



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการของ  
สนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์

**MARKETING MIX FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION TO USE THE  
SERVICE OF PHUTI ANAN GOLF DRIVING RANGE**

ชัชณพงค์ พรหมสว่าง

CHITSANUPONG PROMSAWANG

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อ การตัดสินใจใช้บริการของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์ 2) เพื่อทำให้ทราบถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์ ของผู้ใช้บริการเพื่อปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยในด้านต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม 3) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ พร้อมทั้งวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และประสบความสำเร็จต่อไป 4) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟพร้อมทั้งวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้อยู่เหมาะสมและประสบความสำเร็จต่อไป

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่ทนายความเป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน (ร้อยละ 50.5) อายุ ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ มีอายุ 21-40 ปี จำนวน 222 คน (ร้อยละ 55.5) ส่วนใหญ่ผู้เลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 263 คน (ร้อยละ 65.8) ส่วนใหญ่ผู้เลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์ มีระดับการศึกษา



ปริญญาโท จำนวน 240 คน (ร้อยละ 60.0) ส่วนใหญ่ผู้เลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์ ส่วนใหญ่มีข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 224 คน (ร้อยละ 56.0)

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผู้เลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์

ผลการศึกษารวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์แตกต่างกัน

พบว่าปัจจัยด้านรายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์แตกต่างกัน และ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่ แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟุตินันต์ไม่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research), ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ

Research Title: Marketing mix factors that influence the decision to use the service of Phuti Anan Golf driving range

Author: Chitsanupong Promsawang

Academic year: 2021

### ABSTRACT

The objectives of this independent research were 1) to study the differences in marketing mix factors The decision to use the service of Phuti Anan Golf Practice Course 2) To study the application of Lean concept that affects the marketing mix that is passed on. Decision to use the service of Phuti Anan Golf Practice Course The sample group was 400 samples of golf driving range users. The



instrument used for data collection in this research was questionnaire, approximation scale. The statistics used to analyze the data were percentage values, arithmetic mean, standard deviation, chi-square, and pairwise mean difference analysis. by safe method This research determined the statistical significance at the .05 level.

The results of the study of personal factors of the service users of Phuti Anan Golf Practice Course

The personal factors of 400 respondents found that most of the lawyers were female, 202 (50.5 percent), age. Most of the golf practice users were 21-40 years old, 222 people (55.5 percent). Most of the 263 people (65.8%) who chose to use the golf practice course had an average monthly income of 45,001 baht or more (65.8%). There were 240 people with master's degree (60.0 percent). Most of them were government officials/state enterprise employees/state employees of 224 people (56.0 percent).

The results of the study of marketing mix factors of service users of Phuti Anan golf practice golf course users

The opinion level towards the marketing mix factors of those who choose to use Phuti Anan Golf Practice Course Overall, the overall opinion level was moderate ( $\bar{X} = 2.79$ , S.D. = .319). The aspect with the highest mean was service process ( $\bar{X} = 3.71$ , S.D. = .571), followed by distribution channel ( $\bar{X} = 3.23$ , S.D. = 1.032). Promotional aspect ( $\bar{X} = 1.92$ , S.D. = .873)

The results of the study, analysis and assumption test 1: Different demographic factors had different levels of decision-making in choosing Phuti Anan golf practice golf course.

found that the income factor Different people have different levels of decision-making in choosing to use the Phuti Anan golf practice course and in terms of gender, age, educational level and occupation. There were no different levels of decision making in choosing the Phuti Anan golf practice course.



**Keyword:** Quantitative Research, Factors affecting service selection

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากคำกล่าวที่ว่า “การไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ” นั้นเป็นความจริงที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ และต่างยอมรับว่าการมีสุขภาพดีมีค่ามากกว่าการมีเงินทองมากมายมหาศาล เพราะถึงแม้ว่าจะมีเงินทองมากมายมหาศาลแต่ก็ไม่ได้หมายความว่า หากปล่อยให้โรคภัยไข้เจ็บเกิดขึ้นกับสุขภาพแล้วจะสามารถหาซื้อสุขภาพที่ดีให้กลับคืนมาได้ดังนั้น พฤติกรรมในการใช้ชีวิตประจำวันจะเป็นตัวกำหนดซึ่ง ผลที่จะแสดงออกมาต่อสุขภาพเมื่อระยะเวลาหนึ่งมาถึง เช่น การทำงานหนักพักผ่อนน้อยเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง นานๆ จะส่งผลให้ร่างกายรับไม่ไหว สุขภาพอ่อนแอ ดิฉีเชื่อใต้ง่าย ตลอดจนยังส่งผลให้ภูมิคุ้มกันต่างๆ ในร่างกายไม่แข็งแรงได้รวมถึงการสูบบุหรี่ ดื่มแอลกอฮอล์และเคลื่อนไหวร่างกายน้อย หรือ “พฤติกรรม นี้อย่างหนึ่ง” จากลักษณะการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันที่มีก้อยู่แต่หน้าจอ (สำนักงานสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ, 2558) ดังนั้นการมีสุขภาพดีนับว่าเป็นสิ่งประเสริฐที่ทุกคนปรารถนา

