	3 (6.1)	3 (16.7)	5 (9.1)	25 (8.9)
เพื่อเล่นเป็นอาชีพ	5 (16.7)	9 (13.4)	3 (4.9)	5 (10.2)	1 (5.6)	7 (12.7)	30 (10.7)
มาท่องเที่ยวและถือ โอกาสเล่นกอล์ฟ	2 (6.7)	0 (0.0)	3 (4.9)	2 (4.1)	1 (5.6)	4 (7.3)	12 (4.3)
ทัวร์กอล์ฟกับคณะ	0 (0.0)	2 (3.0)	3 (4.9)	1 (2.0)	1 (5.6)	0 (0.0)	7 (2.5)

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เหตุผลในการเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ เป็นกีฬาที่ชื่นชอบและเพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 63.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท เหตุผลในการเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ เพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 86.0, 84.6, 71.2, 78.1 และ 56.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001-50,000 บาท เหตุผลในการเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ เป็นกีฬาที่ชื่นชอบ ร้อยละ 83.3



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การทราบแหล่งข้อมูล ของสนามกอล์ฟที่ไปใช้ บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001- 20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001- 30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001- 40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อนสนิท	16 (53.3)	52 (77.6)	49 (80.3)	33 (67.3)	14 (77.8)	46 (83.6)	210 (75.0)
เพื่อนร่วมงาน	11 (36.7)	39 (58.2)	29 (47.5)	29 (59.2)	9 (50.0)	9 (16.4)	126 (45.0)
บุคคลในครอบครัว	8 (26.7)	16 (23.9)	8 (13.1)	14 (28.6)	4 (22.2)	11 (20.0)	61 (21.8)
อินเทอร์เน็ต	4 (13.3)	4 (6.0)	3 (4.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (7.3)	15 (5.4)
วิทยุ	0 (0.0)	1 (1.5)	1 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.8)	4 (1.4)
โทรทัศน์	4 (13.3)	6 (9.0)	11 (18.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	6 (10.9)	28 (10.0)
หนังสือพิมพ์	4 (13.3)	6 (9.0)	9 (14.8)	3 (6.1)	4 (22.2)	12 (21.8)	38 (13.6)
นิตยสาร	6 (20.0)	28 (41.8)	16 (26.2)	5 (10.2)	3 (16.7)	20 (36.4)	78 (27.9)
แผ่นพับ ใบปลิว	2 (6.7)	10 (14.9)	6 (9.8)	4 (8.2)	6 (33.3)	10 (18.2)	38 (13.6)
ป้ายโฆษณา	3 (10.0)	10 (14.9)	19 (31.1)	5 (10.2)	3 (16.7)	10 (18.2)	50 (17.9)
จากลูกค้า/ วงการธุรกิจ ของท่าน	1 (3.3)	7 (10.4)	12 (19.7)	5 (10.2)	3 (16.7)	8 (14.5)	36 (12.9)

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ทราบแหล่งข้อมูลของสนามกอล์ฟที่ไปใช้บริการมากที่สุด คือ จากเพื่อนสนิท ร้อยละ 53.3, 77.6, 80.3, 67.3, 77.8 และ 83.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001-20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001-30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001-40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัวเอง	18 (60.0)	54 (80.6)	41 (67.2)	35 (71.4)	12 (66.7)	41 (74.5)	201 (71.8)
เพื่อน	22 (73.3)	47 (70.1)	45 (73.8)	30 (61.2)	12 (66.7)	44 (80.0)	200 (71.4)
ผู้บังคับบัญชา	4 (13.3)	6 (9.0)	0 (0.0)	5 (10.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (5.4)
ผู้ใต้บังคับบัญชา	0 (0.0)	1 (1.5)	1 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.8)	3 (1.1)
บุคคลในครอบครัว	9 (30.0)	12 (17.9)	3 (4.9)	7 (14.3)	4 (22.2)	12 (21.8)	47 (16.8)
ลูกค้า / หุ่นส่วนธุรกิจ	2 (6.7)	5 (7.5)	10 (16.4)	8 (16.3)	5 (27.8)	6 (10.9)	36 (12.9)

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ตัวเอง ร้อยละ 60.0, 80.6 และ 71.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ เพื่อน ร้อยละ 73.8 และ 80.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001-50,000 บาท บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ตัวเอง และเพื่อน ร้อยละ 66.7

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออก
 ครอบเล่นกอล์ฟด้วยกัน และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่ม ออกครอบเล่นกอล์ฟด้วย กัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เล่นคนเดียว	2 (6.7)	2 (3.0)	0 (0.0)	5 (10.2)	1 (5.6)	0 (0.0)	10 (3.6)
2 - 3 คน	5 (16.7)	15 (22.4)	11 (18.0)	9 (18.4)	1 (5.6)	3 (5.5)	44 (15.7)
4 - 6 คน	17 (56.7)	39 (58.2)	41 (67.2)	26 (53.1)	13 (72.2)	38 (69.1)	174 (62.1)
7 - 8 คน	5 (16.7)	3 (4.5)	3 (4.9)	2 (4.1)	1 (5.6)	5 (9.1)	19 (6.8)
มากกว่า 8 คน	1 (3.3)	8 (11.9)	6 (9.8)	7 (14.3)	2 (11.1)	9 (16.4)	33 (11.8)
รวม	30 (100.0)	67 (100.0)	61 (100.0)	49 (100.0)	18 (100.0)	55 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ จำนวนเพื่อนร่วมกลุ่มออก
 ครอบเล่นกอล์ฟมากที่สุด คือ 4-6 คน ร้อยละ 56.7, 58.2, 67.2, 53.1, 72.2 และ 69.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001-20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001-30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001-40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วันจันทร์	3 (10.0)	3 (4.5)	7 (11.5)	5 (10.2)	0 (0.0)	4 (7.3)	22 (7.9)
วันอังคาร	6 (20.0)	6 (9.0)	3 (4.9)	3 (6.1)	3 (16.7)	8 (14.5)	29 (10.4)
วันพุธ	7 (23.3)	10 (14.9)	9 (14.8)	7 (14.3)	0 (0.0)	12 (21.8)	45 (16.1)
วันพฤหัสบดี	3 (10.0)	6 (9.0)	3 (4.9)	4 (8.2)	2 (11.1)	7 (12.7)	25 (8.9)
วันศุกร์	5 (16.7)	8 (11.9)	6 (9.8)	9 (18.4)	2 (11.1)	9 (16.4)	39 (13.9)
วันเสาร์	10 (33.3)	36 (53.7)	33 (54.1)	29 (59.2)	8 (44.4)	30 (54.5)	146 (52.1)
วันอาทิตย์	10 (33.3)	35 (52.2)	34 (55.7)	28 (57.1)	12 (66.7)	27 (49.1)	146 (52.1)
ทุกวัน	4 (13.3)	10 (14.9)	9 (14.8)	8 (16.3)	4 (22.2)	6 (10.9)	41 (14.6)
อื่นๆ	3 (10.0)	8 (11.9)	4 (6.6)	1 (2.0)	1 (5.6)	8 (14.5)	25 (8.9)

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันเสาร์ ร้อยละ 53.7, 59.2 และ 54.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท วันที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ วันอาทิตย์ ร้อยละ 55.7 และ 66.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัด เชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
06.00 - 08.00 น.	3 (10.0)	6 (9.0)	5 (8.2)	11 (22.4)	2 (11.1)	4 (7.3)	31 (11.1)
08.01 - 10.00 น.	7 (23.3)	10 (14.9)	14 (23.0)	3 (6.1)	3 (16.7)	20 (36.4)	57 (20.4)
10.01 - 12.00 น.	6 (20.0)	16 (23.9)	9 (14.8)	4 (8.2)	2 (11.1)	11 (20.0)	48 (17.1)
12.01 - 14.00 น.	3 (10.0)	18 (26.9)	14 (23.0)	18 (36.7)	7 (38.9)	8 (14.5)	68 (24.3)
14.01 - 16.00 น.	4 (13.2)	8 (11.9)	5 (8.2)	6 (12.2)	2 (11.1)	2 (3.6)	27 (9.6)
16.01 - 18.00 น.	6 (20.0)	6 (9.0)	9 (14.8)	7 (14.3)	2 (11.1)	4 (7.3)	34 (12.1)
อื่นๆ	1 (3.3)	3 (4.5)	5 (8.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (10.9)	15 (5.4)
รวม	30 (100.0)	67 (100.0)	61 (100.0)	49 (100.0)	18 (100.0)	55 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 08.01 – 10.00 น. ร้อยละ 23.3

