187234

ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร (PROMOTION FACTORS INFLUENCING ON MEMBERSHIP OF GOLF COURSES IN BANGKOK METROPOLITAN)

สะมา แดงโสภา 4737492 SHSM/M

ศศ.ม. (การจัดการทางการกีฬา)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : ประเสริฐ ไชย สุขสอาด, Ph.D., ชาญชัย ชอบธรรมสกุล, Ph D.

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ ในเขตกรุงเทพมหานครและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการสนามกอล์ฟ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีความเที่ยงเท่ากับ 0.79 ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2549 – ตุลาคม 2549 ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW (Statistical Package for the Social Science for Window) โดยวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูลสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ (χ^2 - test)

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิต่อการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ =3.07, S.D.= 0.89) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัจจัยการส่งเสริมการตลาด พบว่า ด้านส่งเสริมการขาย ($\overline{X}$ = 3.09, S.D. = 1.00) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$ = 2.99, S.D. = 0.96) ด้านตลาดทางตรง ($\overline{X}$ = 2.96, S.D.= 0.93) และด้านการโฆษณา ($\overline{X}$ = 2.91, S.D. = 0.95) และด้านการขายโดยพนักงานขาย ($\overline{X}$ =3.41, S.D.=0.89) อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และอาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟควรจัดหาพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีบุคลิกภาพ สุภาพเรียบร้อย พูดจาไพเราะ และควรคำนึงถึงการให้บริการหลังการขาย นอกจากนี้การส่งเสริมการขายนอกเทศกาล (low Season) จะช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยเฉพาะการลด แลก แจก แถม กับสมาชิก การโฆษณาสินค้าและบริการควรทำผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆเช่น ในแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสารต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร และสร้างความประทับใจในการมาใช้บริการ

151 หน้า

187234

PROMOTION FACTORS INFLUENCING ON MEMBERSHIP OF GOLF COURSES IN BANGKOK METROPOLITAN

SAMA DANGSOPA 4737492 SHSM/M

M.A. (SPORT MANAGEMENT)

THESIS ADVISORS : PRASERTCHAI SUKSA-ARD, Ph.D., CHARNCHAI CHOBTHAMASAKU, Ph D.

ABSTRACT

This research aimed to study the promotion factor influencing membership of golf courses in Bangkok Metropolitan, including various personal factors and marketing promotion factors. The 450 golf course memberships in Bangkok Metropolitan were selected by random sampling technique during July – October 2006 as the reliability at 0.79. All data were analyzed with the SPSS/FW program (Statistical Package for the Social Science for Window) to determine percentage, mean, standard deviation and χ^2 - test.

It was found that the promotion factor influencing on the membership of golf courses in Bangkok Metropolitan was at the moderate level ($\bar{X}$ = 3.07, S.D. = 0.89). The result revealed that sale promotion is at ($\bar{X}$ = 3.09, S.D. = 1.00), Public Relations is at ($\bar{X}$ = 2.99, S.D. = 0.96), Direct Marketing is at ($\bar{X}$ = 2.96, S.D. = 0.93), Advertising is at ($\bar{X}$ = 2.91, S.D. = 0.95) and Direct Sale by staff is at ($\bar{X}$ = 3.41, S.D. = 0.89) all in the moderate level.

The study reveals that members' different ages, educational backgrounds, occupations are all related to the marketing promotions and have significance as at p = 05 and the different of genders, status and monthly incomes have no relation with the marketing promotion as at p = .05

This research suggests that golf courses business owners should carefully select sale executives who have a good personality and who are polite are nice. After sales service and proper information should be provided for customer decision making. However, some marketing promotions should be made out of the high season period to attract customers. Moreover, media and press such as brochures, advertisements in newspapers, magazines and journals with good images of organization.

KEY WORDS : PROMOTION FACTORS/ MEMBERSHIP/ GOLF COURSES

151 P.