

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลศึกษานำเสนอในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา อธิบายประกอบตาราง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน และระดับการศึกษา ผลการศึกษปรากฏดังนี้

ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มาเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ จำนวน 370 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 74.3 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 25.7

ด้านอายุ พบว่า ผู้ที่มาเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟมีอายุระหว่าง 31 -40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมามีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.3

ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ที่มาเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 81.6 รองลงมามีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.7 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.7

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ที่มาเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาเป็นข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.4 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.3 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.6 และเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.4

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มาเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 30,0001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.2 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 ดังแสดงในตาราง 4.1

ตาราง 4.1 ร้อยละทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	275	74.3
หญิง	95	25.7
รวม	370	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	35	9.5
ระหว่าง 31 – 40 ปี	167	45.1
มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	168	45.4
รวม	370	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	1.4
ปริญญาตรี	321	86.8
สูงกว่าปริญญาตรี	44	11.9
รวม	370	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	6	1.6
ข้าราชการ	54	14.6
พนักงานบริษัทเอกชน	119	32.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	7.8
เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	162	43.8
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

ตาราง 4.1 ร้อยละทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 30,000 บาท	101	27.3
30,001 – 50,000 บาท	124	33.5
มากกว่า 50,001 บาท	145	39.2
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

ด้านการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ โดยแยกตามสนามดังต่อไปนี้

สนามกอล์ฟลานนา พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 41.6 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟลานนา ร้อยละ 58.4

สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคาน่าคลับ พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคาน่าคลับ ร้อยละ 19.5 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคาน่าคลับ ร้อยละ 80.5

สนามกอล์ฟกองบิน 41 พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟกองบิน 41 ร้อยละ 34.3 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟกองบิน 41 ร้อยละ 65.7

สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ คันทรี่คลับ พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์คันทรี่คลับ ร้อยละ 32.7 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์คันทรี่คลับ ร้อยละ 67.3

สนามกอล์ฟอัลไพน์ กอล์ฟรีสอร์ต พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟอัลไพน์ กอล์ฟรีสอร์ต ร้อยละ 20.3 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟอัลไพน์ กอล์ฟรีสอร์ต ร้อยละ 78.4

สนามกอล์ฟรอยัล เชียงใหม่ กอล์ฟรีสอร์ต พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟรอยัล เชียงใหม่ กอล์ฟรีสอร์ต ร้อยละ 39.8 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟรอยัล เชียงใหม่ กอล์ฟรีสอร์ต ร้อยละ 60.2

สนามกอล์ฟแม่โจ้ กอล์ฟคลับ พบว่า ผู้ที่มามีเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแม่โจ้ กอล์ฟคลับ ร้อยละ 32.4 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแม่โจ้ กอล์ฟคลับ ร้อยละ 67.6

สนามกอล์ฟเชียงใหม่ไฮแลนด์ กอล์ฟ แอนด์สปา พบว่า ผู้ที่มาเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ เป็นสมาชิก สนามกอล์ฟเชียงใหม่ไฮแลนด์ กอล์ฟ แอนด์สปา ร้อยละ 40.5 และไม่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟเชียงใหม่ไฮแลนด์ กอล์ฟ แอนด์สปา ร้อยละ 59.5

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	เป็นสมาชิก	ร้อยละ	ไม่เป็นสมาชิก	ร้อยละ
สนามกอล์ฟลานนา	154	41.6	216	58.4
สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคาน่าคลับ	72	19.5	298	80.5
สนามกอล์ฟกองบิน 41	127	34.3	243	65.7
สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ คันทรี่คลับ	121	32.7	249	67.3
สนามกอล์ฟอัลไพน์ กอล์ฟรีสอร์ท	75	20.3	290	78.4
สนามกอล์ฟรอยัล เชียงใหม่ กอล์ฟรีสอร์ท	147	39.8	223	60.2
สนามกอล์ฟแม่โจ้ กอล์ฟ คลับ	120	32.4	250	67.6
สนามกอล์ฟเชียงใหม่ไฮแลนด์ กอล์ฟแอนด์สปา	150	40.5	220	59.5

ที่มา: จากการคำนวณ

4.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.2.1 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 370 ตัวอย่าง พบว่ามีพฤติกรรมการมาใช้บริการ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ เลือกใช้บริการสนามกอล์ฟลานนา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาเป็นสนามกอล์ฟกองบิน 41 คิดเป็นร้อยละ 20.8 และสนามกอล์ฟแม่โจ้ กอล์ฟ คลับ คิดเป็นร้อยละ 14.9 สนามกอล์ฟเชียงใหม่ไฮแลนด์ กอล์ฟ แอนด์สปา คิดเป็นร้อยละ 8.7 สนามกอล์ฟกรีนวัลเลย์ คันทรี่คลับ คิดเป็นร้อยละ 8.6 สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคาน่าคลับ คิดเป็นร้อยละ 6.5 สนามกอล์ฟอัลไพน์ กอล์ฟรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.3

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับสนามกอล์ฟที่ใช้เป็นประจำ

สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่ท่านเลือกใช้บริการเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1.1 สนามกอล์ฟลานนา	279	27.1
1.2 สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคาน่าคลับ	67	6.5
1.3 สนามกอล์ฟกองบิน 41	214	20.8
1.4 สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ คันทรี่คลับ	89	8.6
1.5 สนามกอล์ฟอัลไพน์ กอล์ฟรีสอร์ต	44	4.2
1.6 สนามรอยัล เชียงใหม่ กอล์ฟรีสอร์ต	95	9.2
1.7 สนามกอล์ฟแม่ใจ กอล์ฟ คลับ	154	14.9
1.8 สนามกอล์ฟเชียงใหม่ไฮแลนด์ กอล์ฟ แอนด์สปา	90	8.7

ที่มา : จากการคำนวณ

การใช้บริการในสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสนามกอล์ฟ 1-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ใช้บริการ 11 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.9 และ 6-10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ดังแสดงในตาราง 4.4

ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

การใช้บริการในสนามกอล์ฟจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ครั้งต่อเดือน	198	53.5
6 – 10 ครั้งต่อเดือน	39	10.5
11 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป	133	35.9
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

วันที่นิยมมาใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการสนามกอล์ฟ ในวันเสาร์ กับวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.9 รองลงมาในวันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 20.0 วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 19.2 วันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 7.0 วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 5.9 และวันพุธ คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.5

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับวันที่นิยมใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัด
เชียงใหม่

วันที่นิยมใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	22	5.9
อังคาร	26	7.0
พุธ	15	4.1
พฤหัสบดี	74	20.0
ศุกร์	71	19.2
เสาร์	81	21.9
อาทิตย์	81	21.9
รวม	370	100.0

