

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก ทำให้มีผู้เล่นกอล์ฟมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ธุรกิจสนามกอล์ฟเกิดขึ้นมากมาย สำหรับในประเทศไทยกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมาก ถึงแม้ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจสนามกอล์ฟ จะเห็นได้ว่าจากจำนวนผู้ใช้บริการธุรกิจสนามกอล์ฟลดลงอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่วิกฤตเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจโดยรวมของประเทศ แต่ความสนใจในกีฬากอล์ฟกลับเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีนักกอล์ฟชาวไทยทั้งหญิงและชายได้เป็นแชมป์ในการแข่งขันกอล์ฟมืออาชีพในระดับโลก ทำให้คนไทยทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจในกีฬากอล์ฟเพิ่มมากขึ้น จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2538 พบว่ามีผู้เล่นกอล์ฟมากถึง 600,000 คน และคาดว่าจะมีจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี (ผู้เล่นกอล์ฟ, 2538)

ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาคมกอล์ฟไทย จึงได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้มีการขยายตลาดกอล์ฟของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และยังร่วมกันผลักดันให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในเอเชียทางด้านกีฬากอล์ฟ และเป็นจุดหมายปลายทางของนักกอล์ฟจากทั่วโลก ได้ตั้งเป้านักกีฬากอล์ฟกลุ่มเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวจากประเทศในทวีปเอเชีย ออสเตรเลีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกาใต้ จาก 30,000 คน ให้เพิ่มเป็น 1,000,000 คน ภายในระยะเวลา 6 ปี (ขยายตลาดกอล์ฟของไทยให้เป็นที่รู้จักและนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ, 2546: ออนไลน์) ดังนั้นกีฬากอล์ฟจึงมีส่วนในการนำรายได้และเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาได้มาก และยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในสนามกอล์ฟแต่ละแห่งจะมีคนทำงานในหลายตำแหน่ง นับตั้งแต่แคดดี้ซึ่งมีอยู่แห่งละ 200 - 300 คน (รุ่ง แก้วแดง, 2545) และส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่อยู่ใกล้สนามกอล์ฟจะมาทำงานเพื่อเป็นอาชีพเสริม และเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น นั่นๆเป็นอย่างมากการประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟจึงเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็น

ได้จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2535 มีจำนวนสนามกอล์ฟที่เปิดดำเนินการแล้วจำนวนถึง 92 แห่ง โดยแบ่งเป็นสนามราชการจำนวน 62 สนาม และสนามเอกชนจำนวน 30 สนาม ส่วนสนามกอล์ฟที่กำลังก่อสร้างมีจำนวน 83 สนาม (ทำเนียบสนามกอล์ฟ, 157) ซึ่งการที่ผู้ประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟจะสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการไม่ควรคำนึงถึงแต่ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการสร้างสนามกอล์ฟเท่านั้น แต่ควรจะคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะเป็นตัวสร้างรายได้ให้กับธุรกิจสนามกอล์ฟร่วมด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการควรคำนึงถึงปัจจัยหลัก ๆ ที่จะเป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการสนามกอล์ฟแห่งนั้น ยกตัวอย่างเช่น การบริการที่ดี, คลับเฮ้าส์ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการอย่างครบครัน เป็นต้น โดยการที่จะพิจารณาถึงปัจจัยหลักต่าง ๆ นั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟเป็นสำคัญ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยว ซึ่งจากการประเมินเบื้องต้นคาดว่าในปี พ.ศ. 2547 เชียงใหม่จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 40,000 ล้านบาท คิดเป็น 35% ของรายได้รวมของจังหวัดเชียงใหม่ และการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ที่สร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ คือธุรกิจภาคบริการ จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2543 พบว่าประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 55,846 บาท/ปี ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่ขึ้นกับสาขาบริการมากที่สุด ถึงร้อยละ 28.82 คิดเป็นมูลค่า 23,464 ล้านบาท (จังหวัดเชียงใหม่, 2547: ออนไลน์) สนามกอล์ฟเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมากขึ้น ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกีฬากอล์ฟเป็นอย่างมาก ทั้งทางด้านภูมิอากาศที่ดีและมีภูมิประเทศที่สวยงามเหมาะกับการทำสนามกอล์ฟ ซึ่งจากการสำรวจพบว่าสนามกอล์ฟที่เปิดดำเนินการในจังหวัดเชียงใหม่มีมากถึง 7 แห่ง ได้แก่ สนามกอล์ฟลานนา สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์) สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ สนามกอล์ฟเชียงใหม่ยมคานา สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท และสนามกอล์ฟแซนด์ครีก ซึ่งแต่ละแห่งมีจำนวนผู้ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการจึงมีโอกาสได้เลือกบริการเหล่านั้นตามที่ต้องการทำให้ในแต่ละวัน มีผู้มาใช้บริการสนามกอล์ฟเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในวันหยุด หรือช่วงเทศกาลจะมีผู้มาใช้บริการมากเป็นพิเศษ บางสนามถึงแม้จะมีอัตราค่าใช้บริการสูงแต่ก็ต้องจองล่วงหน้าอย่างน้อยหนึ่งสัปดาห์ จากสถานการณ์ดังกล่าวจะเห็นว่าบริการสนามกอล์ฟมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อบริการสนามกอล์ฟ เพื่อที่จะศึกษาผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ว่ามีลักษณะอย่างไรและมีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้มีความต้องการในการใช้บริการต่าง ๆ ในสนามกอล์ฟเหล่านั้น เพื่อที่จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ให้บริการสนามกอล์ฟที่จะได้นำข้อมูล