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 12.01 – 14.00 น. ร้อยละ 26.9, 36.7 และ 38.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. และ 12.01-14.00 น. ร้อยละ 23.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ร้อยละ 23.0

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 - 2 ชั่วโมง	1 (3.3)	4 (6.0)	4 (6.6)	4 (8.2)	0 (0.0)	1 (1.8)	14 (5.0)
3 - 4 ชั่วโมง	11 (36.7)	19 (28.4)	19 (31.1)	17 (34.7)	3 (16.7)	13 (23.6)	82 (29.3)
4 - 5 ชั่วโมง	9 (30.0)	24 (35.8)	25 (41.0)	20 (40.8)	9 (50.0)	23 (41.8)	110 (39.3)
มากกว่า 5 ชั่วโมง	9 (30.0)	20 (29.9)	13 (21.3)	89 (16.3)	6 (33.3)	18 (32.7)	74 (26.4)
รวม	30 (100.0)	67 (100.0)	61 (100.0)	49 (100.0)	18 (100.0)	55 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ 3-4 ชั่วโมง ร้อยละ 36.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท เวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟมากที่สุด คือ 4 – 5 ชั่วโมง ร้อยละ 35.8, 41.0, 40.8, 50.0 และ 41.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัด เชียงใหม่ต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 - 2 ครั้ง/เดือน	6 (20.0)	15 (22.4)	11 (18.0)	10 (20.4)	3 (16.7)	3 (5.5)	48 (17.1)
3 - 4 ครั้ง/เดือน	9 (30.0)	24 (35.8)	14 (23.0)	15 (30.6)	4 (22.2)	15 (27.3)	81 (28.9)
5 - 6 ครั้ง/เดือน	1 (3.3)	3 (4.5)	6 (9.8)	8 (16.3)	3 (16.7)	3 (5.5)	24 (8.6)
7 - 8 ครั้ง / เดือน	3 (10.0)	2 (3.0)	6 (9.8)	2 (4.1)	0 (0.0)	6 (10.9)	19 (6.8)
9 - 10 ครั้ง / เดือน	1 (3.3)	2 (3.0)	8 (13.1)	2 (4.1)	2 (11.1)	7 (12.7)	22 (7.9)
11 - 12 ครั้ง / เดือน	0 (0.0)	3 (4.5)	1 (1.6)	1 (2.0)	0 (0.0)	1 (1.8)	6 (2.1)
13 - 14 ครั้ง / เดือน	0 (0.0)	2 (3.0)	1 (1.6)	3 (6.1)	0 (0.0)	3 (5.5)	9 (3.2)
15 ครั้งขึ้นไป	7 (23.3)	5 (7.5)	7 (11.5)	5 (10.2)	1 (5.6)	9 (16.4)	34 (12.1)
นานๆ ครั้ง	2 (6.7)	8 (11.9)	5 (8.2)	1 (2.0)	3 (16.7)	7 (12.7)	26 (9.3)
ทุกวัน	1 (3.3)	3 (4.5)	2 (3.3)	1 (2.0)	2 (11.1)	0 (0.0)	9 (3.2)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	1 (1.8)	2 (0.7)
รวม	30 (100.0)	67 (100.0)	61 (100.0)	49 (100.0)	18 (100.0)	55 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ความถี่ในการใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเดือน มากที่สุด คือ 3-4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 30.0, 35.8, 23.0, 30.6, 22.2 และ 27.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001- 20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001- 30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001- 40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เป็นสมาชิก	7 (23.3)	25 (37.3)	31 (50.8)	26 (53.1)	9 (50.0)	29 (52.7)	127 (45.4)
สภาพสนามมีความ สมบูรณ์	7 (23.3)	32 (47.8)	32 (52.5)	26 (53.1)	11 (61.1)	32 (58.2)	140 (50.0)
สนามมีความท้าทาย เล่นสนุก	12 (40.0)	21 (31.3)	21 (34.4)	24 (49.0)	6 (33.3)	31 (56.4)	115 (41.1)
ค่ากรีนฟี แคดดี้ และ ค่าบริการต่างๆ ไม่แพง เกินไป	21 (70.0)	48 (71.6)	44 (72.1)	29 (59.2)	10 (55.6)	35 (63.6)	187 (66.8)
ราคาอาหาร เครื่องดื่ม ไม่แพง	12 (40.0)	18 (26.9)	16 (26.2)	14 (28.6)	5 (27.8)	11 (20.0)	76 (27.1)
สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้ง การเดินทางและ ประหยัดเวลา	22 (73.3)	45 (67.2)	47 (77.0)	36 (73.5)	12 (66.7)	42 (76.4)	204 (72.9)
มีการจัดรายการลดค่า บริการในบางโอกาส	7 (23.3)	20 (29.9)	15 (24.6)	13 (26.5)	2 (11.1)	10 (18.2)	67 (23.9)
มีการชักชวนด้วยการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่น่าสนใจ	1 (3.3)	5 (7.5)	3 (4.9)	8 (16.3)	1 (5.6)	4 (7.3)	22 (7.9)
พนักงาน/แคดดี้มีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่และ ให้บริการที่ดี	7 (23.3)	17 (25.4)	15 (24.6)	15 (30.6)	5 (27.8)	5 (9.1)	64 (22.9)
อาคาร สถานที่ สภาพ แวดล้อมทั่วไปของ สนาม สะอาด สวยงาม มีบรรยากาศ	2 (6.7)	19 (28.4)	14 (23.0)	15 (30.6)	6 (33.3)	22 (40.0)	78 (27.9)

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(ต่อ)

เหตุผลในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001-20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001-30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001-40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ	3	15	18	16	6	10	68
ห้องแต่งตัว สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	(10.0)	(22.4)	(29.5)	(32.7)	(33.3)	(18.2)	(24.3)
มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย	6	21	27	18	6	15	93
	(20.0)	(31.3)	(44.3)	(36.7)	(33.3)	(27.3)	(33.2)
การรับ - ส่งถุงกอล์ฟ และการรับชำระเงินค่าบริการต่างๆ ถูกต้อง รวดเร็ว	4	6	16	18	4	4	52
	(13.3)	(9.0)	(26.2)	(36.7)	(22.2)	(7.3)	(18.6)
การจัดลำดับกลุ่มเพื่อออกรอบและระหว่างออกรอบมีความคล่องตัวดี	6	11	19	10	3	9	58
	(20.0)	(16.4)	(31.1)	(20.4)	(16.7)	(16.4)	(20.7)

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ ค่ากรีนฟี แคลดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป ร้อยละ 70.0 และ 71.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ ค่ากรีนฟี แคลดี้ฟี และค่าบริการต่างๆ ไม่แพงเกินไป และสนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทางและประหยัดเวลา ร้อยละ 77.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท เหตุผลในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ สนามอยู่ใกล้ สะดวกทั้งการเดินทางและประหยัดเวลา ร้อยละ 73.5, 66.7 และ 76.4

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ย ต่อครั้งในการใช้บริการ สนามกอล์ฟ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 500 บาท	7 (23.3)	7 (10.4)	8 (13.1)	5 (10.2)	4 (22.2)	4 (7.3)	35 (12.5)
501 - 1,000 บาท	17 (56.7)	39 (58.2)	34 (55.7)	26 (53.1)	7 (38.9)	30 (54.5)	153 (54.6)
1,001 - 1,500 บาท	6 (20.0)	12 (17.9)	9 (14.8)	10 (20.4)	2 (11.1)	8 (14.5)	47 (16.8)
1,501 - 2,000 บาท	0 (0.0)	9 (13.4)	5 (8.2)	7 (14.3)	3 (16.7)	10 (18.2)	34 (12.1)
มากกว่า 2,000 บาท	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (8.2)	1 (2.0)	2 (11.1)	3 (5.5)	11 (3.9)
รวม	30 (100.0)	67 (100.0)	61 (100.0)	49 (100.0)	18 (100.0)	55 (100.0)	280 (100.0)