ที่มา: จากการคำนวณ

โดยช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เวลาสนามกอล์ฟ คือ ช่วงเวลา 06.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาเวลา 12.00 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.47 และเวลา 18.01 น. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.3 ดังแสดงในตาราง 4.6

ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการสนามกอล์ฟใน
จังหวัดเชียงใหม่

ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
06.00 – 12.00 น.	175	47.3
12.01 – 18.00 น.	120	32.4
18.01 น. ขึ้นไป	75	20.3
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการสนามกอล์ฟต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย ต่อครั้งมากกว่า 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาใช้เวลาเฉลี่ย 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 36.2 และ 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.7

ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ

ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 ชั่วโมง	134	36.2
4 - 6 ชั่วโมง	89	24.1
มากกว่า 6 ชั่วโมง	147	39.4
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามกอล์ฟกับเพื่อน/กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาใช้บริการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 14.9 มาใช้บริการกับลูกค้า/เจ้านาย คิดเป็นร้อยละ 11.9 และมาใช้บริการกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.8

ตาราง 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแบบใด

ส่วนใหญ่มานมาใช้บริการสนามกอล์ฟแบบใด	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการคนเดียว	55	14.9
มาใช้บริการกับเพื่อน/กลุ่มเพื่อน	260	70.3
มาใช้บริการกับครอบครัว	11	3.0
มาใช้บริการกับลูกค้า/เจ้านาย	44	11.9
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

1) ผู้ที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟ

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 370 ตัวอย่าง พบว่า อันดับที่ 1 คือ เพื่อน/กลุ่มเพื่อน อันดับที่ 2 คือ ครอบครัว อันดับที่ 3 คือ ตัวเอง

เมื่อพิจารณาตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และ พนักงานบริษัทเอกชน ตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟเป็นอันดับที่ 1 คือ ตัวเอง และอาชีพพนักงาน รัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟเป็นอันดับที่ 1 คือ เพื่อน/กลุ่มเพื่อน ดังแสดงในตาราง 4.9

ตาราง 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นกีฬาอีสปอร์ต จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจเลือก เล่นกีฬาอีสปอร์ต		อาชีพ					รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ นักธุรกิจ	
ตัวเอง	จำนวน	2	23	44	5	33	107
	ร้อยละ	33.3	42.6	37.0	17.2	20.4	28.9
เพื่อน/ กลุ่มเพื่อน	จำนวน	2	13	45	16	65	141
	ร้อยละ	33.3	25.0	37.8	55.2	40.1	38.1
ครอบครัว	จำนวน	1	16	28	8	30	113
	ร้อยละ	16.7	29.6	23.5	27.6	37.0	30.5
ลูกค้า/ เจ้านาย	จำนวน	1	2	2	0	4	9
	ร้อยละ	13.7	3.6	1.7	0.0	2.5	2.4
รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามอีสปอร์ต ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 370 ตัวอย่าง เมื่อพิจารณา พบว่า อันดับที่ 1 คือ เพื่อน/กลุ่มเพื่อน อันดับที่ 2 คือ ครอบครัว อันดับที่ 3 คือ ตัวเอง และอันดับที่ 4 คือ ลูกค้าและเจ้านาย เมื่อแยกตามกลุ่มรายได้ พบว่า รายได้ไม่เกิน 30,000 บาท อันดับที่ 1 คือ ตัวเอง รายได้ 30,001 – 50,000 บาท อันดับที่ 1 คือ ครอบครัว และรายได้ มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป อันดับที่ 1 คือ เพื่อน/กลุ่มเพื่อน ดังแสดงในตาราง 4.10

ตาราง 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟ จำแนกตามรายได้

การตัดสินใจเลือกเล่นกีฬากอล์ฟ		รายได้			รวม
		ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001–50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	
ตัวเอง	จำนวน	41	36	30	107
	ร้อยละ	40.6	29.0	20.7	28.9
เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	จำนวน	35	36	70	141
	ร้อยละ	34.7	29.0	48.3	38.1
ครอบครัว	จำนวน	20	49	44	113
	ร้อยละ	19.8	39.5	30.3	30.5
ลูกค้า/เจ้านาย	จำนวน	5	3	1	9
	ร้อยละ	5.0	2.4	0.7	2.4
รวม	จำนวน	101	124	145	370
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

2) เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ จำนวน 370 ตัวอย่างพบว่า อันดับที่ 1 คือ เพื่อการออกกำลังกาย อันดับที่ 2 คือ เพื่อพบปะสังสรรค์กลุ่มเพื่อนฝูง อันดับที่ 3 คือ เพื่อพักผ่อนในยามว่าง อันดับที่ 4 คือ เพื่อพูดคุยธุรกิจกับลูกค้า/เจ้านาย เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า อาชีพทั้ง 5 กลุ่มให้เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ อันดับที่ 1 คือ เพื่อออกกำลังกาย ดังแสดงในตาราง 4.11

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		อาชีพ					รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ นักธุรกิจ	
เพื่อออกกำลังกาย	จำนวน	6	54	113	29	156	358
	ร้อยละ	50.0	39.7	32.2	33.3	34.6	34.6
เพื่อพักผ่อนใช้ เวลาว่าง	จำนวน	3	28	65	13	84	193
	ร้อยละ	30.0	20.6	18.5	14.9	18.6	18.6
เพื่อพบปะ สังสรรค์กลุ่ม เพื่อนฝูง	จำนวน	1	45	101	24	134	305
	ร้อยละ	10.0	33.1	28.8	27.6	29.7	29.5
เพื่อพูดคุยธุรกิจ กับลูกค้า/เจ้านาย	จำนวน	0	9	72	21	77	179
	ร้อยละ	0.0	6.6	20.5	24.1	17.1	17.3
มาท่องเที่ยวและ ถือโอกาสเล่น กอล์ฟ	จำนวน	-	-	-	-	-	-
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-
มาทัวร์กอล์ฟ กับคณะ	จำนวน	-	-	-	-	-	-
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-
รวม	จำนวน	10	136	351	87	451	1,035
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างของรายได้ทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า อันดับที่ 1 คือ เพื่อการออกกำลังกาย อันดับที่ 2 คือ เพื่อพบปะสังสรรค์กลุ่มเพื่อนฝูง อันดับที่ 3 คือ เพื่อพักผ่อนในเวลาว่าง อันดับที่ 4 คือ เพื่อพูดคุยธุรกิจกับลูกค้า/เจ้านาย เมื่อพิจารณาตามรายได้ พบว่า รายได้ไม่เกิน 30,000 บาท และรายได้ 30,001 – 50,000 บาท ให้เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ อันดับที่ 1 คือ

