

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	17
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.3 วิธีการศึกษา	20
บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	24
4.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	27
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	41
4.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	65
5.1 สรุปผลการศึกษา	65
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	69
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	73
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	74
ประวัติผู้เขียน	81

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนโดยเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึง เดือนธันวาคม 2553	3
3.1 จำนวนโดยเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟคนไทยในจังหวัด เชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึง เดือนมกราคม 2554	17
4.1 ร้อยละทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	25
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่	27
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับสนามกอล์ฟที่ใช้เป็นประจำ	28
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่	28
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับวันที่ยินยอมใช้บริการสนาม กอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	29
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	29
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้ บริการสนามกอล์ฟ	30
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ แบบใด	30
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟ จำแนกตามอาชีพ	31
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟ จำแนกตามรายได้	32
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ จำแนกตามอาชีพ	33
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ จำแนกตามรายได้	34
4.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ	35
4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ จำแนกตามรายได้	37
4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ที่ประจำของท่าน จำแนกตามอาชีพ	39
4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ที่ประจำของท่าน จำแนกตามรายได้	40
4.18 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ	42
4.19 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสนามกอล์ฟ	42
4.20 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสนามกอล์ฟ	43
4.21 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ	44
4.22 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ	44
4.23 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ	45
4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้กับ รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ	47
4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ	50
4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้กับ ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	57
4.28 ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่าง	60
4.29 ระดับความพึงพอใจด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง	61
4.30 ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่าง	61
4.31 ระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง	62
4.32 ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง	63
4.33 สรุประดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ ของกลุ่มตัวอย่าง	64

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

2.1 กรอบแนวความคิดของการศึกษา

16



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved