

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟทั้งหมด 300 ราย ที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 7 สนาม ได้แก่ สนามกอล์ฟลานนา สนามกอล์ฟกองบิน 41(พิมานทิพย์) สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ สนามกอล์ฟเชียงใหม่ ยิมคานา สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ต และสนามกอล์ฟแซนด์ครีก ใช้วิธีการศึกษา โดยการออกแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษาที่ได้นำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

การศึกษาข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ราย ได้เฉลี่ยต่อเดือน การเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ ผลการศึกษาพบว่า

##### 4.1.1 เพศของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ เป็นเพศชายมีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 เป็นเพศหญิงจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ดังแสดงในตาราง 4.1 ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| เพศ  | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย  | 240        | 80.00  |
| หญิง | 60         | 20.00  |
| รวม  | 300        | 100.00 |

#### 4.1.2 อายุของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 มากที่สุดมีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ขณะที่ช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และช่วงอายุสูงกว่า 60 ปีมีน้อยที่สุด มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ดังแสดงในตาราง 4.2

#### 4.1.3 สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมาคือสถานภาพโสด มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 มีสถานภาพอื่นๆ เช่น หย่าร้างและหม้าย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ดังแสดงในตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงอายุ และสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| อายุและสถานภาพสมรส      | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------|
| อายุ                    |            |        |
| ไม่เกิน 30 ปี           | 73         | 24.30  |
| 31-40 ปี                | 111        | 37.00  |
| 41-50 ปี                | 75         | 25.00  |
| 51-60 ปี                | 28         | 9.30   |
| สูงกว่า 60 ปี           | 13         | 4.30   |
| รวม                     | 300        | 100.00 |
| สถานภาพสมรส             |            |        |
| โสด                     | 97         | 32.30  |
| สมรส                    | 185        | 61.70  |
| อื่นๆ (หย่าร้าง, หม้าย) | 18         | 6.00   |
| รวม                     | 300        | 100.00 |

#### 4.1.4 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 48.70 รองลงมาที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ดังแสดงในตาราง 4.3

#### 4.1.5 อาชีพของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 ดังแสดงในตาราง 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการศึกษา และอาชีพของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| ระดับการศึกษาและอาชีพ        | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|------------------------------|------------|---------------|
| <b>ระดับการศึกษา</b>         |            |               |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า | 46         | 15.30         |
| อาชีวศึกษา/อนุปริญญา         | 32         | 10.70         |
| ปริญญาตรี                    | 146        | 48.70         |
| ปริญญาโท                     | 63         | 21.00         |
| ปริญญาเอก                    | 13         | 4.30          |
| <b>รวม</b>                   | <b>300</b> | <b>100.00</b> |
| <b>อาชีพ</b>                 |            |               |
| นักเรียน/นักศึกษา            | 37         | 12.30         |
| ข้าราชการ                    | 59         | 19.70         |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ           | 29         | 9.70          |
| พนักงานบริษัทเอกชน           | 72         | 24.00         |
| เจ้าของกิจการ                | 90         | 30.00         |
| อื่น ๆ                       | 13         | 4.30          |
| <b>รวม</b>                   | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

#### 4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มากที่สุด มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ดังแสดงในตาราง 4.4 เนื่องจากบริการสนามกอล์ฟจัดเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) คือ สินค้าโดยทั่วไปที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ของผู้บริโภค ซึ่งทฤษฎีอุปสงค์ได้กล่าวไว้ว่า ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นการซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้น ถ้ารายได้ลดลงการซื้อสินค้าจะลดลง ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ดังนั้น หากรายได้เฉลี่ยของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ก็จะใช้บริการเพิ่มขึ้นด้วย

ตารางที่ 4.4 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------|
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน |            |        |
| ไม่เกิน 10,000 บาท   | 47         | 15.70  |
| 10,001-20,000 บาท    | 63         | 21.00  |
| 20,001-30,000 บาท    | 67         | 22.30  |
| 30,001-40,000 บาท    | 52         | 17.30  |
| 40,001-50,000 บาท    | 30         | 10.00  |
| มากกว่า 50,000 บาท   | 41         | 13.70  |
| รวม                  | 300        | 100.00 |

#### 4.1.7 การเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิก มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนที่เป็นสมาชิกมีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และส่วนที่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกจำนวน 1 สนาม มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 72.10 เป็นสมาชิกจำนวน 2 สนาม มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10

สำหรับสนามกอล์ฟที่มีผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟเป็นสมาชิกมากที่สุด คือ สนามกอล์ฟลานนา มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.37 รองลงมาคือสนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.24 สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 ดังแสดงในตาราง 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| การเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ                        | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| การเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่      |            |        |
| เป็น  | 147        | 49.00  |
| ไม่เป็น                                       | 153        | 51.00  |
| รวม   | 300        | 100.00 |
| จำนวนสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิก |            |        |
| 1 สนาม  | 106        | 72.10  |
| 2 สนาม  | 31         | 21.10  |
| 3 สนาม  | 10         | 6.80   |
| รวม   | 147        | 100.00 |
| ชื่อสนามกอล์ฟที่เป็นสมาชิก                    |            |        |
| สนามกอล์ฟลานนา                                | 74         | 37.37  |
| สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)               | 11         | 5.56   |
| สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์                 | 45         | 22.73  |
| สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ            | 48         | 24.24  |
| สนามกอล์ฟเชียงใหม่ยมคานา                      | 14         | 7.07   |
| สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท           | 0          | 0.00   |
| สนามกอล์ฟแซนด์ครีก                            | 6          | 3.03   |
| รวม   | 198        | 100.00 |

#### 4.2 พฤติกรรมในการใช้บริการสนามกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสนามกอล์ฟ

การศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการสนามกอล์ฟประกอบด้วย วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน สนามกอล์ฟที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการมาใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการมาใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า

##### 4.2.1 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ให้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อออกกำลังกายมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ

11.00 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสนามกอล์ฟเพราะคิดว่าเป็นกีฬาที่สนุกสนานทำทาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ดังแสดงในตาราง 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสนามกอล์ฟ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสนามกอล์ฟ |            |        |
| เพื่อออกกำลังกาย                        | 147        | 49.00  |
| เพื่อพักผ่อน                            | 33         | 11.00  |
| เพื่อสังคม                              | 26         | 8.70   |
| เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ                  | 21         | 7.00   |
| เป็นกีฬาที่สนุกสนานทำทาย                | 29         | 9.70   |
| เป็นกีฬาที่มีผู้นิยมเล่นมาก             | 5          | 1.70   |
| เล่นตามเพื่อนร่วมกลุ่ม                  | 23         | 7.70   |
| ต้องการเล่นเป็นอาชีพ                    | 16         | 5.30   |
| รวม                                     | 300        | 100.00 |

#### 4.2.2 ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ใช้บริการ 7-9 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ดังแสดงในตาราง 4.7

#### 4.2.3 จำนวนสนามกอล์ฟที่ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟนิยมไปใช้บริการเป็นประจำ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการจำนวน 2 สนาม มากที่สุด มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 รองลงมาใช้บริการจำนวน 3 สนาม มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และใช้บริการจำนวน 1 สนาม มีจำนวน 77คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 ดังแสดงในตาราง 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนสนามกอล์ฟที่ผู้ให้บริการสนามกอล์ฟนิยมไปใช้บริการ

| ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนสนามกอล์ฟที่นิยมไปใช้บริการ           | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| <b>ความถี่ในการใช้บริการสนามกอล์ฟต่อเดือน</b>                      |            |        |
| 1-3 ครั้งต่อเดือน  | 91         | 30.30  |
| 4-6 ครั้งต่อเดือน  | 124        | 41.30  |
| 7-9 ครั้งต่อเดือน  | 37         | 12.30  |
| 10-12 ครั้งต่อเดือน  | 21         | 7.00   |
| 13-15 ครั้งต่อเดือน  | 1          | 0.30   |
| มากกว่า 15 ครั้งต่อเดือน   | 26         | 8.70   |
| รวม  | 300        | 100.00 |
| <b>จำนวนสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่นิยมไปใช้บริการเป็นประจำ</b> |            |        |
| 1 สนาม   | 77         | 25.70  |
| 2 สนาม   | 125        | 41.70  |
| 3 สนาม   | 79         | 26.30  |
| 4 สนาม   | 17         | 5.70   |
| 5 สนาม   | 2          | 0.70   |
| มากกว่า 5 สนาม   | 0          | 0.00   |
| รวม  | 300        | 100.00 |

#### 4.2.4 สนามกอล์ฟที่ผู้ให้บริการสนามกอล์ฟนิยมไปใช้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ นิยมไปใช้บริการที่สนามกอล์ฟลานนา มากที่สุด มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือสนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์) มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ดังแสดงในตาราง 4.8

#### 4.2.5 ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการสนามกอล์ฟไปใช้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่จะไปใช้บริการสนามกอล์ฟเวลา 06.00 – 09.00 น. มากที่สุด มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมาคือช่วงเวลา 09.00 – 12.00 น. และ

ช่วงเวลา 15.00 – 18.00 น. มีจำนวนในแต่ละช่วงเวลา 71 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 ทั้ง 2 ช่วงเวลาดังแสดงในตาราง 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงสนามกอล์ฟที่ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟนิยมไปใช้บริการ และช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟไปใช้บริการ

| สนามกอล์ฟที่นิยมไปใช้บริการและช่วงเวลาที่ใช้บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| <b>สนามกอล์ฟที่นิยมไปใช้บริการ</b>                 |            |        |
| สนามกอล์ฟลานนา                                     | 159        | 53.00  |
| สนามกอล์ฟกองบิน 41 (พิมานทิพย์)                    | 35         | 11.70  |
| สนามกอล์ฟเชียงใหม่กรีนวัลเลย์                      | 21         | 7.00   |
| สนามกอล์ฟเชียงใหม่-ลำพูน กอล์ฟคลับ                 | 40         | 13.30  |
| สนามกอล์ฟเชียงใหม่อิมคานา                          | 6          | 2.00   |
| สนามกอล์ฟรอยัลเชียงใหม่กอล์ฟรีสอร์ท                | 9          | 3.00   |
| สนามกอล์ฟแซนด์ครีก                                 | 30         | 10.00  |
| รวม  | 300        | 100.00 |
| <b>ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามกอล์ฟบ่อยที่สุด</b>     |            |        |
| 6.00 – 9.00 น.                                     | 94         | 31.30  |
| 9.00 – 12.00 น.                                    | 71         | 23.70  |
| 12.00 – 15.00 น.                                   | 64         | 21.30  |
| 15.00 – 18.00 น.                                   | 71         | 23.70  |
| รวม  | 300        | 100.00 |

#### 4.2.6 เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการสนามกอล์ฟ 4-5 ชั่วโมง มากที่สุด มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 ใช้บริการมากกว่า 5 ชั่วโมง มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ดังแสดงในตาราง 4.9

#### 4.2.7 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสนามกอล์ฟ 501 – 1,000 บาท มีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาคือ 1,001 – 1,500 บาท มี



จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 และน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 ดังแสดงในตาราง 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการสนามกอล์ฟ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

| เวลาเฉลี่ยในการใช้บริการและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง              | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|---|------------|---------------|
| <b>เวลาเฉลี่ยในการใช้บริการสนามกอล์ฟ ต่อครั้ง</b>                   |            |               |
| น้อยกว่า 1 ชั่วโมง  | 2          | 0.70          |
| 1-2 ชั่วโมง   | 36         | 12.00         |
| 3-4 ชั่วโมง   | 103        | 34.30         |
| 4-5 ชั่วโมง   | 117        | 39.00         |
| มากกว่า 5 ชั่วโมง   | 42         | 14.00         |
| <b>รวม</b>  | <b>300</b> | <b>100.00</b> |
| <b>ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่เกี่ยวกับการใช้บริการสนามกอล์ฟ</b> |            |               |
| น้อยกว่า 500 บาท  | 55         | 18.3          |
| 501 – 1,000 บาท   | 121        | 40.3          |
| 1,001 – 1,500 บาท   | 77         | 25.70         |
| 1,501 – 2,000 บาท   | 24         | 8.00          |
| มากกว่า 2,000 บาท   | 23         | 7.70          |
| <b>รวม</b>  | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

#### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ในการวัดระดับอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งมาตรฐานของระดับอิทธิพลโดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) ออกเป็น 5 ระดับ คือ มีผลมากที่สุด มีผลปานกลาง มีผลน้อย มีผลน้อยที่สุด ในการแปลความหมายของคะแนนใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ และผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ในการแปลผลโดยวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ย (Mean) ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

| ระดับความมีผล  | คะแนน |
|----------------|-------|
| มีผลมากที่สุด  | 5     |
| มีผลมาก        | 4     |
| มีผลปานกลาง    | 3     |
| มีผลน้อย       | 2     |
| มีผลน้อยที่สุด | 1     |

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ยึดถือหลักเกณฑ์ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย   | ระดับการให้ความสำคัญ |
|-------------|----------------------|
| 4.21 – 5.00 | มีผลมากที่สุด        |
| 3.41 – 4.20 | มีผลมาก              |
| 2.61 – 3.40 | มีผลปานกลาง          |
| 1.81 – 2.60 | มีผลน้อย             |
| 1.00 – 1.80 | มีผลน้อยที่สุด       |

ข้อมูลที่ศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านบริการ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนาม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ ทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.41 ซึ่งมีผลมากต่อการใช้บริการ

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการมากได้แก่ ปัจจัยทางด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ มีคะแนนเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยทางด้านบุคลากรของสนามกอล์ฟ มีคะแนนเฉลี่ย 3.48 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง คือปัจจัยทางด้านบริการของสนามกอล์ฟ มีคะแนนเฉลี่ย 3.28 และสุดท้ายคือ ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ มีคะแนนเฉลี่ย 3.23 ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงปัจจัยในแต่ละด้านที่มีผลต่อการใช้บริการสนามกอล์ฟ.

| ปัจจัยในแต่ละด้าน                       | คะแนนเฉลี่ย |
|---|-------------|
| 1. ปัจจัยทางด้านราคา                    | 3.55        |
| 2. ปัจจัยทางด้านบริการของสนามกอล์ฟ      | 3.28        |
| 3. ปัจจัยทางด้านบุคลากรของสนามกอล์ฟ     | 3.48        |
| 4. ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ | 3.23        |
| 5. ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ      | 3.53        |
| คะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทุกด้าน          | 3.41        |

#### 4.3.1 ปัจจัยทางด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการมาก คือ สนามกอล์ฟทำการส่งเสริมการขายด้านราคา เช่น ลดราคาลงในบางช่วง มีคะแนนเฉลี่ย 3.57 และราคาค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟเหมาะสมกับบริการของสนาม มีคะแนนเฉลี่ย 3.53 ดังแสดงในตาราง 4.11 จากทฤษฎีอุปสงค์ที่ว่า ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลงปริมาณซื้อจะมีมาก เมื่อสิ่งอื่น ๆ อยู่คงที่ ดังนั้นปัจจัยทางด้านราคาจึงมีความสำคัญต่อการใช้บริการ ซึ่งหากสนามกอล์ฟลดราคาค่าบริการลงก็จะทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ไทว์ บุญเฉลย (2538) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคมากเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคาและการศึกษาของ ณัฐกานต์ แสงแจ่ม (2541) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นกอล์ฟของผู้เล่นที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่ผู้เล่นใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ คือ อัตราค่าบริการเหมาะสม ส่วนการศึกษาของ สินีนาถ ต้นตราพล (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาโรงแรมธาริน ซึ่งบริการโรงแรมก็เป็นธุรกิจบริการอีกประเภทหนึ่ง ก็พบว่า ปัจจัยด้านราคาห้องพัก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับแรก

ตารางที่ 4.11 แสดงปัจจัยทางด้านราคา

| ปัจจัยทางด้านราคา   | ระดับความคิดเห็น |    |     |    |    | คะแนนเฉลี่ย |
|---|------------------|----|-----|----|----|-------------|
|   | 1                | 2  | 3   | 4  | 5  |             |
| ปัจจัยทางด้านราคา   |                  |    |     |    |    |             |
| 1.ราคาค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟเหมาะสมกับบริการของสนาม                | 14               | 32 | 103 | 84 | 67 | 3.53        |
| 2.สนามกอล์ฟทำการส่งเสริมการขายด้านราคา เช่น ลดราคาลงในบางช่วงเวลา | 14               | 43 | 75  | 94 | 74 | 3.57        |