เพื่อออกกำลังกาย สำหรับรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไปให้เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ อันดับที่ 1 คือ เพื่อพบปะสังสรรค์กลุ่มเพื่อนฝูง ดังแสดงในตาราง 4.12

ตาราง 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ จำแนกตามรายได้

เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		รายได้			รวม
		ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001– 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
เพื่อออกกำลังกาย	จำนวน	95	124	139	358
	ร้อยละ	38.6	33.3	33.3	34.6
เพื่อพักผ่อนใช้เวลาว่าง	จำนวน	48	101	44	193
	ร้อยละ	19.5	27.2	10.6	18.6
เพื่อพบปะสังสรรค์กลุ่ม เพื่อนฝูง	จำนวน	70	94	141	305
	ร้อยละ	28.5	25.3	33.8	29.5
เพื่อพูดคุยธุรกิจกับลูกค้า/ เจ้านาย	จำนวน	33	53	93	179
	ร้อยละ	13.4	14.2	22.3	17.3
มาท่องเที่ยวและถือโอกาส เล่นกอล์ฟ	จำนวน	-	-	-	-
	ร้อยละ	-	-	-	-
มาทัวร์กอล์ฟกับคณะ	จำนวน	-	-	-	-
	ร้อยละ	-	-	-	-
รวม	จำนวน	246	372	417	1,035
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

3) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ จำนวน 370 ตัวอย่าง พบว่า อันดับที่ 1 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ ไม่เกิน 500 บาท คือ ค่าแคดดี้ ค่าทิป ค่าอาหาร และค่าเดินทาง ค่าซ่อมไคลฟ์ และ อันดับที่ 2 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟเกิน 501 -1000 บาท คือ

ค่ากรีนฟี และค่าเช่ารถกอล์ฟ เมื่อพิจารณาตามอาชีพ ทั้ง 5 กลุ่มอาชีพ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ ไม่เกิน 500 บาท อันดับที่ 1 คือ ค่าแคดดี้ ค่าทิป ค่าอาหาร ค่าเดินทาง และค่าซ่อมไทร์ และอาชีพทั้ง 5 กลุ่ม มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ 501- 1000 บาท อันดับที่ 1 คือ ค่ากรีนฟี และค่าเช่ารถกอล์ฟ ดังแสดงในตาราง 4.13 และตาราง 4.14

ตาราง 4.13 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	มากที่สุด	ปานกลาง	น้อยที่สุด
ค่ากรีนฟี	1,000	400	100
ค่าแคดดี้	200	150	100
ค่าเช่ารถกอล์ฟ	800	500	200
ค่าทิป	100	50	20
ค่าอาหาร	500	200	100
ค่าเดินทาง	400	200	100
ค่าซ่อมไทร์	500	200	100

ที่มา : จากการสำรวจ

ตาราง 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ			อาชีพ					รวม
			นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/นัก ธุรกิจ	
ค่ากรีนฟี	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	0	25	50	14	65	154
		ร้อยละ	0.0	46.3	42.0	48.3	40.1	41.6
	501-1000 บาท	จำนวน	5	26	53	15	76	175
		ร้อยละ	83.3	48.1	44.5	51.7	46.9	47.3
	1001 บาท ขึ้นไป	จำนวน	1	3	16	0	21	41
		ร้อยละ	16.7	5.6	13.4	0.0	13.0	11.0
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตาราง 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ			อาชีพ					รวม
			นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ นักธุรกิจ	
ค่าแคะดี	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าเช่ารถ กอล์ฟ	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	0	26	16	6	43	91
		ร้อยละ	0.0	48.1	13.4	20.7	26.5	24.6
	501 – 1000 บาท	จำนวน	6	28	103	23	119	279
		ร้อยละ	100.0	51.9	86.6	79.3	73.5	75.4
	1001 บาทขึ้นไป	จำนวน	-	-	-	-	-	-
		ร้อยละ	-	-	-	-	-	-
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าทิป	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าอาหาร	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่า เดินทาง	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตาราง 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ			อาชีพ					รวม
			นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ นักธุรกิจ	
ค่าซ่อม ไครฟ์	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างของรายได้ทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า ค่าใช้จ่ายค่าแคดดี้ ค่าเช่ารถกอล์ฟ อันดับที่ 1 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ 501 - 1000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายของ ค่าแคดดี้ ค่าทิป ค่าอาหาร ค่าเดินทาง และค่าซ่อมไครฟ์ อันดับที่ 1 คือ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยไม่เกิน 500 บาท แสดงในตาราง 4.15

ตาราง 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ จำแนกตามรายได้

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ			รายได้			รวม
			ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
ค่ากรีนฟี	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	45	54	55	154
		ร้อยละ	44.6	43.5	37.9	41.6
	501 – 1000 บาท	จำนวน	42	58	75	175
		ร้อยละ	41.6	46.8	51.7	47.3
	1001 บาทขึ้นไป	จำนวน	14	12	15	41
		ร้อยละ	13.9	9.7	10.3	11.1
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

ตาราง 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ			รายได้			รวม
			ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
ค่าแคะดี	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าเช่ารถ กอล์ฟ	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	33	37	21	91
		ร้อยละ	32.7	29.8	14.5	24.6
	501 – 1000 บาท	จำนวน	68	87	124	279
		ร้อยละ	67.3	70.2	85.5	75.4
	1001 บาทขึ้นไป	จำนวน	-	-	-	-
		ร้อยละ	-	-	-	-
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าทิป	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าอาหาร	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
ค่าเดินทาง	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

ตาราง 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการใช้บริการสนามกอล์ฟ			รายได้			รวม
			ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
ค่าซ่อมไคร์ฟ	ไม่เกิน 500 บาท	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0
	รวม	จำนวน	101	124	145	370
		ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

4) สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของสาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำ จำนวน 370 ตัวอย่าง พบว่า อันดับที่ 1 ใกล้บ้าน/ที่ทำงานเดินทางสะดวก อันดับที่ 2 คือ สนามสวยงามได้มาตรฐาน อันดับที่ 3 คือ ค่ากรีน ค่าแคดดี้ ค่าบริการต่าง ๆ ถูกกว่าที่อื่น อันดับที่ 4 คือ พนักงาน/แคดดี้บริการดี เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่า อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ อันดับที่ 1 คือ ใกล้บ้าน/ที่ทำงานเดินทางสะดวก แสดงในตาราง 4.16