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อ ครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ มากที่สุด คือ 501 - 1,000 บาทร้อยละ 56.7, 58.2, 55.7, 53.1, 38.9 และ 54.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

บริการที่ใช้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท (จำนวน 30 คน)	10,001- 20,000 บาท (จำนวน 67 คน)	20,001- 30,000 บาท (จำนวน 61 คน)	30,001- 40,000 บาท (จำนวน 49 คน)	40,001-50,000 บาท (จำนวน 18 คน)	มากกว่า 50,000 บาท (จำนวน 55 คน)	รวม (จำนวน 280 คน)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การออกรอบ	26 (86.7)	65 (97.0)	55 (90.2)	43 (87.8)	18 (100.0)	55 (100.0)	262 (93.6)
พนักงานแคคคี่	20 (66.7)	58 (86.6)	51 (83.6)	45 (91.8)	16 (88.9)	53 (96.4)	243 (86.8)
เช่ารถกอล์ฟ	5 (16.7)	21 (31.3)	25 (41.0)	24 (49.0)	8 (44.4)	30 (54.5)	113 (40.4)
ร้านอาหาร เครื่องดื่ม	16 (53.3)	37 (55.2)	40 (65.6)	28 (57.1)	12 (66.7)	43 (78.2)	176 (62.9)
สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	19 (63.3)	40 (59.7)	32 (52.5)	17 (34.7)	13 (72.2)	31 (56.4)	152 (54.3)
สถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	2 (6.7)	9 (13.4)	8 (13.1)	4 (8.2)	1 (5.6)	12 (21.8)	36 (12.9)
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ กอล์ฟ	5 (16.7)	5 (7.5)	10 (16.4)	6 (12.2)	4 (22.2)	16 (29.1)	46 (16.4)
เช่าอุปกรณ์ในการเล่น กอล์ฟ	5 (16.7)	5 (7.5)	10 (16.4)	6 (12.2)	4 (22.2)	16 (29.1)	7 (2.5)

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท บริการที่ใช้มากที่สุด การออกรอบ ร้อยละ 86.7, 97.0, 90.2, 100.0 และ 100.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 30,001-40,000 บาท บริการที่ใช้มากที่สุด คือ พนักงานแคคคี่ ร้อยละ 91.8

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟใน
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

6.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟ
ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม	3.87 (มาก)	3.61 (มาก)	3.82 (มาก)
สภาพแทนตั้งดี (ทีออฟ)	3.59 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.57 (มาก)
สภาพของแฟร์เวย์	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)	3.94 (มาก)
สภาพของกรีน	4.11 (มาก)	3.69 (มาก)	4.04 (มาก)
ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม	3.77 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.70 (มาก)
ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม)	3.75 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.68 (มาก)
มีร้านอาหารให้บริการ	3.28 (น้อย)	3.18 (น้อย)	3.26 (น้อย)
มีบริการครบวงจร	3.10 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.08 (น้อย)
มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop)	2.78 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.79 (น้อย)
บริการให้เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ	2.43	2.76	2.49
มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	3.22 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.28 (น้อย)
มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	2.68 (น้อย)	3.22 (น้อย)	2.78 (น้อย)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ

(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มาตรฐานของสนาม	3.84 (มาก)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.40 (น้อย)

จากตารางที่ 74 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ
เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
อยู่ในระดับมาก คือ สภาพของกรีน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก
คือ สภาพของแฟร์เวย์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าสมาชิกสนาม	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
ราคาค่าสนาม	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)
ราคาค่าบริการแคดดี้	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ	3.25 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	3.27 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.31 (น้อย)
ราคารวม ในการออกรอบ	3.95 (มาก)	3.65 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง
ให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูง
สุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าปัจจัยย่อย ด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก
คือ ราคาค่าสมาชิกสนาม และ ราคาค่าสนาม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ใกล้ตัวเมือง	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)
อยู่ใกล้ที่พัก	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.66 (มาก)	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)
การคมนาคมสะดวก	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.05 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	3.90 (มาก)	4.16 (มาก)	3.95 (มาก)
เวลาเปิดปิดสนามให้บริการ	3.49 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)
สามารถติดต่อจองสนามทางโทรศัพท์ได้	3.64 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 (มาก)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 4.01) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม	3.23 (น้อย)	2.78 (น้อย)	3.15 (น้อย)
มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	3.59 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.53 (มาก)
มีการลดราคาไว้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่	3.55 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.48 (น้อย)
มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)	3.23 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.17 (น้อย)
มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ	3.44 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.39 (น้อย)
การโฆษณา	3.31 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.25 (น้อย)
การประชาสัมพันธ์	3.33 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.28 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (น้อย)	3.03 (น้อย)	3.32 (น้อย)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 3.59) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 3.20) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	Total
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีมากพอ	3.72 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.67 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ดี	3.87 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจใส่ดูแลให้คำแนะนำ และบริการที่ดี	3.94 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)
การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.04 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.71 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 78 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ
เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญ
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย
4.11,4.00) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณ สนามกอล์ฟ	4.10 (มาก)	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว	4.13 (มาก)	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)
คลับเฮาส์ มีความหรูหรา กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71 (มาก)	3.43 (มาก)	3.66 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ	3.80 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.72 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง ร่มเย็น	3.93 (มาก)	4.24 (มาก)	3.99 (มาก)
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและแคดดี้สะอาดเรียบร้อย	3.76 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90 (มาก)	3.70 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 79 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว (ค่าเฉลี่ย 4.13) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีที่จอดรถกว้างขวาง ร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.24) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดแคตตี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
การจำหน่ายค่าสนาม ค่าแคตตี้และค่าบริการอื่นๆ ถูกต้อง รวดเร็ว	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดกลุ่ม ออกรอบตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน	4.16 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ดูแล จัดการ การเล่นเกมในสนามของแต่ละกลุ่ม ให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ	4.08 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)
ลดสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นเกม ให้เหลือน้อย ที่สุด เช่น การตัดหญ้า ในเวลาเปิดการให้บริการ	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)
มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 80 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ
เพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่ม ออกรอบตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.16)
มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ
การจัดแคตตี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว และ การจัดกลุ่ม ออกรอบตามคิวอย่าง
ยุติธรรม เท่าเทียมกัน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

6.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟใน
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม	2.92 (น้อย)	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	4.24 (มาก)	3.82 (มาก)
สภาพแวดล้อม (ทิวทัศน์)	2.75 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.57 (มาก)
สภาพของแฟร์เวย์	3.67 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
สภาพของกรีน	3.50 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	4.12 (มาก)	4.48 (มาก)	4.04 (มาก)
ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนาม	3.33 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม)	2.92 (น้อย)	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)	3.68 (มาก)
มีร้านอาหารให้บริการ	2.83 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.26 (น้อย)
มีบริการครบวงจร	3.00 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.85 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.08 (น้อย)
มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop)	2.75 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.79 (น้อย)
บริการให้เช่าอุปกรณ์ในการเล่นกอล์ฟ	1.83 (น้อยที่สุด)	2.82 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)
มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	3.75 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.28 (น้อย)
มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	2.67 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.66 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.78 (น้อย)

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอาชีพ

(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มาตรฐานของสนาม	3.25 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.80 (มาก)	3.93 (มาก)	4.16 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.01 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.37 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.40 (น้อย)