ปัจจุบันในประเทศไทยได้มีความตื่นตัวในการออกกำลังกายมากขึ้นและจากการจัดลำดับกีฬาที่ได้รับคามนิยมและมีผู้ชื่นชอบมากที่สุดอันดับแรกคือฟุตบอล แบดมินตัน กอล์ฟ บาสเกตบอล ตะกร้อ วาโยน้ำ วิ่งเทนนิส เทเบิลเทนนิสและเปตอง (อัจฉรา ชงบางจาก, 2557) โดยวิวัฒนาการและ ความนิยมในกีฬาประเภทต่างๆ นี้ก็ได้มีการพัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับตามความสนใจของนักกีฬาอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่หากจะพิจารณาถึงประเภทของกีฬาที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วนั้นคงจะต้องยกความดีความชอบให้กับกีฬากอล์ฟแต่เพียงประเภทเดียวดังจะเห็นได้จากการที่มีชาวต่างประเทศทั่วโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการมาเล่นกอล์ฟเนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีการให้บริการที่ดีเยี่ยม และมีอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างถูกกว่าประเทศอื่นๆ ดังนั้นจึงส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเกิดศักยภาพ มีการพัฒนาเป็นระดับมากขึ้นและสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้นตามไปด้วย(สุรสิทธิ์ เหล่าสถิรวงศ์, 2552)



ในประเทศไทยนั้นกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากกลุ่มนักธุรกิจโดยบรรดานักธุรกิจเหล่านี้จะใช้เวลาในการเล่นกอล์ฟร่วมกับการเจรจา เสนอแนะข้อแลกเปลี่ยน หรือความคิดเห็นทางธุรกิจในคราวเดียวกันรวมถึงกลุ่มคนทำงานในแต่ละสาขาอาชีพ และนักเรียนหรือนักศึกษาทุกช่วงอายุด้วยดังจะเห็นได้จากการได้รับการบรรจุไว้เป็นหลักสูตรการเรียน การสอน ในสถาบันการศึกษาหลายแห่ง(อดุง อดิตยกุล,2550: 12) เนื่องจากกีฬากอล์ฟนั้นไม่ใช่กีฬาที่มุ่งเน้นแต่การออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกีฬาที่มีการบูรณาการระหว่างการออกกำลังกาย การเสริมสร้างบุคลิกภาพ และการฝึกสมาธิเข้าด้วยกันดังนั้นในการฝึกซ้อมกีฬากอล์ฟก็จะได้รับการพัฒนาทักษะในด้านอื่นๆ ไปพร้อมๆ กันด้วย

กีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากกีฬาประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้ทุนทรัพย์ที่ค่อนข้างสูงแล้วยังต้องมีความมานะในการฝึกซ้อมเพื่อสร้างทักษะให้เกิดความชำนาญ ในนักกอล์ฟมืออาชีพและนักกอล์ฟสมัครเล่นนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญและทุ่มเทเวลาในการปฏิบัติเพราะแน่นอนว่าไม่มีใครสามารถควบคุมลูกกอล์ฟกลมๆ ให้ไปในทิศทางที่ต้องการได้ทุกครั้งไป แต่หากได้รับการฝึกฝนหรือฝึกซ้อมแล้วนั้นก็จะเป็นการลดความเสี่ยงในความผิดพลาดได้ไม่น้อยโดยการฝึกซ้อมกอล์ฟจะมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ของร่างกายในเรื่องของการเคลื่อนไหวและการจัดตำแหน่งของร่างกายให้ถูกต้องในการตีเพื่อการเล่นกอล์ฟให้ได้ดีเกิดความสนุกสนาน รวมถึงมีความปลอดภัยและเป็นการป้องกันบาดเจ็บในขณะที่เล่นอีกด้วยดังนั้นการฝึกซ้อมกอล์ฟของนักกอล์ฟทั้งมือสมัครเล่นและมืออาชีพประมาณ 1-1.2 ล้านคน (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ม.ป.ป.) ที่จะต้องฝึกซ้อมเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอนี้ทำให้เกิดธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟขึ้นมาเพื่อเป็นการรองรับความต้องการดังกล่าว

ธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟนั้นนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตตามธุรกิจสนามกอล์ฟและการฝึกซ้อมที่ดีของนักกอล์ฟนั้นก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีส่วนที่พร้อมทั้งอุปกรณ์ที่เหมาะสมเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งลักษณะโดยทั่วไปของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟนั้นมีลักษณะแตกต่างกันออกไปตามลักษณะพื้นที่โดยมีความกว้างประมาณ 50-100 หลา และยาวประมาณ 200-300 หลา ส่วนมาก อยู่ในที่ร่มและล้อมรอบด้วยต้นไม้ ประกอบกับมีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟอัตโนมัติไว้เพื่ออำนวยความสะดวก และมีตาข่ายสูงล้อมรอบทั้งสามด้านเพื่อป้องกันอันตรายจากลูกกอล์ฟที่ตีออกไป และอัตราค่าบริการนั้นก็แตกต่างกันออกไปตามแต่ละสนามเช่นกันนอกจากนี้ในบริเวณสนามฝึกซ้อมกอล์ฟยังมีบริการอื่นๆ ไว้คอยบริการแก่



นักกอล์ฟอีกด้วยเช่นสถาบันสอนกอล์ฟร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่มสปา ฟิตเนส เป็นต้น (สุรสิทธิ์ไหล่าศิริวงศ์,2552)

ในปัจจุบันสนามฝึกซ้อมกอล์ฟต่างๆ ได้หันมาแข่งขันในธุรกิจบริการมากยิ่งขึ้นเพื่อการครองใจทั้งลูกค้าเก่าและดึงดูดใจลูกค้าใหม่โดยสนามฝึกซ้อมกอล์ฟแต่ละแห่งจะมีจุดขายและผู้ใช้บริการ ที่แตกต่างกันออกไป ผู้ใช้บริการพิจารณาดูปัจจัยหลายอย่างประกอบกันในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นราคา สถานที่หรือการบริการของแต่ละสนามที่มีให้กับผู้ใช้บริการ อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟนั้นๆ ในครั้งต่อไป แน่นนอนว่าหากผู้ใช้บริการพบปัญหา ในการใช้บริการ โอกาสที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการในสนามเดิมก็อาจจะลดทอนลงไป ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดจากการใช้บริการนั้น อาจจะเกิดจากความต้องการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันหรือสนามฝึกซ้อมเอง ที่ไม่สามารถตอบสนองได้ ตรงกับความต้องการของบรรดาผู้ใช้บริการได้โดยทางผู้ใช้บริการเองก็มักจะเลือกใช้บริการ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟต่างๆโดยนำปัจจัยหลายๆด้านเข้ามาช่วยในการตัดสินใจเช่นกัน และหนึ่งในปัจจัยที่ครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้บริการก็คือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยผู้ใช้บริการจะคำนึงถึงด้านคุณค่าที่จะได้รับความสะดวก และการดูแลเอาใจใส่เป็นต้น(สุนันทา มาศเกษม, 2555)

สำหรับในเขตกรุงเทพมหานครนั้นถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมของการบริการทุกรูปแบบ รวมถึงการบริการในด้านสนามฝึกซ้อมกอล์ฟด้วย ซึ่งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟภูตอินต์ได้ว่าเป็นสนามฝึกซ้อมกอล์ฟแบบมาตรฐานและได้รับความนิยมสนามหนึ่งมีระยะตียาว สะดวกสบาย หูหรรษาทันสมัยพร้อมด้วยร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ รวมถึงสถาบันฝึกสอนกอล์ฟที่คุณภาพและบริการครบครัน ยังเป็นสนามที่ได้รับความนิยมสนามหนึ่งจากบรรดาเหล่านักกอล์ฟทั้งมือสมัครเล่นและมืออาชีพเพื่อการออกกำลังกาย ฝึกสมาธิฝึกปรือฝีมือและทดสอบประสิทธิภาพของอุปกรณ์ดังนั้นทางสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ภูตอินต์ จำเป็นที่จะต้องรักษาไว้ซึ่งประสิทธิภาพและ พร้อมที่จะพัฒนาทั้งคุณภาพและการบริการให้มีความพัฒนายิ่งขึ้นไป เพื่อการต่อสู้กับคู่แข่งทางธุรกิจที่พร้อมแข่งหน้าได้ตลอดเวลาในอนาคต

