

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอยู่ 3 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ (3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ 7 สนาม จำนวน 300 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเจ้าของกิจการ และมีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ผู้ใช้บริการที่เป็นสมาชิกกับที่ไม่เป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟมีส่วนใกล้เคียงกันซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกที่สนามกอล์ฟลานนา

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์หลักในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ เพื่อเป็นการออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการโดยเฉลี่ยเดือนละ 4-6 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการส่วนใหญ่คือ เวลา 06.00น-09.00 น. โดยใช้เวลาในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง 4-5 ชั่วโมง สำหรับค่าใช้จ่ายของการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 501-1,000 บาท ส่วนสนามกอล์ฟที่นิยมใช้มากที่สุดคือ สนามกอล์ฟลานนา รองลงมาคือ สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูนกอล์ฟคลับ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการมาก คือ ปัจจัยทางด้านราคา ด้านบุคลากรของผู้ให้บริการสนามกอล์ฟ ด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง คือ ด้านการบริการอื่น ๆ ของสนามกอล์ฟ เช่น มีภัตตาคาร และทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ

This study has 3 objectives: (1) to study the general characteristics of users of golf course services in Chiang Mai province, (2) to study their behavior in using such services and (3) to study various factors affecting their choice of these services. Primary data were obtained from a sample of 300 golfers from 7 golf courses in Chiang Mai, using questionnaire.

The results of the study show that most users are males. The majority of them are in the age group of 31- 40 years, married, with bachelor's degree, have their own private business, and with average income of 20,001 – 30,000 baht per month. Those who are members of a golf course and those who are not members of a golf course represent more or less the same ratio in the sample. The majority of those who are members belong to Lanna Golf Club.

As for the study on the behavior of users, it is found that nearly half of those interviewed expressed that they come to play golf to exercise. The average number of service use for the sample is 4-6 times per month. The most popular time to come is between 6.00 – 9.00 a.m. with an average of 4 –5 hours spent for each visit. Average spending is 501-1,000 baht for each visit. Lanna Golf Club is the most used golf course, and Chiang Mai – Lamphun Golf Club is the next popular.

Regarding to factors affecting the choice of using services of different golf clubs, it is found that factors relating to prices, service giving workers/personnel, and the course's lay out do affect greatly the choice of using golf courses. Factors which are found to moderately affect the choice of using golf courses are the availability of other related services e.g. restaurant, and the location of the golf course.