จากตารางที่ 81 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ
ให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range) (ค่าเฉลี่ย 3.75) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพของกรีน (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.92, 4.12, 4.48) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพของแฟร์เวย์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าสมาชิกสนาม	4.08 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)	3.68 (มาก)	3.94 (มาก)
ราคาค่าสนาม	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	4.31 (มาก)	3.98 (มาก)	4.15 (มาก)	4.40 (มาก)	4.13 (มาก)
ราคาค่าบริการแคคตัส	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ	2.17 (น้อยที่สุด)	3.68 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.25 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	2.75 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.42 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.31 (น้อย)
ราคารวม ในการออกรอบ	2.92 (น้อย)	3.95 (มาก)	4.23 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	4.28 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (น้อย)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 82 พบว่าปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสมาชิกสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.08,4.02) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคากرينฟี (ค่าเฉลี่ย 4.11,4.31,4.15,4.40) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ใกล้ตัวเมือง	3.17 (น้อย)	3.88 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)
อยู่ใกล้ที่พัก	3.25 (น้อย)	3.91 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	2.92 (น้อย)	3.65 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.69 (มาก)
การคมนาคมสะดวก	3.50 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	3.80 (มาก)	4.05 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง สะดวกสบาย	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)	3.52 (มาก)	3.95 (มาก)
เวลาเปิดปิดสนามให้บริการ	2.92 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	3.28 (น้อย)	3.50 (มาก)
สามารถติดต่อจองสนามทางโทรศัพท์ได้	2.58 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.15 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	3.65 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 83 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04, 4.23, 4.18) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.92) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						
	นักเรียนนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม	2.92 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.15 (น้อย)
มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	2.58 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.85 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)
มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่	3.17 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.88 (มาก)	3.48 (น้อย)
มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)	3.58 (มาก)	3.00 (น้อย)	2.77 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.17 (น้อย)
มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ	2.50 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.39 (น้อย)
การโฆษณา	2.50 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.25 (น้อย)
การประชาสัมพันธ์	2.75 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.28 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.86 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.32 (น้อย)

จากตารางที่ 84 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปีจึงข้อย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่ง ชั้นหรือไม่) (ค่าเฉลี่ย 3.58) มากกว่าข้อย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.39) มากกว่าข้อย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือมีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 3.85,3.70,4.00) มากกว่าข้อย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) มากกว่าข้อย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่/ พนักงานสนามมีมากพอ	2.42 (น้อยที่สุด)	3.75 (มาก)	2.77 (น้อย)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความ เข้าใจในหน้าที่ดี	2.92 (น้อย)	3.77 (มาก)	2.92 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.99 (มาก)	4.28 (มาก)	3.83 (มาก)
เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจ ใส่ดูแลให้คำแนะนำ และบริการที่ดี	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)	2.92 (น้อย)	3.83 (มาก)	4.01 (มาก)	4.36 (มาก)	3.88 (มาก)
การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)	4.40 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานให้บริการอย่าง เสมอภาค	3.58 (มาก)	3.86 (มาก)	3.54 (มาก)	3.90 (มาก)	4.13 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (น้อย)	3.81 (มาก)	3.15 (น้อย)	3.85 (มาก)	4.04 (มาก)	4.26 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 85 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมาก คือการพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.75, 3.89, 3.62, 4.08, 4.22, 4.40) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณ สนามกอล์ฟ	3.58 (มาก)	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	4.36 (มาก)	4.06 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	4.21 (มาก)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)
คลับเฮาส์ มีความหรูหรา กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก	3.17 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)
ชื่อเสียงและที่น่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ	2.83 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง ร่มเย็น	3.50 (มาก)	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	3.68 (มาก)	3.99 (มาก)
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและแคดดี้สะอาดเรียบร้อย	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.76 (มาก)	4.08 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.44 (น้อย)	3.84 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 86 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถาม นักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว (ค่าเฉลี่ย 3.92,3.95,4.21) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีที่จอดรถกว้างขวางร่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 4.08,4.00) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณ สนามกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดแคตตาล็อกเพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว	3.75 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)
การจำหน่ายค่าสนาม ค่าแคตตาล็อกและค่าบริการอื่นๆถูกต้อง รวดเร็ว	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดกลุ่ม ออกกรอบตามคิวอย่างยุติธรรมเท่าเทียมกัน	3.75 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)	3.90 (มาก)	4.25 (มาก)	4.48 (มาก)	4.13 (มาก)
ดูแล จัดการ การเล่นเกมกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ	3.67 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	4.48 (มาก)	4.04 (มาก)
ลดสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นเกมกอล์ฟ ให้เหลือน้อยที่สุด เช่น การตัดหญ้า ในเวลาเปิดกรให้บริการ	3.42 (น้อย)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)
มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว	3.42 (น้อย)	3.89 (มาก)	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)	3.72 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	4.13 (มาก)	4.24 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 87 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจำหน่ายค่าสนาม ค่าแคคคี่และ ค่าบริการอื่นๆถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.83) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดแคคคี่เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.23) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวอย่างยุติธรรมเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.25) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดแคคคี่เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว และดูแลจัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกลุ่มอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือการจัดแคคคี่เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.52) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

6.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟใน
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบและการออกแบบ ทิวทัศน์ในสนาม	3.23 (น้อย)	3.73 (มาก)	3.95 (มาก)	3.82 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)
สภาพแท่นตั้งตี (ทีออฟ)	3.27 (น้อย)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.57 (มาก)
สภาพของแฟร์เวย์	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	3.86 (มาก)	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)
สภาพของกรีน	3.73 (มาก)	4.12 (มาก)	4.10 (มาก)	3.96 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)
ความท้าทาย ความ ยาก-ง่ายของสนาม	3.37 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	3.70 (มาก)
ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.68 (มาก)
มีร้านอาหารให้บริการ	3.17 (น้อย)	2.99 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.72 (มาก)	3.16 (น้อย)	3.26 (น้อย)
มีบริการครบวงจร	2.83 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.08 (น้อย)
มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ กอล์ฟ (Pro Shop)	2.70 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.87 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.79 (น้อย)
บริการให้เช่าอุปกรณ์ใน การเล่นกอล์ฟ	2.37 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.07 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)
มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	3.53 (มาก)	3.13 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)	2.75 (น้อย)	3.28 (น้อย)

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	2.63 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	3.37 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.78 (น้อย)
มาตรฐานของสนาม	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)	3.97 (มาก)	3.63 (มาก)	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.40 (น้อย)

จากตารางที่ 88 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพของกรีน (ค่าเฉลี่ย 3.73, 4.12, 4.10, 3.96, 4.09) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม และสภาพของกรีน (ค่าเฉลี่ย 4.06) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าสมาชิกสนาม	3.57 (มาก)	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)
ราคาค่าสนาม	3.73 (มาก)	4.09 (มาก)	4.34 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
ราคาค่าบริการแคคตัส	3.77 (มาก)	3.69 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ	3.10 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.75 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.17 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	3.33 (น้อย)	3.01 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.31 (น้อย)
ราคารวม ในการออก รอบ	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตารางที่ 89 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าบริการแคคตัส และ ราคารวมในการออกรอบ (ค่าเฉลี่ย 3.77) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคากرينฟี (ค่าเฉลี่ย 4.09,4.34,4.13) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 –40,000 และ40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสมาชิกสนาม (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.11) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ใกล้ตัวเมือง	3.53 (มาก)	3.93 (มาก)	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)
อยู่ใกล้ที่พัก	3.57 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	4.22 (มาก)	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.10 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.85 (มาก)	3.69 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)
การคมนาคมสะดวก	3.83 (มาก)	3.99 (มาก)	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	4.13 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
เวลาเปิดปิดสนามให้บริการ	3.27 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.50 (มาก)
สามารถติดต่อจองสนามทางโทรศัพท์ได้	3.40 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)	3.56 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 90 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.83, 4.18, 4.11) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.01) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001–40,000 และ 40,001–50,000 บาท ให้ความสำคัญ
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 4.24) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่
ในระดับมาก คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง และการคมนาคมสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.05) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