ตาราง 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน จำแนกตามอาชีพ

การเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ที่ประจำของท่าน		อาชีพ					รวม
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของ กิจการ/ นักธุรกิจ	
ใกล้ที่บ้าน/ที่ทำงาน เดินทางสะดวก	จำนวน	4	36	106	14	110	270
	ร้อยละ	66.7	66.7	89.1	48.3	67.9	73.0
สนามสวยงามได้ มาตรฐาน	จำนวน	0	14	0	10	39	63
	ร้อยละ	0.0	25.9	0.0	34.5	24.1	17.0

ตาราง 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

การเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน		อาชีพ					รวม
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ	
ค่ากรีน ค่าแคดดี้ ค่าบริการต่าง ๆ ถูกกว่าที่อื่น	จำนวน	0	1	9	4	7	21
	ร้อยละ	0.0	19.9	7.6	13.8	4.3	5.7
พนักงาน/แคดดี้ บริการดี	จำนวน	2	3	4	1	6	16
	ร้อยละ	33.3	5.6	3.4	3.4	3.7	4.3
รวม	จำนวน	6	54	119	29	162	370
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างของสาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำ จำนวน 370 ตัวอย่าง พบว่า อันดับที่ 1 คือ ใกล้ที่บ้าน/ที่ทำงานเดินทางสะดวก อันดับที่ 2 สนามสวยงามได้มาตรฐาน อันดับที่ 3 คือ ค่ากรีน ค่าแคดดี้ ค่าบริการต่าง ๆ ถูกกว่าที่อื่น และอันดับที่ 4 คือ พนักงาน/แคดดี้ บริการดี

เมื่อพิจารณาตามรายได้ พบว่า รายได้ไม่เกิน 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 50,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป เหมือนกันคือ อันดับที่ 1 ใกล้บ้าน/ที่ทำงานเดินทางสะดวก แสดงในตาราง 4.17

ตาราง 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน จำแนกตามรายได้

การเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน		รายได้			รวม
		ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
ใกล้ที่บ้าน/ที่ทำงาน เดินทางสะดวก	จำนวน	96	99	75	270
	ร้อยละ	95.0	79.8	51.7	73.0

ตาราง 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟที่ประจำของท่าน จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

การเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ที่ประจำของท่าน		รายได้			รวม
		ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
สนามสวยงามได้มาตรฐาน	จำนวน	0	14	49	63
	ร้อยละ	0.0	11.3	33.8	17.0
ค่ากรีน ค่าแคดดี้ ค่าบริการ ต่าง ๆ ถูกกว่าที่อื่น	จำนวน	3	5	13	21
	ร้อยละ	3.0	4.0	9.0	5.7
พนักงาน/แคดดี้บริการดี	จำนวน	2	6	8	16
	ร้อยละ	2.0	4.8	5.5	4.3
รวม	จำนวน	101	124	145	370
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product and Service) ปัจจัยด้านราคา(Price) ปัจจัยด้านบุคลากร(People) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence and Presentation) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 ราย สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ปัจจัยทางด้านการผลิตภัณฑ์

การศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ของผู้ให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับที่ 1 คือ รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม ความสวยงาม อันดับที่ 2 คือ สภาพสนาม อันดับ 3 คือ ความท้าทายความยากง่ายของสนาม อันดับ 4 คือ ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม) อันดับ 5 คือ มาตรฐานของสนาม ชื่อเสียง และอันดับ 6 คือ มีร้านอาหารให้บริการ แสดงข้อมูลตามตาราง 4.18

ตาราง 4.18 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนามความสวยงาม	3.71	มาก	1
2. สภาพสนาม (แน่นตึงดี สภาพแฟร์เวย์ สภาพกรีน) สภาพดี	3.70	มาก	2
3. ความท้าทาย ความยากง่ายของสนาม	3.58	มาก	3
4. ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม)	3.54	มาก	4
5. มีร้านอาหารให้บริการ	2.82	ปานกลาง	6
6. มาตรฐานของสนาม ชื่อเสียง	3.16	ปานกลาง	5
รวม	3.42	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยทางด้านราคา

การศึกษาปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ของผู้ให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างให้มีความสำคัญ อันดับที่ 1 คือ ราคาค่าใช้สนามกรีนฟี อันดับที่ 2 คือ ราคาค่าสมาชิกสนาม อันดับที่ 3 คือ ราคารวมในการออกรอบ อันดับที่ 4 คือ ราคาค่าพนักงานแคดดี้ อันดับที่ 5 คือ ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ และอันดับที่ 6 คือ ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม แสดงข้อมูลตามตาราง 4.19

ตาราง 4.19 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. ราคาค่าสมาชิกสนาม	3.73	มาก	2
2. ราคาค่าใช้สนามกรีนฟี	3.79	มาก	1
3. ราคาค่าพนักงานแคดดี้	3.05	ปานกลาง	4
4. ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ	2.66	ปานกลาง	5

ตาราง 4.19 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
5. ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	2.63	ปานกลาง	6
6. ราคารวมในการออกรอบ	3.59	มาก	3
รวม	3.24	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยทางด้านบุคลากร

การศึกษาปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ของผู้ให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือ พนักงานมีอัตราเสียดี/สุภาพ/มีใจบริการ อันดับที่ 2 คือ พนักงานมีการให้บริการอย่างรวดเร็ว อันดับที่ 3 คือ พนักงานมีจำนวนมากพอกับความต้องการของลูกค้า และอันดับที่ 4 คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกีฬากอล์ฟและการใช้อุปกรณ์ อย่างถูกต้อง แสดงข้อมูลตามตาราง 4.20

ตาราง 4.20 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. พนักงานมีอัตราเสียดี/สุภาพ/มีใจบริการ	3.50	มาก	1
2. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกีฬากอล์ฟและการใช้อุปกรณ์ อย่างถูกต้อง	3.21	ปานกลาง	4
3. พนักงานมีการให้บริการอย่างรวดเร็ว	3.42	ปานกลาง	2
4. พนักงานมีจำนวนมากพอกับความต้องการของลูกค้า	3.29	ปานกลาง	3
รวม	3.36	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การศึกษาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ อันดับที่ 1 คือ การเดินทางสะดวก รถไม่ติด อันดับที่ 2 คือ ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่พัก อันดับที่ 3 คือ ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน อันดับที่ 4 คือ มีการตกแต่งรอบๆ สนามสวยงาม และอันดับที่ 5 คือ มีความสะอาด บรรยากาศร่มรื่น แสดงข้อมูลตามตาราง 4.21

ตาราง 4.21 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่พัก	3.56	มาก	2
2. ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน	3.30	ปานกลาง	3
3. การเดินทางสะดวก รถไม่ติด	3.62	มาก	1
4. มีการตกแต่งรอบๆ สนามสวยงาม	3.25	ปานกลาง	4
5. มีความสะอาด บรรยากาศร่มรื่น	3.24	ปานกลาง	5
รวม	3.39	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

การศึกษาปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ของผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือ มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก อันดับที่ 2 คือ มีการให้ส่วนลดตามเวลา ตามวัน อันดับที่ 3 คือ มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกและนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่าง ๆ และอันดับที่ 4 คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ แสดงข้อมูลตามตาราง 4.22

ตาราง 4.22 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกและ นักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่าง ๆ	3.15	ปานกลาง	3
2. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	2.78	ปานกลาง	4
3. มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.51	มาก	1
4. มีการให้ส่วนลดตามเวลา ตามวัน เช่น วัน ธรรมดาถูกกว่าวันหยุด	3.32	ปานกลาง	2
รวม	3.19	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

**สรุปประเด็นความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการสนามกอล์ฟ ของกลุ่มตัวอย่าง**

การคำนวณค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.42 อันดับที่ 2 คือ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 3.39 อันดับที่ 3 คือ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 3.36 อันดับที่ 4 คือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.24 และอันดับที่ 5 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ แสดงข้อมูลตามตาราง 4.23

ตาราง 4.23 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.42	ปานกลาง	1
ด้านราคา	3.24	ปานกลาง	4
ด้านบุคลากร	3.36	ปานกลาง	3
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.39	ปานกลาง	2

ตาราง 4.23 ลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.19	ปานกลาง	5

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ทำการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่แสดงพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟ 5 ตัว คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟ ได้แก่ รูปแบบการมาใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ และค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ผลการศึกษาดังตาราง 4.24– 4.27

1) รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ผลการศึกษาดังตาราง 4.24

1.1 รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับเพศ

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับเพศ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 19.534 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคือเพศมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

1.2 รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับอายุ

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับอายุ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 33.597 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคืออายุมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

1.3 รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับระดับการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับระดับการศึกษา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 23.871 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มระดับการศึกษามีรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคือระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

1.4 รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับอาชีพ

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับอาชีพ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.051 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

1.5 รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับรายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟกับรายได้ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 116.121 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคือรายได้มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

ตาราง 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัย			รูปแบบการมาใช้บริการ				รวม	χ^2 (Sig.)
			คนเดียว	เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	ครอบครัว	ลูกค้า/เจ้านาย		
เพศ	ชาย	จำนวน	12	201	46	16	275	19.534 (0.000) **
		ร้อยละ	4.4	73.1	16.7	5.8	100.0	
	หญิง	จำนวน	16	53	22	4	95	
		ร้อยละ	16.8	55.8	23.2	4.2	100.0	
	รวม	จำนวน	28	254	68	20	370	
		ร้อยละ	7.6	68.6	18.4	5.4	100.0	
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	จำนวน	9	18	5	3	35	33.597 (0.000) **
		ร้อยละ	25.7	51.4	14.3	8.6	100.0	
	30 – 40 ปี	จำนวน	17	115	24	11	167	
		ร้อยละ	10.2	68.9	14.4	6.6	100.0	
	41 ปีขึ้นไป	จำนวน	2	121	39	6	168	
		ร้อยละ	1.2	72.0	23.2	3.6	100.0	
	รวม	จำนวน	28	254	68	20	370	
		ร้อยละ	7.6	68.6	18.4	5.4	100.0	

ตาราง 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
รูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัย			รูปแบบการมาใช้บริการ				รวม	χ^2 (Sig.)
			คนเดียว	เพื่อน/กลุ่ม เพื่อน	ครอบครัว	ลูกค้า/ เจ้านาย		
ระดับ การ ศึกษา	ต่ำกว่า	จำนวน	1	2	1	1	5	23.871 (0.001) **
		ร้อยละ	20.0	40.0	20.0	20.0	100.0	
	ปริญญาตรี	จำนวน	21	222	66	12	321	
		ร้อยละ	6.5	69.2	20.6	3.7	100.0	
	สูงกว่า	จำนวน	6	30	1	7	44	
		ร้อยละ	13.6	68.2	2.3	15.9	100.0	
	รวม	จำนวน	28	254	68	20	370	
		ร้อยละ	7.6	68.8	18.4	5.4	100.0	
อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	จำนวน	0	2	3	1	6	27.051 (0.000) **
		ร้อยละ	0	33.3	50.0	16.7	100.0	
	ข้าราชการ	จำนวน	8	27	15	4	54	
		ร้อยละ	14.8	50.0	27.8	7.4	100.0	
	พนักงาน/ บริษัทเอกชน	จำนวน	10	92	10	7	119	
		ร้อยละ	8.4	77.3	8.4	5.9	100.0	
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	2	20	5	2	29	
		ร้อยละ	6.9	68.9	17.3	6.9	100.0	
	เจ้าของกิจการ นักธุรกิจ	จำนวน	8	113	35	6	162	
		ร้อยละ	4.9	69.7	21.6	3.8	100.0	
	รวม	จำนวน	28	254	68	20	370	
		ร้อยละ	7.6	68.6	18.4	5.4	100.0	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ตาราง 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัย			รูปแบบการมาใช้บริการ				รวม	χ^2 (Sig.)
			คนเดียว	เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	ครอบครัว	ลูกค้า/เจ้านาย		
รายได้	รายได้ไม่ เกิน 30,000	จำนวน	19	66	10	6	101	116.121 (0.000) **
		ร้อยละ	18.8	65.3	9.9	5.9	100.0	
	30,001 – 50,000	จำนวน	7	56	55	6	124	
		ร้อยละ	5.6	45.2	44.4	4.8	100.0	
	50,001 บาทขึ้นไป	จำนวน	2	132	3	8	145	
		ร้อยละ	1.4	91.0	2.1	5.5	100.0	
	รวม	จำนวน	28	254	68	20	370	
		ร้อยละ	7.6	68.6	18.4	5.4	100.0	

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2) บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ผลการศึกษาดังตาราง 4.25

2.1 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับเพศ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับเพศ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 31.678 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคือเพศมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ

2.2 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับอายุ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับอายุ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 23.694 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคืออายุมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ

2.3 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับระดับการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับระดับการศึกษา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.336 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มระดับการศึกษามีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ

2.4 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับอาชีพ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับอาชีพ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.851 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการมาใช้บริการสนามกอล์ฟ

2.5 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับรายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟกับรายได้ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 26.617 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟแตกต่างกัน กล่าวคือรายได้มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ

ตาราง 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ

ปัจจัย			รูปแบบการมาใช้บริการ				รวม	χ^2 (Sig.)
			คนเดียว	เพื่อน/ กลุ่มเพื่อน	ครอบครัว	ลูกค้า/ เจ้านาย		
เพศ	ชาย	จำนวน	63	101	103	8	275	31.678 (0.000)
		ร้อยละ	22.9	36.7	37.5	2.9	100.0	
	หญิง	จำนวน	44	40	10	1	95	
		ร้อยละ	46.3	42.1	10.5	1.1	100.0	
	รวม	จำนวน	107	141	113	9	370	
		ร้อยละ	28.8	38.1	30.5	2.4	100.0	

ตาราง 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัย			รูปแบบการมาใช้บริการ				รวม	χ^2 (Sig.)
			คนเดียว	เพื่อน/ กลุ่มเพื่อน	ครอบครัว	ลูกค้า/ เจ้านาย		
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	จำนวน	12	2	19	2	35	23.694 (0.001)
		ร้อยละ	34.3	5.7	54.3	5.7	100.0	
	30 – 40 ปี	จำนวน	45	64	55	3	167	
		ร้อยละ	26.9	38.3	32.9	1.8	100.0	
	41 ปีขึ้นไป	จำนวน	50	75	39	4	168	
		ร้อยละ	29.8	44.6	23.2	2.4	100.0	
	รวม	จำนวน	107	141	113	9	370	
		ร้อยละ	28.9	38.1	30.5	2.4	100.0	
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวน	1	1	2	1	5	27.336 (0.000)
		ร้อยละ	20.0	20.0	40.0	200.0	100.0	
	ปริญญาตรี	จำนวน	100	128	85	8	321	
		ร้อยละ	31.2	39.9	26.5	2.5	100.0	
	สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	6	12	26	0	44	
		ร้อยละ	13.6	27.3	59.1	0	100.0	
	รวม	จำนวน	107	141	113	9	370	
		ร้อยละ	28.9	38.1	30.5	2.4	100.0	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	จำนวน	2	2	1	1	6	27.851 (0.004) **
		ร้อยละ	33.3	33.3	16.7	16.7	100.0	
	ข้าราชการ	จำนวน	23	13	16	2	54	
		ร้อยละ	42.6	24.1	29.6	3.7	100.0	
	พนักงาน/บริษัทเอกชน	จำนวน	44	45	28	2	119	
		ร้อยละ	37.0	37.8	23.5	1.7	100.0	
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน	5	16	8	0	29	
		ร้อยละ	17.2	55.2	27.6	0.0	100.0	

ตาราง 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเล่นกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัย			รูปแบบการมาใช้บริการ				รวม	χ^2 (Sig.)
			คนเดียว	เพื่อน/ กลุ่มเพื่อน	ครอบครัว	ลูกค้า/ เจ้านาย		
เข้าของกิจการ	จำนวน	จำนวน	33	65	60	4	162	
	ร้อยละ	ร้อยละ	20.4	40.1	37.0	2.5	100.0	
	จำนวน	จำนวน	107	141	113	9	370	
	ร้อยละ	ร้อยละ	28.9	38.1	30.5	2.4	100.0	
รายได้	รายได้ไม่เกิน 30,000	จำนวน	41	35	20	5	101	26.617 (0.000) **
		ร้อยละ	40.6	34.7	19.8	5.0	100.0	
	30,001 – 50,000	จำนวน	36	36	49	3	124	
		ร้อยละ	29.0	29.0	39.5	2.4	100.0	
	50,001 บาทขึ้นไป	จำนวน	30	70	44	1	145	
		ร้อยละ	20.7	48.3	30.3	7.0	100.0	
	รวม	จำนวน	107	141	113	9	370	
		ร้อยละ	28.9	38.1	30.5	2.4	100.0	

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3) เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ เหตุผลในการเล่นกีฬากอล์ฟประกอบด้วย 4 ข้อที่ถูกเลือกคือ เพื่อการออกกำลังกาย เพื่อพักผ่อนในยามว่าง เพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง และเพื่อพูดคุยธุรกิจ ผลการศึกษาดังตาราง 4.26

3.1 เหตุผลในการเล่นกอล์ฟกับเพศ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเล่นกอล์ฟทั้ง 4 ข้อ กับเพศ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.284 1.122 0.009 และ 2.811 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.038 0.290 0.923 และ 0.094 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีเหตุผลในการเล่นกอล์ฟไม่แตกต่างกัน กล่าวคือเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ

3.2 เหตุผลในการเล่นกอล์ฟกับอายุ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเล่นกอล์ฟทั้ง 4 ข้อ กับอายุ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.296 32.299 17.778 และ 27.091 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.523 0.000 0.000 และ 0.000 ซึ่งเหตุผลเพื่อการออกกำลังกายมีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 ในระหว่างกลุ่มอายุมีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกายไม่แตกต่างกัน กล่าวคืออายุไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกาย ส่วนเหตุผลเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจแตกต่างกัน กล่าวคืออายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจ

3.3 เหตุผลในการเล่นกอล์ฟกับระดับการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเล่นกอล์ฟทั้ง 4 ข้อ กับระดับการศึกษา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.893 13.617 13.665 และ 13.135 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.388 0.000 0.000 และ 0.000 ซึ่งเหตุผลเพื่อการออกกำลังกายมีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 ในระหว่างกลุ่มระดับการศึกษามีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกาย ส่วนเหตุผลเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มระดับการศึกษามีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจแตกต่างกัน กล่าวคือระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจ

3.4 เหตุผลในการเล่นกอล์ฟกับอาชีพ

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเล่นกอล์ฟทั้ง 4 ข้อ กับอาชีพ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.320 0.933 18.451 และ 41.129 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.364 0.920 0.001 และ 0.000 ซึ่งเหตุผลเพื่อการออกกำลังกายและพักผ่อน มีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกายและพักผ่อนไม่แตกต่างกัน กล่าวคืออาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกายและพักผ่อน ส่วนเหตุผลเพื่อพบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อพบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจแตกต่างกัน กล่าวคืออาชีพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อพบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจ

3.5 เหตุผลในการเล่นกอล์ฟกับรายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลในการเล่นกอล์ฟทั้ง 4 ข้อ กับรายได้ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.868 71.16 37.734 และ 25.973 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.032 0.000 0.000 และ 0.000 ซึ่งเหตุผลเพื่อการออกกำลังกายมีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05 ในระหว่างกลุ่มรายได้ มีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกายไม่แตกต่างกัน กล่าวคือรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกาย ส่วนเหตุผลเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้มีเหตุผลเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจแตกต่างกัน กล่าวคือรายได้มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อน พบปะสังสรรค์ และพุดคุยธุรกิจ

ตาราง 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับเหตุผลในการเล่นกอล์ฟ

