

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ 2) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ 3) พฤติกรรมในการเลือกซื้อและใช้อุปกรณ์กอล์ฟ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์กอล์ฟ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ที่สนามกอล์ฟแซนด์ครีก อำเภอสันกำแพงและสนามทางคงกอล์ฟคลับ จำนวน 128 คนและ 272 คน ตามลำดับ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ในส่วนของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์กอล์ฟใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ 6 แห่งๆ ละ 4 คน รวมเป็น 24 คน ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลจากมกราคมถึงมีนาคม พ.ศ.2552 ผลการศึกษาสรุปประเด็นสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1) ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ส่วนใหญ่มีอายุ 51-60 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ข้าราชการและพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001- 30,000 บาท ระยะเวลาในการเล่นกอล์ฟมากกว่า 7 ปี และมีแต้มต่อ (Handicap) 19 – 24 พฤติกรรมผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ พบว่าเวลาในการเล่นกอล์ฟในวันทำงานเป็นวันศุกร์ ช่วงบ่าย เวลา 12.00-14.00 และ 14.00 – 16.00 น. สำหรับวันหยุด เล่นในวันเสาร์/อาทิตย์ ช่วงเช้า เวลา 08.00 – 10.00 น. และ 10.00 – 12.00 น. โดยมีค่าใช้จ่ายไม่เกินครั้งละ 1,000 บาท ปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟตัดสินใจเลือกใช้บริการคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ อยู่ใกล้ตัวเมือง ใกล้ที่พัก ใกล้ที่ทำงาน การคมนาคมสะดวก เดินทางง่าย รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สภาพของแฟร์เวย์และกรีนสมบูรณ์ มีหญ้าเต็มบริเวณ สนามเสมอและไม่ขรุขระ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลคืออาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและแต้มต่อ (Handicap) มีความสัมพันธ์กับบริการอื่นๆ ที่ใช้บริการ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม รถกอล์ฟ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัวและช่วงเวลาที่ให้บริการในวันทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์กอล์ฟ ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทและนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ระยะเวลาในการเล่นกอล์ฟ 5 - 7 ปี และมีแต้มต่อ (Handicap) 19 – 24

3) การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กอล์ฟ มีการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กอล์ฟด้วยตนเอง อุปกรณ์ที่ซื้อส่วนใหญ่มีเวลาการใช้ประมาณ 5 ปี รับประทานข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์กอล์ฟจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ หนังสือ นิตยสารกอล์ฟและร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟทั่วไป แหล่งในการซื้ออุปกรณ์กอล์ฟคือ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟและร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟทั่วไป ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กอล์ฟประมาณ 1 สัปดาห์ ราคารวมอุปกรณ์กอล์ฟที่ซื้อประมาณ 30,001 – 40,000 บาท

This research contained three main objectives which were; 1) to study the golf players' behaviors; 2) to examine significant factors influencing the golf players choosing the golf courses; and 3) to investigate the golf players' behaviors in buying and using the golf products. The population of this study comprised 2 groups, namely the golf players and the golf product buyers. The 128 and 272 golf players were randomly sampled from Sandcreek Golf Course, Amphur Sankamphaeng, and Hangdong Golf Club, Amphur Hangdong, respectively by simple random sampling technique. 24 golf product buyers, 4 players from each of 6 golf driving ranges in Chiang Mai, were randomly sampled by purposive selection technique. Data were collected from January to March 2009. The results of this study were summarized as follows:

1) The majority of the golf players was 51-60 years old and graduated a bachelor's degree. They were businessmen/business owners, civil servants and company employees and had average income of 20,001-30,000 baht per month. They had been playing golf for more than 7 years and had 19-24 handicaps. With regards to the golf players' behaviors, the study indicated that during weekdays, they played golf on Fridays between 12.00-02.00 p.m. and 02.00-04.00 p.m., and during weekends they played golf between 08.00 – 10.00 a.m. and 10.00 – 12.00 a.m. with the expense up to 1,000 baht each time. The significant factors affecting the golf players' decision in choosing golf course service were, firstly, the selling channel factor, for instance, the closing area to town, to their accommodation, and to their office and convenient transportation; and secondly, the product factor, which were fairway condition and perfect green with full and smooth grass area.

According to the study, it was found that the personal factors, namely occupation, average monthly income, and handicap related to other services which were foods and beverages, golf cart, bathroom, dressing room, and playing period during weekdays at the significant level of 0.05.

2) With reference to the golf product buyers, the majority of the respondents were 31-40 years old with a bachelor's degree. The majority of them were civil servants, company employees and businessmen/business owners whose average monthly incomes were 30,001 – 40,000 Baht. They had been playing golf for 5 - 7 years and had 19-24 handicaps.

3) In addition, the respondents decided to buy the golf products by themselves. The period of golf products using time was approximately 5 years. They obtained information concerning golf products from the golf shops in the golf driving ranges, books, golf magazines, and other golf product shops. The sources that they bought the golf products were the golf shops in the golf driving ranges and the golf product shops in general. The time for golf product buying process was 1 week and the price of the golf products bought was 30,001 – 40,000 baht.