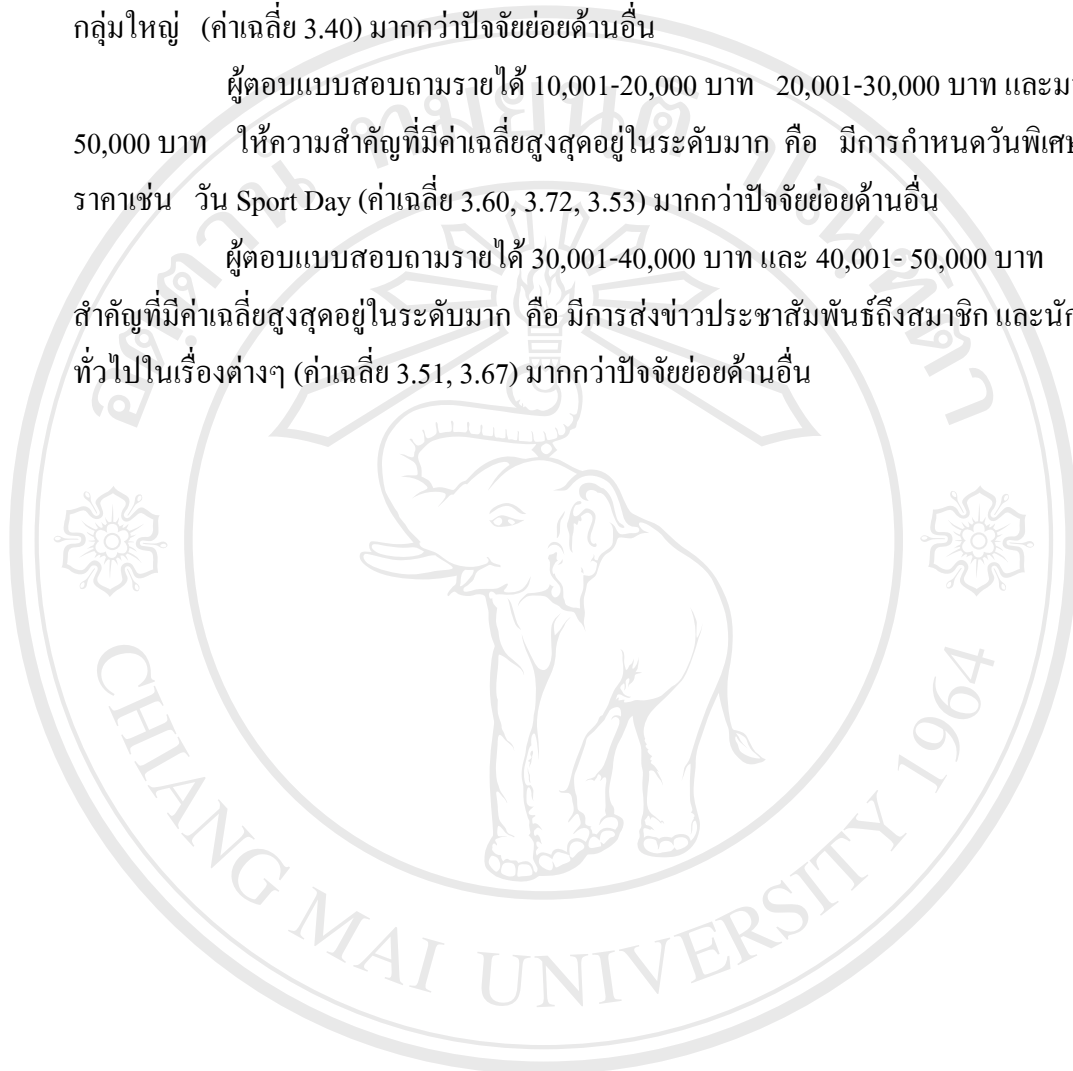
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม	2.97 (น้อย)	3.09 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.15 (น้อย)
มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	3.07 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)
มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่	3.40 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.66 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.48 (น้อย)
มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)	3.27 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.44 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.17 (น้อย)
มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ	3.00 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.67 (มาก)	3.07 (น้อย)	3.39 (น้อย)
การโฆษณา	2.93 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.25 (น้อย)
การประชาสัมพันธ์	2.97 (น้อย)	3.30 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.28 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.30 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.32 (น้อย)

จากตารางที่ 91 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปีจึงข้อย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือมีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.40) มากกว่าปีจขยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 3.60, 3.72, 3.53) มากกว่าปีจขยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001- 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51, 3.67) มากกว่าปีจขยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่/ พนักงานสนามมีมากพอ	3.23 (น้อย)	3.73 (มาก)	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.53 (มาก)	3.67 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความ เข้าใจในหน้าที่ดี	3.43 (น้อย)	3.85 (มาก)	4.05 (มาก)	3.71 (มาก)	4.17 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
เจ้าหน้าที่/พนักงานเอาใจ ใส่ดูแลให้คำแนะนำ และบริการที่ดี	3.60 (มาก)	3.94 (มาก)	4.03 (มาก)	3.78 (มาก)	4.17 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี	3.83 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานให้บริการอย่าง เสมอภาค	3.53 (มาก)	3.99 (มาก)	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.87 (มาก)	4.12 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 92 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การพูดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 3.83, 4.13, 4.18, 4.08, 4.28) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.07) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณ สนามกอล์ฟ	3.63 (มาก)	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.35 (มาก)	4.06 (มาก)
ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว	3.73 (มาก)	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)	4.02 (มาก)	4.22 (มาก)	4.31 (มาก)	4.09 (มาก)
คลับเฮาส์ มีความหรูหรา กว้างขวาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก	3.27 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.66 (มาก)
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ	3.27 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)	3.72 (มาก)
มีที่จอดรถกว้างขวาง รั่มเย็น	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	4.10 (มาก)	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและแคดดี้สะอาดเรียบร้อย	3.37 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 93 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีที่จอดรถกว้างขวาง รั่มเย็น (ค่าเฉลี่ย 3.87, 4.10, 4.24) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาด ของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว (ค่าเฉลี่ย 4.09, 4.22) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณสนามกอล์ฟ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดแคตตาล็อกเพื่อบริการ รับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว	3.77 (มาก)	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.11 (มาก)	4.10 (มาก)
การจำหน่ายค่าสนาม ค่าแคตตาล็อกและค่าบริการ อื่นๆถูกต้อง รวดเร็ว	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)
การจัดกลุ่ม ออกกรอบ ตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน	3.80 (มาก)	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.04 (มาก)	4.28 (มาก)	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)
ดูแล จัดการ การเล่น กอล์ฟในสนามของ แต่ ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ ติดขัดกลุ่มอื่นๆ	3.70 (มาก)	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)
ลดสิ่งรบกวนอื่นๆ ใน ขณะเล่นกอล์ฟ ให้ เหลือน้อยที่สุด เช่น การ ตัดหญ้า ในเวลาเปิดการ ให้บริการ	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	4.20 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)
มีการแก้ไขปัญหาที่เกิด ขึ้นได้อย่าง รวดเร็ว	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)	4.22 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.02 (มาก)	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)

จากตารางที่ 94 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้
ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจำหน่ายค่าสนาม ค่าแคคคี่และ ค่าบริการอื่นๆถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่ม ออกรอบตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.10, 4.28, 4.33) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดแคคคี่เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟถูกต้อง รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.28, 4.14) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 7 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคมพบในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

7.1 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคมพบในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบ และการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม ไม้ดี	3.44 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.35 (น้อย)
สภาพแท่นตั้งดี (ทีออฟ) ไม้ดี	3.46 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.37 (น้อย)
สภาพแฟร์เวย์ ไม้ดี	3.67 (มาก)	3.16 (น้อย)	3.58 (มาก)
สภาพกรีน ไม้ดี	3.77 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.66 (มาก)
สนามไม่มีความท้าทาย	3.28 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.22 (น้อย)
จำนวนหลุม ไม้ดี มาตรฐาน	3.34 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ไม่มีร้านอาหาร ให้บริการ	3.00 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.96 (น้อย)
บริการมีไม่ครบวงจร	2.75 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.71 (น้อย)
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop) มีน้อย /ไม่มี	2.48 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการให้เช่าอุปกรณ์ ในการเล่น กอล์ฟ	2.30 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)
ไม่มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	2.74 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)
ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

(ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สนามไม่มีมาตรฐาน	3.32 (น้อย)	2.69 (น้อย)	3.21 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 (น้อย)	2.72 (น้อย)	3.01 (น้อย)

จากตารางที่ 95 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพกรีนไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.77) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ สภาพแฟร์เวย์ไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.16) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าสมาชิกสนามแข่ง	3.69 (มาก)	3.22 (น้อย)	3.61 (มาก)
ราคาค่าสนามแข่ง	3.84 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.77 (มาก)
ราคาค่าบริการแคดดี้แพง	3.59 (มาก)	3.37 (น้อย)	3.55 (มาก)
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟแพง	3.33 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.32 (น้อย)
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่มแพง	3.39 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.34 (น้อย)
ราคารวม ในการออกรอบแพง	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 96 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสนามแข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.84) มากกว่าปัญหาด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือราคารวม ในการออกรอบแพง (ค่าเฉลี่ย 3.53) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 97 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ไกลตัวเมือง	3.39 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.35 (น้อย)
อยู่ไกลที่พัก	3.33 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.30 (น้อย)
อยู่ไกลที่ทำงาน	3.19 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.13 (น้อย)
การคมนาคมไม่สะดวก	3.48 (น้อย)	2.82 (น้อย)	3.36 (น้อย)
ที่จอดรถไม่สะดวกสบาย	3.30 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.22 (น้อย)
เวลาเปิด ให้บริการไม่สะดวก	3.19 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.13 (น้อย)
ไม่สามารถติดต่อของสนามทางโทรศัพท์	3.18 (น้อย)	2.73 (น้อย)	3.10 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.23 (น้อย)

จากตารางที่ 97 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง
เพศชายและเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่
ในระดับน้อย คือ การคมนาคมไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.48) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คืออยู่ไกล
ตัวเมือง และอยู่ไกลที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.12) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม	2.80 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.75 (น้อย)
ไม่มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	3.04 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.97 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่	3.05 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.96 (น้อย)
ไม่มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)	2.80 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)
ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ	3.06 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.03 (น้อย)
ไม่มีการโฆษณา	3.00 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.94 (น้อย)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	3.02 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.94 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.97 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.90 (น้อย)

จากตารางที่ 98 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.06,2.86) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 99 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

ด้านบุคลากร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีไม่พอ	3.61 (มาก)	2.76 (น้อย)	3.46 (น้อย)
พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในหน้าที่	3.68 (มาก)	2.92 (น้อย)	3.55 (มาก)
เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลไม่ห้คำแนะนำและบริการไม่ดี	3.68 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.58 (มาก)
พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มารยาทไม่ดี	3.83 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.72 (มาก)
พนักงานให้บริการไม่เสมอภาค	3.74 (มาก)	3.02 (น้อย)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 99 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มารยาทไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.83) ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.18) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม	3.55 (มาก)	2.84 (น้อย)	3.43 (น้อย)
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด	3.61 (มาก)	2.96 (น้อย)	3.50 (มาก)
คลับเฮาส์ไม่มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวก มีความไม่ครบ	3.24 (น้อย)	2.67 (น้อย)	3.14 (น้อย)
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้บริการไม่ ครบครัน	3.26 (น้อย)	2.57 (น้อย)	3.14 (น้อย)
ที่จอดรถน้อย ไม่มีที่บังแดด	3.39 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและ แคดดี้ ไม่สะอาด	3.24 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	3.09 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (น้อย)	2.71 (น้อย)	3.26 (น้อย)

จากตารางที่ 100 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปีจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.61) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.96) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 101 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านกระบวนการ
จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดแคตตี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูกต้อง และล่าช้า	3.64 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.56 (มาก)
การจำหน่ายกรีนฟี แคตตี้และค่าบริการ อื่นๆ ไม่ถูก ต้อง และล่าช้า	3.57 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.50 (มาก)
การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียม กัน	3.73 (มาก)	3.37 (น้อย)	3.66 (มาก)
ดูแล จัดการ การเล่นเกมกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่ม ไม่สะดวก ดัดขัดกลุ่มอื่นๆ	3.68 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.59 (มาก)
มีสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะที่เล่นเกมกอล์ฟ	3.51 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.42 (น้อย)
การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมีความล่าช้า	3.45 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.35 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 101 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหา
ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
น้อย

ในแต่ละปีจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่
ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ส่วนผู้ตอบแบบสอบ
ถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.37) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

6.2 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคมพบในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบ การออกแบบ ทิวทัศน์ในสนาม ไม่ดี	2.08 (น้อยที่สุด)	3.23 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.45 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.35 (น้อย)
สภาพแท่นตั้งตี (ทีออฟ) ไม่ดี	2.33 (น้อยที่สุด)	3.35 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.37 (น้อย)
สภาพแฟร์เวย์ไม่ดี	2.83 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.58 (มาก)
สภาพกรีนไม่ดี	2.83 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.82 (มาก)	4.24 (มาก)	3.66 (มาก)
สนามไม่มีความท้าทาย	2.67 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.32 (น้อย)	3.22 (น้อย)
จำนวนหลุม ไม่ได้มาตรฐาน	3.25 (น้อย)	3.16 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.32 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ไม่มีร้านอาหาร ให้บริการ	2.50 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.54 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.96 (น้อย)
บริการมีไม่ครบวงจร	2.25 (น้อยที่สุด)	2.70 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.70 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.71 (น้อย)
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ กอล์ฟ(Pro Shop) มีน้อย/ไม่มี	1.83 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.77 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการให้เช่า อุปกรณ์ในการเล่น กอล์ฟ	2.25 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)
ไม่มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.77 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	1.67 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ
(ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สนามไม่มีมาตรฐาน	1.92 (น้อยที่สุด)	3.05 (น้อย)	2.69 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.21 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.34 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.01 (น้อย)

จากตารางที่ 102 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษาพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ จำนวนหลุมไม่ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.25) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพแอร์เวย์ไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.51) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ สนามไม่มีความทึบ (ค่าเฉลี่ย 3.15) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพกรีนไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.58, 3.82, 4.24) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

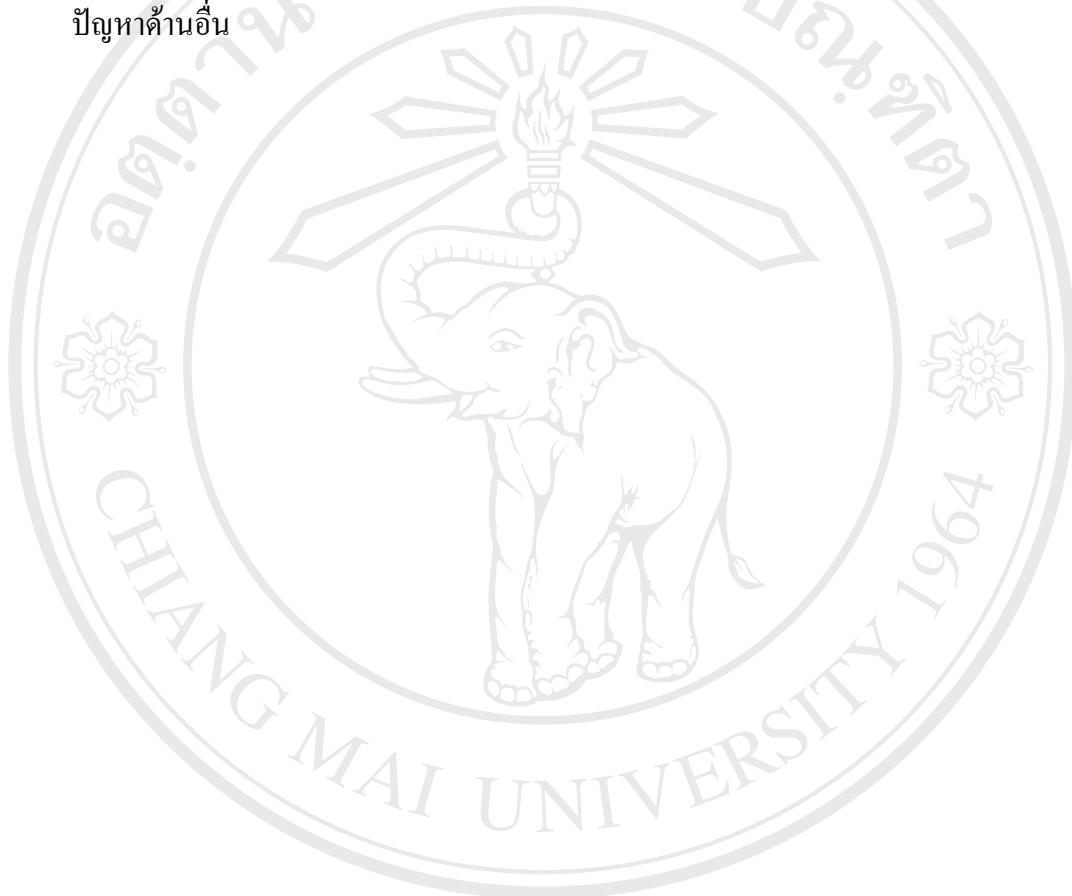
ด้านราคา	อาชีพ						รวม
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาค่าสมาชิกสนามแข่ง	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)	3.85 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.48 (น้อย)	4.12 (มาก)	3.61 (มาก)
ราคาค่าสนามแข่ง	3.42 (น้อย)	3.70 (มาก)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.84 (มาก)	4.12 (มาก)	3.77 (มาก)
ราคาค่าบริการแคดดี้แข่ง	3.25 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟแข่ง	3.17 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.32 (น้อย)
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่มแข่ง	2.75 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.37 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.34 (น้อย)
ราคารวม ในการออกรอบแข่ง	3.25 (น้อย)	3.74 (มาก)	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	4.16 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.82 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 103 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสมาชิกสนามแข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.50,3.85) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคารวมในการออกรอบแพง (ค่าเฉลี่ย 3.74, 4.16) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสนามแพง (ค่าเฉลี่ย 3.64, 3.84) มากกว่าปัญหาด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ไกลตัวเมือง	2.58 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.35 (น้อย)
อยู่ไกลที่พัก	2.50 (น้อย)	3.60 (มาก)	2.77 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.30 (น้อย)
อยู่ไกลที่ทำงาน	2.17 (น้อยที่สุด)	3.49 (น้อย)	2.62 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.11 (น้อย)	2.76 (น้อย)	3.13 (น้อย)
การคมนาคมไม่สะดวก	2.75 (น้อย)	3.44 (น้อย)	2.54 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.45 (น้อย)	3.72 (มาก)	3.36 (น้อย)
ที่จอดรถไม่สะดวก สบาย	2.50 (น้อย)	3.28 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	3.12 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.22 (น้อย)
เวลาปิด เปิดให้บริการ ไม่สะดวก	2.92 (น้อย)	3.28 (น้อย)	2.54 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.13 (น้อย)
ไม่สามารถติดต่อจอง สนามทางโทรศัพท์	2.33 (น้อยที่สุด)	3.21 (น้อย)	2.62 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.76 (มาก)	3.10 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.54 (น้อย)	3.40 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.23 (น้อย)