ปัจจัย			เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ			
			เพื่อออกกำลังกาย	เพื่อพักผ่อน ในยามว่าง	เพื่อพบปะ สังสรรค์ กับเพื่อนฝูง	เพื่อพุดคุยธุรกิจ/ ลูกค้าเจ้านาย
เพศ	ชาย	จำนวน	263	139	227	126
		ร้อยละ	95.6	50.5	82.5	45.8
	หญิง	จำนวน	95	54	78	53
		ร้อยละ	100.0	56.8	82.1	55.8
		χ^2	4.284	1.122	0.009	2.811
		(Sig.)	(0.038)	(0.290)	(0.923)	(0.094)
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	จำนวน	35	32	20	18
		ร้อยละ	100.0	91.4	57.1	51.4
	30 – 40 ปี	จำนวน	161	67	145	104
		ร้อยละ	96.4	40.1	86.8	62.3
	41 ปีขึ้นไป	จำนวน	162	94	140	57
		ร้อยละ	96.4	56.0	83.3	33.9
	ค่าสถิติ	χ^2	1.296	32.299	17.778	27.091
		(Sig.)	(0.523)	(0.000) **	(0.000) **	(0.000) **

ตาราง 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัย			เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ			
			เพื่อ ออกกำลังกาย	เพื่อพักผ่อน ในยามว่าง	เพื่อพบปะ สังสรรค์ กับเพื่อนฝูง	เพื่อพูดคุยธุรกิจ/ ลูกค้าเจ้านาย
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	จำนวน	5	4	1	1
		ร้อยละ	100.0	80.0	20.0	20.0
	ปริญญาตรี	จำนวน	309	177	267	146
		ร้อยละ	96.3	55.1	83.2	45.5
	สูงกว่า ปริญญาตรี	จำนวน	44	12	37	32
		ร้อยละ	100.0	27.3	84.1	72.7
	ค่าสถิติ	χ^2	1.893	13.617	13.665	13.135
		(Sig.)	(0.388)	(0.001) **	(0.001) **	(0.001) **
อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	จำนวน	6	3	1	0
		ร้อยละ	100.0	50.0	16.7	0
	ข้าราชการ	จำนวน	54	28	45	9
		ร้อยละ	100.0	51.9	83.3	16.7
	พนักงาน/ บริษัทเอกชน	จำนวน	113	65	101	72
		ร้อยละ	95.0	54.6	84.9	60.5
	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	29	13	24	21
		ร้อยละ	100.0	44.8	82.8	72.4
	เจ้าของ กิจการนัก ธุรกิจ	จำนวน	156	84	134	77
		ร้อยละ	96.3	51.9	82.7	47.5
	ค่าสถิติ	χ^2	4.320	0.933	18.451	41.129
		(Sig.)	(0.364)	(0.920)	(0.001) **	(0.000) **

ตาราง 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ (ต่อ)

ปัจจัย			เหตุผลในการเล่นกอล์ฟ			
			เพื่อ ออกกำลังกาย	เพื่อพักผ่อน ในยามว่าง	เพื่อพบปะ สังสรรค์ กับเพื่อนฝูง	เพื่อพูดคุยธุรกิจ/ ลูกค้าเจ้านาย
รายได้	รายได้ไม่เกิน 30,000	จำนวน	95	48	70	33
		ร้อยละ	94.1	47.5	69.3	32.7
	30,001 – 50,000	จำนวน	124	101	94	53
		ร้อยละ	100.0	81.5	75.8	42.7
	50,001 บาท ขึ้นไป	จำนวน	139	44	141	93
		ร้อยละ	95.9	30.3	97.2	64.1
	ค่าสถิติ	χ^2	6.868	71.16	37.734	25.973
		(Sig.)	(0.032)	(0.000) **	(0.000) **	(0.000) **

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4) ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง จากการใช้สถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์
กับปัจจัยต่างๆ ผลการศึกษาดังตาราง 4.27

4.1 ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับเพศ

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับเพศ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.731 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.255 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มเพศมีค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน กล่าวคือเพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

4.2 ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับอายุ

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับอายุ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.261 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.868 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอายุมีค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน กล่าวคืออายุไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

4.3 ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับระดับการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับระดับการศึกษา พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.478 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.831 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มระดับการศึกษามีค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน กล่าวคือระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

4.4 ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับอาชีพ

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับอาชีพ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.142 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.194 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มอาชีพมีค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน กล่าวคืออาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

4.5 ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับรายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งกับรายได้ พบว่า ค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.095 มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.542 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ในระหว่างกลุ่มรายได้อาจมีค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่แตกต่างกัน กล่าวคือรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ตาราง 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัย			ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง			รวม	χ^2 (Sig.)
			ไม่เกิน 500	501-1000 บาท	1001 บาทขึ้นไป		
เพศ	ชาย	จำนวน	109	137	29	275	2.731 (0.255)
		ร้อยละ	39.6	49.8	10.5	100.0	
	หญิง	จำนวน	45	38	12	95	100.0
		ร้อยละ	47.4	40.0	12.6	100.0	
	รวม	จำนวน	154	175	41	370	100.0
		ร้อยละ	41.6	47.3	11.1	100.0	

ตาราง 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ปัจจัย			ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง			รวม	χ^2 (Sig.)
			ไม่เกิน 500	501-1000 บาท	1001 บาทขึ้นไป		
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	จำนวน	13	18	4	35	1.261 (0.868)
		ร้อยละ	37.1	51.4	11.4	100.0	
	30 – 40 ปี	จำนวน	73	74	20	167	
		ร้อยละ	43.7	44.3	12.0	100.0	
	41 ปีขึ้นไป	จำนวน	68	83	17	168	
		ร้อยละ	40.5	49.4	10.1	100.0	
	รวม	จำนวน	154	175	41	370	
		ร้อยละ	41.6	47.3	11.1	100.0	
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	จำนวน	3	2	0	5	1.478 (0.831)
		ร้อยละ	60.0	40.0	0	100.0	
	ปริญญาตรี	จำนวน	131	153	37	321	
		ร้อยละ	40.8	47.7	11.5	100.0	
	สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	20	20	4	44	
		ร้อยละ	45.5	45.5	9.1	100.0	
	รวม	จำนวน	154	175	41	370	
		ร้อยละ	41.6	47.3	11.1	100.0	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	จำนวน	0	5	1	6	11.142 (0.194)
		ร้อยละ	0	83.3	16.7	100.0	
	ข้าราชการ	จำนวน	25	26	3	54	
		ร้อยละ	46.3	48.1	5.6	100.0	
	พนักงาน/บริษัทเอกชน	จำนวน	50	53	16	119	
		ร้อยละ	42.0	44.5	13.4	100.0	
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน	14	15	0	29	
		ร้อยละ	48.3	51.7	0.0	100.0	

ตาราง 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ต่อ)

ปัจจัย			ค่าใช้จ่ายค่ากรีนฟีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง			รวม	χ^2 (Sig.)
			ไม่เกิน 500	501-1000 บาท	1001 บาทขึ้นไป		
ปัจจัย	เจ้าของกิจการ	จำนวน	65	76	21	162	
		ร้อยละ	40.1	46.9	13.0	100.0	
	รวม	จำนวน	154	175	41	370	
		ร้อยละ	41.6	47.3	11.1	100.0	
รายได้	รายได้ไม่ เกิน 30,000	จำนวน	45	42	14	101	3.095 (0.542)
		ร้อยละ	44.6	41.6	13.9	100.0	
	30,001 – 50,000	จำนวน	54	58	12	124	
		ร้อยละ	43.5	46.8	9.7	100.0	
	50,001 บาท ขึ้นไป	จำนวน	55	75	15	145	
		ร้อยละ	37.9	51.7	10.3	100.0	
	รวม	จำนวน	154	175	41	370	
		ร้อยละ	41.6	47.3	11.1	100.0	

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ปัจจัยทางด้านการผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาความพึงพอใจปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอันดับที่ 1 คือ สภาพสนาม มีความพึงพอใจระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือ ความท้าทายความยากง่ายของสนาม มีความพึงพอใจระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม มีความพึงพอใจระดับปานกลาง อันดับที่

4 คือ ร้านอาหารให้บริการ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง อันดับที่ 5 คือ ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม) มีความพึงพอใจระดับน้อย และอันดับที่ 6 คือ มาตรฐานของสนาม ซ้อมเสียง มีความพึงพอใจระดับน้อย แสดงข้อมูลตามตาราง 4.28

ตาราง 4.28 ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์	1.63	ปานกลาง	3
2. สภาพสนาม (แท่นตั้งดี สภาพแฟร์เวย์ สภาพกรีน) สภาพดี	2.29	ปานกลาง	1
3. ความท้าทาย ความยากง่ายของสนาม	1.83	ปานกลาง	2
4. ขนาดของสนาม (จำนวนหลุม)	1.42	น้อย	5
5. มีร้านอาหารให้บริการ	1.56	ปานกลาง	4
6. มาตรฐานของสนาม ซ้อมเสียง	1.17	น้อย	6
รวม	1.65	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยทางด้านราคา

ผลการศึกษาความพึงพอใจปัจจัยด้านราคาของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอันดับที่ 1 คือ ราคาค่าใช้สนามกรีนฟี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือ ราคาค่าพนักงานแคดดี้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ ราคารวมในการออกรอบ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม มีความพึงพอใจระดับน้อย อันดับที่ 5 คือ ราคาค่าสมาชิกสนาม มีความพึงพอใจระดับน้อย และอันดับที่ 6 ราคาเช่ารถกอล์ฟ มีความพึงพอใจระดับน้อย แสดงข้อมูลตามตาราง 4.29

ตาราง 4.29 ระดับความพึงพอใจด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. ราคาค่าสมาชิกสนาม	1.09	น้อย	5
2. ราคาค่าใช้สนามกรีนฟี	2.29	ปานกลาง	1
3. ราคาค่านักงานแคดดี้	2.00	ปานกลาง	2
4. ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ	0.64	น้อย	6
5. ราคาค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	1.33	น้อย	4
6. ราคารวมในการออกรอบ	1.93	ปานกลาง	3
รวม	1.54	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยทางด้านบุคลากร

ผลการศึกษาความพึงพอใจปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอันดับที่ 1 คือ พนักงานมีธรรมาศยดี/สุภาพ/มีใจบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือ พนักงานมีการให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ พนักงานมีจำนวนมากพอกับความต้องการของลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และอันดับที่ 4 คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกีฬา กอล์ฟ และการใช้อุปกรณ์ อย่างถูกต้อง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แสดงข้อมูลตามตาราง 4.30

ตาราง 4.30 ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. พนักงานมีธรรมาศยดี/สุภาพ/มีใจบริการ	2.06	ปานกลาง	1
2. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกีฬา กอล์ฟและการใช้อุปกรณ์ อย่างถูกต้อง	1.52	ปานกลาง	4
3. พนักงานมีการให้บริการอย่างรวดเร็ว	1.89	ปานกลาง	2

ตาราง 4.30 ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
4. พนักงานมีจำนวนมากพอกับความ ต้องการของลูกค้า	1.81	ปานกลาง	3
รวม	1.82	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาความพึงพอใจปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอันดับที่ 1 คือ ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่พัก มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือ การเดินทางสะดวก รถไม่ติด มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 มีการตกแต่งรอบๆ สนามสวยงาม มีความพึงพอใจระดับน้อย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน มีความพึงพอใจในระดับน้อย และอันดับที่ 5 มีความสะอาด บรรยากาศร่มรื่น มีความพึงพอใจในระดับน้อย แสดงข้อมูลตามตาราง 4.31

ตาราง 4.31 ระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่พัก	2.13	ปานกลาง	1
2. ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน	1.44	น้อย	4
3. การเดินทางสะดวก รถไม่ติด	2.06	ปานกลาง	2
4. มีการตกแต่งรอบๆ สนามสวยงาม	1.74	ปานกลาง	2
5. มีความสะอาด บรรยากาศร่มรื่น	1.25	น้อย	5
รวม	1.72	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาความพึงพอใจปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอันดับที่ 1 คือ มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือ มีการให้ส่วนลดตามเวลา ตามวัน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกและนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับน้อย และอันดับที่ 4 คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีความพึงพอใจในระดับน้อย แสดงข้อมูลตามตาราง 4.32

ตาราง 4.32 ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิก และนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่าง ๆ	1.29	น้อย	3
2. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	0.95	น้อย	4
3. มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	2.29	ปานกลาง	1
4. มีการให้ส่วนลดตามเวลา ตามวัน เช่น วันธรรมดาถูกกว่าวันหยุด	2.22	ปานกลาง	2
รวม	1.68	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

การคำนวณค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อันดับที่ 1 คือ ด้านบุคลากร อันดับที่ 2 คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับที่ 3 ด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 4 ด้านผลิตภัณฑ์ และอันดับที่ 5 ด้านราคา ดังตาราง 4.33

ตาราง 4.33 สรุประดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	1.65	ปานกลาง	4
ด้านราคา	1.54	ปานกลาง	5
ด้านบุคลากร	1.82	ปานกลาง	1
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	1.72	ปานกลาง	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.68	ปานกลาง	3

ที่มา : จากการคำนวณ