เหล่านี้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการในสนามกอล์ฟให้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการที่จะได้รับบริการที่ดีขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 ศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2.2 ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2.3 ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟจะสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปศึกษา และพิจารณาเพื่อพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ และเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาและค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการใช้บริการสนามกอล์ฟในประเด็นอื่นๆ ต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาคครั้งนี้ จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ที่ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย จากผู้ที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟแต่ละสนามโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) ตามจำนวนผู้เล่นดังนี้ ตารางที่ 1 จำนวนเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2546

สนามกอล์ฟ	จำนวนผู้เล่น(คน)	ร้อยละ	กลุ่มตัวอย่าง(คน)
1. สนามกอล์ฟลานนา	4,717	33.77	101
2. สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)	1,540	11.02	33
3. สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์	2,830	20.26	61
4. สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ	1,946	13.93	42
5. สนามกอล์ฟเชียงใหม่ฮิมคานา	1,158	8.29	25
6. สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต	1,442	10.32	31
7. สนามกอล์ฟแซนด์ครีก	336	2.41	7
รวม	13,969	100	300

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

1.5 แผนดำเนินการศึกษาวิจัย

ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2546 ถึง 30 เมษายน 2547 โดยมีขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ขั้นเตรียมการ ได้แก่ การศึกษาปัญหา การค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ และการนำเสนอโครงร่าง ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลผล และการตรวจสอบ และขั้นตอนในการจัดพิมพ์รูปเล่ม และเสนอรายงาน

1.6 นิยามศัพท์

บริการสนามกอล์ฟ หมายถึงบริการต่างๆ ภายในสนามกอล์ฟที่จัดไว้ให้บริการ ได้แก่ สนามกอล์ฟ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ร้านค้าที่ขายอุปกรณ์กอล์ฟและของใช้ที่จำเป็นที่เกี่ยวกับกอล์ฟ ร้านอาหารที่ Club House และบุคลากรที่ให้บริการภายในสนามกอล์ฟ

ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ หมายถึงผู้เล่น ผู้บริโภคหรือนักกอล์ฟที่ผ่านการฝึกซ้อมมาช่วงระยะเวลาหนึ่งและเคยออกรอบอย่างน้อยหนึ่งครั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ หมายถึงสิ่งแวดล้อมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่เป็นตัวกระตุ้นทำให้ผู้เล่นกอล์ฟเกิดความต้องการที่จะใช้บริการสนามกอล์ฟ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านบริการ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนาม

แคดดี้ (Caddie) หมายถึงพนักงานสนามกอล์ฟที่ทำหน้าที่แบกถุงกอล์ฟและแจ้งถึงที่ลูกไปตกอยู่

โปร หมายถึงผู้เล่นกอล์ฟโดยอาชีพหรือผู้ฝึกสอนกอล์ฟอาชีพ ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนจากการเล่นหรือจากการสอน ซึ่งการที่จะเป็นโปรได้จะต้องมีการสอบเพื่อเป็นโปร

แฟร์เวย์ (Fairway) หมายถึงบริเวณสนามหญ้าที่ตัดไว้อย่างเรียบร้อยระหว่างทีและกรีน

กรีน (Green) หมายถึงบริเวณสนามรอบหลุมที่มีผิวหญ้าราบเรียบสำหรับการพัตต์

All rights reserved