#### 4.3.2 ปัจจัยทางการบริการของสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการบริการของสนามกอล์ฟที่มีผลต่อการใช้บริการมาก คือ การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 3.63 รองลงมาคือ มีภัตตาคารไว้คอยบริการอาหาร, เครื่องดื่ม มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 มีสปอร์ตคลับ มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 ดังแสดงในตาราง 4.12 จากทฤษฎีอุปสงค์ ปัจจัยทางการบริการของสนามกอล์ฟ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านรสนิยมของผู้บริโภค ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ หากรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้ระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลง ซึ่งหากรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปในทิศทางที่นิยมสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นทั้ง ๆ ที่ราคายังคงเท่าเดิม และถ้ารสนิยมในสินค้าชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่นิยมลดลง ปริมาณเสนอซื้อก็จะลดลง ดังนั้นหากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางการบริการของสนามกอล์ฟเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น การใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัชสร รุ่งกำเนิดวงศ์ (2543) ศึกษาเรื่องอุปสงค์ต่อบริการในการเดินทางโดยรถไฟสายเชียงใหม่-กรุงเทพ ณ สถานีรถไฟเชียงใหม่ ซึ่งบริการรถไฟก็เป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง พบว่า ปัจจัยด้านบริการ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.12 แสดงปัจจัยทางด้านการบริการของสนามกอล์ฟ

| ปัจจัยทางด้านการบริการของสนามกอล์ฟ                       | ระดับความคิดเห็น |    |     |     |    | คะแนนเฉลี่ย |
|--|------------------|----|-----|-----|----|-------------|
|  | 1                | 2  | 3   | 4   | 5  |             |
| ปัจจัยทางด้านการบริการของสนามกอล์ฟ                       |                  |    |     |     |    |             |
| 1. การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพ                            | 15               | 35 | 67  | 96  | 87 | 3.63        |
| 2. มีสนามฝึกซ้อมกอล์ฟพร้อมโปรไว้บริการนักกอล์ฟ           | 14               | 53 | 103 | 78  | 52 | 3.34        |
| 3. มีร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟครบวงจร                          | 16               | 46 | 120 | 78  | 40 | 3.27        |
| 4. มีรถกอล์ฟไว้คอยบริการในจำนวนที่เพียงพอ                | 31               | 44 | 113 | 76  | 36 | 3.14        |
| 5. มีสปอร์ตคลับ  | 21               | 33 | 94  | 90  | 62 | 3.46        |
| 6. มีภัตตาคารไว้คอยบริการเรื่องอาหาร, เครื่องดื่ม        | 14               | 42 | 74  | 105 | 65 | 3.55        |
| 7. มีที่จอดรถพร้อมหลังคาบังแดดในจำนวนที่เพียงพอ          | 18               | 41 | 105 | 86  | 50 | 3.36        |
| 8. มีสนามเด็กเล่นไว้คอยบริการลูกหลานของนักกอล์ฟ          | 61               | 84 | 90  | 44  | 21 | 2.60        |
| 9. มีป้ายหรือรายการแสดงราคาค่าใช้จ่ายบริการต่าง ๆ ชัดเจน | 33               | 56 | 90  | 75  | 46 | 3.15        |
| 10. มีความหลากหลายและความแปลกใหม่ของบริการ               | 27               | 29 | 105 | 97  | 42 | 3.33        |

#### 4.3.3 ปัจจัยทางด้านบุคลากรของสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านบุคลากรของสนามกอล์ฟที่มีผลต่อการใช้บริการมาก คือ การบริการของแคดดี้ มีคะแนนเฉลี่ย 3.76 รองลงมาคือ มีผู้ดูแลสนามที่คอยดูแลแฟร์เวย์และกรีนให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ตลอดเวลา มีคะแนนเฉลี่ย 3.53 และมีผู้ดูแลสนามที่คอยเตือนนักกอล์ฟในกรณีที่เล่นนานเกินไป เพื่อให้การเล่นกอล์ฟของกลุ่มอื่นไม่ติดขัด มีคะแนนเฉลี่ย 3.41 สำหรับการบริการของแคดดี้ พบว่า แคดดี้มีมารยาทดีมีผลมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือแคดดี้ทำความสะอาดอุปกรณ์ของนักกอล์ฟได้อย่างสะอาดเรียบร้อยหลังจากเล่นกอล์ฟเสร็จ มี