จากงานวิจัยข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ และชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการในธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟควรให้ความสำคัญกับทั้งคุณภาพและการบริการที่นำเสนอต่อผู้ใช้บริการในทุกๆ ด้านเพื่อการขยายฐานลูกค้าที่กว้างขึ้นและเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดีอีกทั้งยังเป็นการเตรียมความ

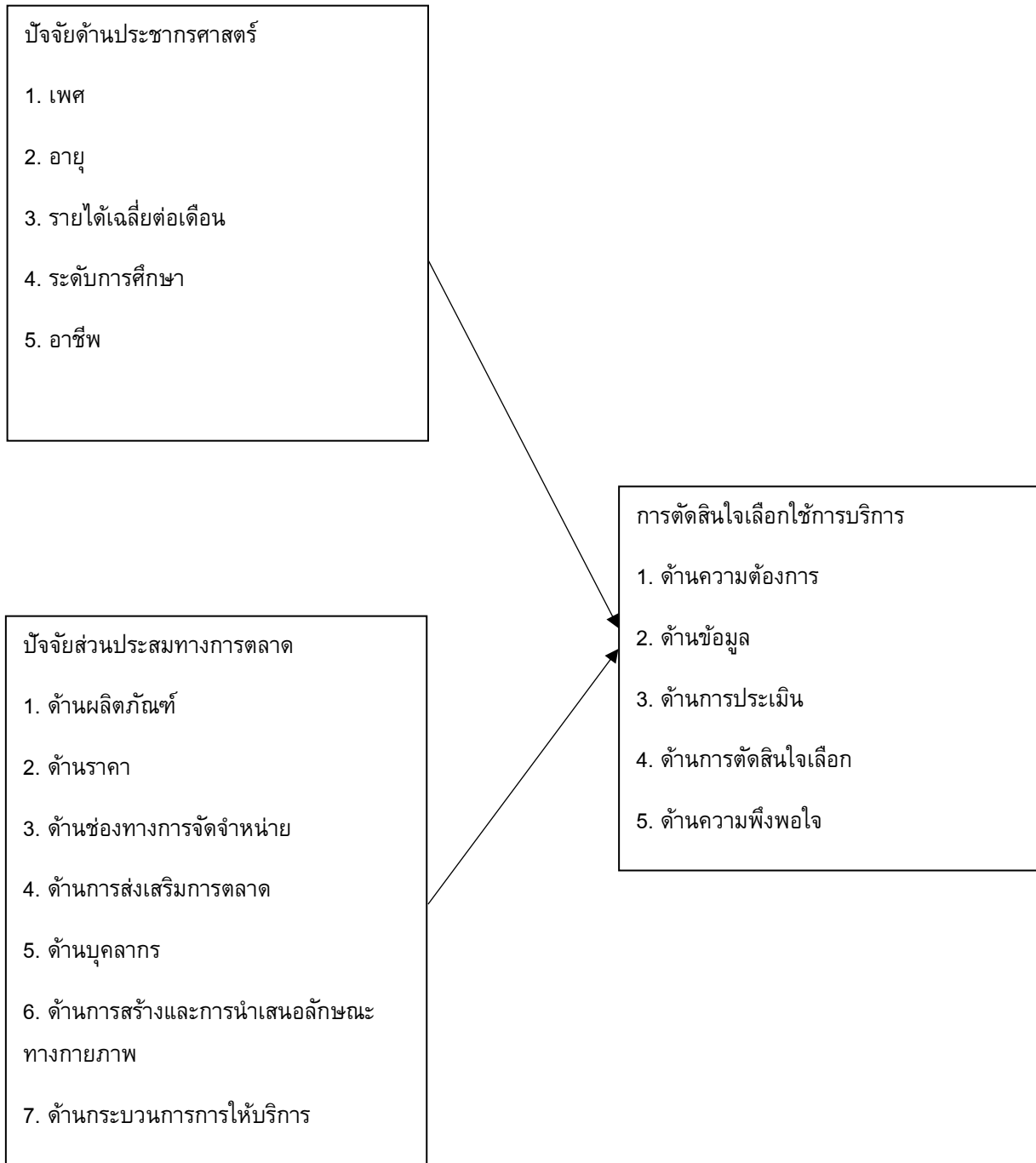


พร้อมในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจที่ต่างต้องการรักษาไว้ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดอีกด้วยด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตोनันต์ เนื่องจากเป็นหนึ่งในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟที่ถือได้ว่าเป็นแบบมาตรฐานและได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการ โดยมุ่งศึกษาเฉพาะสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตोनันต์ เพื่อความชัดเจนในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อสนาม โดยตรง จากการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ และปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ใช้บริการ ตลอดจนข้อเสนอแนะ ต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ถึงแนวทางในการพัฒนาสนามไตรพีกอล์ฟฟลูตोनันต์ แก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้อย่างเหมาะสมในอนาคตต่อไป

ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตोनันต์ เนื่องจากเป็นหนึ่งในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟที่ถือได้ว่าเป็นแบบมาตรฐานและได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการ โดยมุ่งศึกษาเฉพาะสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตोनันต์ เพื่อความชัดเจนในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อสนาม โดยตรง จากการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ และปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้ใช้บริการ ตลอดจนข้อเสนอแนะ ต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ถึงแนวทางในการพัฒนาสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตोनันต์ แก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้อย่างเหมาะสมในอนาคตต่อไป



### กรอบแนวคิดในการวิจัย







## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันท์ จากปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันท์ ในปี 2564 จำนวน 91,850 คน การกำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่างหาได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ 400 ตัวอย่าง

### ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการและทัศนคติ
2. ตัวแปรตามคือการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันท์ของผู้ใช้บริการ

### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่พื้นที่ในบริเวณสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟอล สตาร์กอล์ฟฟลูตือนันท์

### ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2565 – กรกฎาคม 2565 รวมระยะเวลา 3 เดือน



### กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันท์ วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยจิตวิทยา และกระบวนการตัดสินใจ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันท์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research), ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มอย่างสะดวก (Convenience Sampling Design) เนื่องจากเป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีความสะดวก ง่ายต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย (ประสพชัยพสุนนท์,2555)

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้เลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันท์ โดยออกแบบตามกรอบแนวคิด ที่พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก

จากสูตร 
$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$



### 3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1.1 รวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบที่ละชุดแบบสอบถาม เพื่อพิจารณาความครบถ้วนของคำตอบในแต่ละประเด็นพร้อมทั้งกำหนดรหัสเพื่อนำมาใช้ในการคำนวณทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistic Package for Social Science หรือSPSS

1.2 แบบสอบถามส่วนที่1เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์โดยนำมาแจกแจงความถี่(Frequency) ของแต่ละข้อและหาค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด

1.3 แบบสอบถามส่วนที่2เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟภูเก็ต โดยแบบสอบถาม

เป็นการให้ความสำคัญเรียงลำดับความคิดเห็นตามมาตราวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) (ศิริกัลยา พิจิตรธรรม 2551: 20) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการเลือกใช้โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	คะแนน
มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด	5
มีผลต่อการเลือกใช้มาก	4
มีผลต่อการเลือกใช้ปานกลาง	3
มีผลต่อการเลือกใช้น้อย	2
มีผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด	1



สำหรับเกณฑ์ในการให้ความหมายได้กำหนดไว้โดยใช้มาตราวัดตัวแปรที่ต้องวิเคราะห์โดยแบ่งเป็นช่วงต่างๆ กันตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ค่าคะแนนเฉลี่ย
มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด	4.21 – 5.00
มีผลต่อการเลือกใช้มาก	3.41 – 4.20
มีผลต่อการเลือกใช้ปานกลาง	2.61 – 3.40
มีผลต่อการเลือกใช้น้อย	1.81 – 2.60
มีผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด	1.00 – 1.80