จากตารางที่ 104 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา พบปัญหาที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ เวลาปิด-เปิดให้บริการไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.92) มากกว่าปัญหา
ด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ
อยู่ไกลที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.60) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.00,3.47) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การคมนาคมไม่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.45) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคมนาคมไม่สะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) มากกว่าปัญหาด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านการส่งเสริมการ
ตลาด จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการ ตลาด	อาชีพ						
	นักเรียน นัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/ นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการจัดการแข่งขัน ประจำปีของสนาม	2.42 (น้อยที่สุด)	2.81 (น้อย)	2.08 (น้อยที่สุด)	2.83 (น้อย)	2.71 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.75 (น้อย)
ไม่มีการกำหนดวันพิเศษ เพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	2.83 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.97 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.68 (มาก)	2.97 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาให้ใน กรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้ง กลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่	2.75 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.84 (มาก)	2.96 (น้อย)
ไม่มีรางวัลพิเศษมอบให้ ถ้าทำ Hole in one ได้ใน หลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะ มีการแข่งขันหรือไม่)	1.83 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.73 (น้อย)
ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ ถึงสมาชิก และ นักกอล์ฟทั่วไปในเรื่อง ต่างๆ	2.58 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.05 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.03 (น้อย)
ไม่มีการโฆษณา	2.00 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	2.77 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.32 (น้อย)	2.94 (น้อย)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	1.92 (น้อยที่สุด)	2.96 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.97 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.36 (น้อย)	2.94 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.33 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.39 (น้อย)	2.90 (น้อย)

จากตารางที่ 105 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพพบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 2.83) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.04, 3.00, 3.05, 2.96) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 106 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

ด้านบุคลากร	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีไม่พอ	3.08 (น้อย)	3.32 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)	3.46 (น้อย)
พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในหน้าที่	3.17 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.54 (มาก)	4.28 (มาก)	3.55 (มาก)
เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลไม่ห้คำแนะนำ และบริการไม่ดี	3.00 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.68 (มาก)	3.56 (มาก)	4.32 (มาก)	3.58 (มาก)
พนักงานพูดจาไม่สุภาพมารยาทไม่ดี	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)	4.24 (มาก)	3.72 (มาก)
พนักงานให้บริการไม่เสมอภาค	3.25 (น้อย)	3.32 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	4.24 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	4.18 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 106 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ /นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานพูดจาไม่สุภาพมารยาทไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.75, 3.54, 3.69, 3.72) มากกว่าปัญหาด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลไม่ห้คำแนะนำ และบริการไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.32 มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม	3.17 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.37 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.76 (มาก)	3.43 (น้อย)
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด	3.00 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.61 (มาก)	4.04 (มาก)	3.50 (มาก)
คลับเฮาส์ไม่มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกควมสะดวกมีไม่ครบ	2.42 (น้อยที่สุด)	3.12 (น้อย)	2.85 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.14 (น้อย)
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้บริการมีไม่ ครบครัน	2.08 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.37 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.14 (น้อย)
ที่จอดรถมีน้อย ไม่มีที่บังแดด	2.75 (น้อย)	3.46 (น้อย)	2.69 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.16 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและ แคนดี้ ไม่สะอาด	2.67 (น้อย)	3.32 (น้อย)	2.54 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.09 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.68 (น้อย)	3.26 (น้อย)	2.83 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.26 (น้อย)

จากตารางที่ 107 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน

เจ้าของกิจการ /นักธุรกิจ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ
อาชีพอื่นๆ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา พบปัญหาที่มี
มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.17) มากกว่าปัญหา
ด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย
คือ ที่จอดรถมีน้อยไม่มีที่บังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.46) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน
ระดับน้อย คือ สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม และห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก
ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.00) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน
ระดับน้อย คือ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) มากกว่า
ปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน
ระดับมาก คือ สถานที่ไม่สะอาดไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.54) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.54) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านกระบวนการ
จำแนกตามอาชีพ

ด้านกระบวนการ	อาชีพ						
	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดแคตตาล็อกเพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูกต้อง และล่าช้า	3.42 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.92 (มาก)	3.34 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)	3.56 (มาก)
การจำหน่ายกรีนฟี แคตตาล็อกและบริการอื่นๆไม่ถูกต้อง และล่าช้า	3.17 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)	3.34 (น้อย)	3.48 (น้อย)	4.04 (มาก)	3.50 (มาก)
การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียม กัน	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.66 (มาก)	4.32 (มาก)	3.66 (มาก)
ดูแล จัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มไม่สะดวก ติดขัดกลุ่มอื่นๆ	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.58 (มาก)	4.32 (มาก)	3.59 (มาก)
มีสิ่งรบกวนอื่นๆ ในขณะเล่นกอล์ฟ	3.42 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.42 (น้อย)
การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมีความล่าช้า	2.83 (น้อย)	3.46 (น้อย)	2.77 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.76 (มาก)	3.35 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.31 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.96 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 108 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียม กัน และ

ดูแลจัดการ การเล่นกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มไม่สะดวก ติดขัดกลุ่มอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.50,4.32) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.63,3.66) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดแคตตีเพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูกต้อง และล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