## อภิปรายผล (ถ้ามี)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันต์ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟอล สตาร์กอล์ฟฟลูตือนันต์ ไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันทา มาศเกษม (2555) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟปราชนาวิพลูตาหลวง พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษา อายุมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟปราชนาวิพลูตาหลวงไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งข้อเสนอแนะต่างๆ จากการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการต้องการให้มีการติดตั้งเครื่องวิดีโอเพื่อใช้ในการบันทึกสำหรับผู้ใช้บริการที่ต้องการฝึกซ้อมการตีกอล์ฟและตรวจเช็คลักษณะท่าทางของร่างกายหรือวงสวิงของตนเองได้ว่าเหมาะสมสวยงามหรือถูกต้องหรือไม่เนื่องจากการฝึกซ้อมกอล์ฟของนักกอล์ฟตามสนามฝึกซ้อมกอล์ฟต่างๆ นั้นไม่สามารถสังเกตและตรวจเช็ควงสวิงของตนเองโดยภาพรวมได้แต่การตีกอล์ฟนั้นไม่ใช่เพียงแต่การตีลูกกอล์ฟออกไปแต่จำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดลำดับของร่างกาย ให้สัมพันธ์กันและควรต้องมีวงสวิงที่สวยงาม ดังนั้นทางผู้บริหารสนามฝึกซ้อมกอล์ฟฟลูตือนันต์ ควรมีการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อความเป็นเลิศในการบริการที่มากขึ้นและเป็นการสนับสนุนให้นักกอล์ฟได้พัฒนาวงสวิงให้สวยงาม



2. ผู้ใช้บริการเสนอให้มีการตรวจเช็คสภาพของเครื่องตั้งลูกกอล์ฟอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจาก บางเครื่องยังมีความขัดข้องในการใช้งานอยู่บ้างดังนั้นทางสนามฝึกซ้อมกอล์ฟภูตือนันต์ ควรตรวจเช็คสภาพของเครื่องตั้งลูกกอล์ฟให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ

3. ผู้ใช้บริการเสนอแนวคิดไว้ว่าการเล่นกอล์ฟของนักกอล์ฟตามสนามกอล์ฟต่างๆ จะเผชิญกับความยากง่ายของภูมิทัศน์ในแต่ละสนามแตกต่างกันและเป็นที่ยอมรับกันดีอยู่แล้วว่าสนามฝึกซ้อมกอล์ฟส่วนใหญ่จะต้ง่ายกว่าสนามกอล์ฟของจริงดังนั้นผู้บริการจึงอยากให้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟภูตือนันต์ ปรับปรุงภูมิทัศน์ที่ถือว่าดีอยู่แล้วในระดับหนึ่งให้มีความท้าทายมากยิ่งขึ้นโดยให้มีน้ำทราย หลุมหรือเนินต่างๆ ให้ใกล้เคียงหรือเสมือนจริงกับสนามกอล์ฟเพื่อสร้างมาตรฐานของสนามให้สูงขึ้นและเพื่อสร้างความท้าทายแปลกใหม่ให้กับนักกอล์ฟที่มาฝึกซ้อมกอล์ฟ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟแต่จากการศึกษาครั้งนี้พบว่ายังมีปัจจัยด้านอื่นๆอีกที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ในการทำวิจัยครั้งต่อไปด้วย

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงสนามฝึกซ้อมกอล์ฟอื่นๆหรือตามสนามฝึกซ้อมกอล์ฟที่ได้รับความนิยมจากผู้บริการ เพื่อที่จะนำผลของการวิจัยไปปรับปรุงจุดอ่อนและพัฒนาศักยภาพของจุดแข็งของแต่ละสนามได้



เอกสารอ้างอิง

- อดุงอมาตยกุล. (2550). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อสมาชิกกอล์ฟของสนามกอล์ฟในจังหวัดกาญจนบุรี.”วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. อภิสัทธีฉัตรทนานนท์.(2547). “การบริหารการตลาด.” เอกสารประกอบการเรียนหลักสูตรการ พัฒนาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อัจฉรา ชงบางจาก. (2557). 10 อันดับกีฬาที่ยอดนิยม. เข้าถึงเมื่อ 21 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.toptenthailand.com/topten/detail/201404081553> 03137.
- เอนก สุวรรณณบัณฑิต. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2542). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.
- ศรัณญา มโนรัตน์. (2558). เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี.สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม.
- ศักดิ์ สุนทรเสถียร. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ: รุ่งวัฒนา.
- ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.