6.3 ข้อมูลปัญหาที่ผู้บริโภคมพบในการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบ การออกแบบ ทิวทัศน์ในสนาม ไม่ดี	2.90 (น้อย)	3.30 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.35 (น้อย)
สภาพแท่นตั้งตี (ทีออฟ) ไม่ดี	3.07 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.37 (น้อย)
สภาพแฟร์เวย์ไม่ดี	3.33 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.54 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)	3.58 (มาก)
สภาพกรีนไม่ดี	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.27 (น้อย)	3.67 (มาก)	4.22 (มาก)	3.66 (มาก)
สนามไม่มีความท้าทาย	2.87 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.22 (น้อย)
จำนวนหลุม ไม่ได้ มาตรฐาน	3.30 (น้อย)	3.03 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ไม่มีร้านอาหาร ให้ บริการ	2.83 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.96 (น้อย)
บริการมีไม่ครบวงจร	2.70 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.71 (น้อย)
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ กอล์ฟ(Pro Shop) มีน้อย /ไม่มี	2.23 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการให้เช่า อุปกรณ์ ในการเล่น กอล์ฟ	2.30 (น้อยที่สุด)	2.01 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.18 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)
ไม่มีสนามฝึกซ้อม (Driving Range)	2.90 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.67 (น้อย)	3.28 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.69 (น้อย)
ไม่มีสถานที่ออกกำลังกาย (Sport Club)	2.50 (น้อย)	2.18 (น้อยที่สุด)	2.61 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.72 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สนามไม่มีมาตรฐาน	3.17 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.25 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.89 (น้อย)	3.69 (น้อย)	3.21 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.89 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.03 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.30 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.01 (น้อย)

จากตารางที่ 109 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพกรีนไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.50, 3.67, 4.22) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท 40,001-50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ สภาพแฟร์เวย์ไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.54, 3.83) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ สภาพแฟร์เวย์ไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.29) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 110 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาค่าสมาชิกสนาม แข่ง	3.27 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.90 (มาก)	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)
ราคาค่าสนามแข่ง	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.93 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.89 (มาก)	4.13 (มาก)	3.77 (มาก)
ราคาค่าบริการแคดดี้ แข่ง	3.30 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.90 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)
ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟแข่ง	3.13 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.66 (มาก)	3.16 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.32 (น้อย)
ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม แข่ง	3.10 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.06 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.34 (น้อย)
ราคารวม ในการออก รอบแข่ง	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)	3.92 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.72 (มาก)	4.13 (มาก)	3.73 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.83 (มาก)	3.30 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 110 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปีจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคารวมในการออกรอบแข่ง (ค่าเฉลี่ย 3.70) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสนามแพง (ค่าเฉลี่ย 3.67, 3.93, 3.89) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสมาชิกสนามแพง (ค่าเฉลี่ย 3.67) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาค่าสนามแพง และราคารวมในการออกรอบแพง (ค่าเฉลี่ย 4.13) มากกว่าปัญหาด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 111 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ไกลตัวเมือง	3.20 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.16 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.35 (น้อย)
อยู่ไกลที่พัก	3.07 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.16 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.30 (น้อย)
อยู่ไกลที่ทำงาน	2.90 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.13 (น้อย)
การคมนาคมไม่สะดวก	3.47 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)	3.36 (น้อย)
ที่จอดรถไม่สะดวกสบาย	3.17 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.22 (น้อย)
เวลาเปิด เปิดให้บริการไม่สะดวก	3.07 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.13 (น้อย)
ไม่สามารถติดต่อจองสนามทางโทรศัพท์	2.90 (น้อย)	3.16 (น้อย)	3.20 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.10 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.11 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.23 (น้อย)

จากตารางที่ 111 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ การคมนาคมไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47, 3.27) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อยู่ไกลตัวเมือง (ค่าเฉลี่ย 3.57) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ อยู่ไกลตัวเมือง และอยู่ไกลที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.16) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 40,001-50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การคมนาคมไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.56,3.69) มากกว่าปัญหาด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 112 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม	2.63 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.78 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.75 (น้อย)
ไม่มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day	3.03 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.15 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.28 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.97 (น้อย)
ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่	3.00 (น้อย)	3.01 (น้อย)	3.10 (น้อย)	2.84 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.96 (น้อย)
ไม่มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in one ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.54 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.76 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.73 (น้อย)
ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ	2.93 (น้อย)	2.82 (น้อย)	3.23 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.03 (น้อย)
ไม่มีการโฆษณา	2.67 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.94 (น้อย)
ไม่มีการประชาสัมพันธ์	2.70 (น้อย)	2.79 (น้อย)	3.03 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.94 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.85 (น้อย)	3.21 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.90 (น้อย)

จากตารางที่ 112 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปีจ้ะย่อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่น วัน Sport Day (ค่าเฉลี่ย 3.03) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการลดราคาให้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่มทั้งกลุ่มเล็กกลุ่มใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.01, 3.33) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.23, 2.94) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ไม่มีการโฆษณา และไม่มีการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 113 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่/ พนักงานสนามมีไม่พอ	3.23 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.91 (มาก)	3.46 (น้อย)
พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่	3.40 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.44 (น้อย)	4.02 (มาก)	3.55 (มาก)
เจ้าหน้าที่/พนักงานไม่ เอาใจใส่ดูแลไม่ให้คำ แนะนำ และบริการไม่ดี	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	2.98 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.96 (มาก)	3.58 (มาก)
พนักงานพูดจาไม่สุภาพ มารยาทไม่ดี	3.97 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.56 (มาก)	4.15 (มาก)	3.72 (มาก)
พนักงานให้บริการไม่ เสมอภาค	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.06 (น้อย)	3.50 (มาก)	4.16 (มาก)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.07 (น้อย)	3.49 (น้อย)	4.04 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 113 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท พบปัญหาที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานพูดจาไม่สุภาพมารยาทไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.97, 3.72, 3.77, 3.56) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ จำนวนเจ้าหน้าที่/พนักงานสนามมีไม่พอ (ค่าเฉลี่ย 3.12) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานให้บริการไม่เสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 4.16) มากกว่าปัญหาด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 114 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม	3.37 (น้อย)	3.18 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.12 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.91 (มาก)	3.43 (น้อย)
ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด	3.37 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.17 (น้อย)	4.02 (มาก)	3.50 (มาก)
คลับเฮาส์ไม่มีความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกควมสะดวกมีไม่ครบ	3.00 (น้อย)	2.79 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.14 (น้อย)
ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้บริการมีไม่ ครบครัน	2.83 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.67 (มาก)	2.80 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.14 (น้อย)
ที่จอดรถมีน้อย ไม่มีที่บังแดด	3.30 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและ แคนดี้ ไม่สะอาด	2.97 (น้อย)	2.81 (น้อย)	3.34 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.83 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.09 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14 (น้อย)	2.99 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.06 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.26 (น้อย)

จากตารางที่ 114 พบว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ สถานที่ไม่สะอาด ไม่สวยงาม และ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.37) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.31) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ให้บริการมีไม่ ครบครัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย คือ ที่จอดรถมีน้อย ไม่มีที่บังแดด (ค่าเฉลี่ย 3.29, 3.44) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ที่ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว สกปรก ไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.02) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ตารางที่ 115 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบด้านกระบวนการ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดแคตตี้เพื่อบริการ รับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูก ต้อง และล่าช้า	3.53 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.27 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.82 (มาก)	3.56 (มาก)
การจำหน่ายกรีนฟี แคตตี้และค่าบริการ อื่นๆ ไม่ถูกต้อง และ ล่าช้า	3.53 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.73 (มาก)	3.50 (มาก)
การจัดกลุ่มออกรอบตาม คิวไม่เท่าเทียม กัน	3.77 (มาก)	3.66 (มาก)	3.69 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.50 (มาก)	4.07 (มาก)	3.66 (มาก)
ดูแล จัดการ การเล่น กอล์ฟในสนามของ แต่ ละกลุ่มไม่สะดวก ติด ขัดกลุ่มอื่นๆ	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.04 (น้อย)	3.39 (น้อย)	4.11 (มาก)	3.59 (มาก)
มีสิ่งรบกวนอื่นๆ ใน ขณะเล่นกอล์ฟ	3.27 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.42 (น้อย)
การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีความล่าช้า	3.27 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.69 (มาก)	3.35 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)	3.13 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.84 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 115 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน
10,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
น้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท
พบปัญหาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในแต่ละปีจี้ย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท พบปัญหาที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวไม่เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.77, 3.66, 3.69, 3.50) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การจัดแคตตีเพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟไม่ถูกต้อง และล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) มากกว่าปัญหาด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 50,000 บาท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ดูแลจัดการ การเล่นเกมกอล์ฟในสนามของ แต่ละกลุ่มไม่สะดวก ดิซคัคกลุ่มอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มากกว่าปัญหาด้านอื่น