คะแนนเฉลี่ย 4.17 ดังแสดงในตาราง 4.13 จากทฤษฎีอุปสงค์ ปัจจัยทางด้านบุคลากร เป็นปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคา หากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลง ซึ่งหากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาของผู้บริโภคเปลี่ยนไปในทิศทางที่นิยมสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นทั้ง ๆ ที่ราคายังคงเท่าเดิม และถ้าปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาของสินค้าชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่นิยมลดลง ปริมาณเสนอซื้อก็จะลดลง ดังนั้นหากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางด้านบุคลากรของสนามกอล์ฟเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น การใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สินีนาถ ตันตราพล (2546) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับบริการโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาโรงแรมธาริน ก็พบว่า คุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงปัจจัยทางด้านบุคลการของสนามกอล์ฟ

| ปัจจัยทางด้านบุคลการของสนามกอล์ฟ   | ระดับความคิดเห็น |    |     |     |     | คะแนนเฉลี่ย |
|--|------------------|----|-----|-----|-----|-------------|
|  | 1                | 2  | 3   | 4   | 5   |             |
| <b>ปัจจัยทางด้านบุคลการของสนามกอล์ฟ</b>  |                  |    |     |     |     |             |
| 1.การบริการของแคดดี้   | 24               | 28 | 47  | 81  | 120 | 3.76        |
| 1.1 มีหน้าตาดี   | 35               | 31 | 144 | 60  | 30  | 3.40        |
| 1.2 มีมารยาทดี   | 12               | 23 | 55  | 105 | 105 | 4.23        |
| 1.3 มีความรู้เรื่องกอล์ฟพอสมควร<br>สามารถบอกระยะได้อย่างแม่นยำ   | 11               | 32 | 63  | 99  | 95  | 4.12        |
| 1.4 สามารถขับรถกอล์ฟได้  | 29               | 49 | 104 | 93  | 25  | 3.46        |
| 1.5 ทำความสะอาดอุปกรณ์ของ<br>นักกอล์ฟได้อย่างสะอาดเรียบร้อย<br>หลังจากเล่นกอล์ฟเสร็จ                       | 8                | 32 | 60  | 104 | 96  | 4.17        |
| 1.6 สามารถพูดภาษาอังกฤษได้พอ<br>สมควร  | 38               | 51 | 149 | 51  | 11  | 3.17        |
| 2.มีโปรสอนกอล์ฟที่มีชื่อเสียงประจำอยู่ที่<br>สนามเพื่อคอยสอนและให้คำปรึกษาแก่นักกอล์ฟ                      | 11               | 41 | 116 | 89  | 43  | 3.22        |
| 3.มีผู้ดูแลสนามที่คอยดูแลแฟร์เวย์และกรีนให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ตลอดเวลา                                       | 24               | 28 | 47  | 82  | 119 | 3.53        |
| 4.มีผู้ดูแลสนามที่คอยเตือนนักกอล์ฟใน<br>กรณีที่เล่นนานเกินไป เพื่อให้การเล่น<br>กอล์ฟของกลุ่มอื่นไม่ติดขัด | 23               | 37 | 57  | 85  | 98  | 3.41        |

#### 4.3.4 ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟที่มีผลต่อการใช้บริการมาก คือ สามารถเดินทางไปได้โดยสะดวก มีคะแนนเฉลี่ย 3.86 รองลงมาคือ มีทิวทัศน์สวยงามโดยรอบ มีคะแนนเฉลี่ย 3.84 อยู่ใกล้ที่พัก มีคะแนนเฉลี่ย 3.40 ดังแสดงในตาราง 4.14 จากทฤษฎีอุปสงค์ ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ เป็นปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคา หากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลง ซึ่งหากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาของผู้บริโภคเปลี่ยนไปในทิศทางที่นิยมสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นทั้ง ๆ ที่ราคายังคงเท่าเดิม และถ้าปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ราคาของสินค้าชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่นิยมลดลง ปริมาณเสนอซื้อก็จะลดลง ดังนั้นหากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น การใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐกานต์ แสงแจ่ม (2541) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นกอล์ฟของผู้เล่นที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สถานที่ที่มีความสะดวกต่อการไปใช้บริการ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้เล่นใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ และการศึกษาของสินีนาด ต้นตราพล (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาโรงแรมธาริน ก็พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.14 แสดงปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ

| ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ | ระดับความคิดเห็น |    |     |     |     | คะแนนเฉลี่ย |
|--------------------------------------|------------------|----|-----|-----|-----|-------------|
|                                      | 1                | 2  | 3   | 4   | 5   |             |
| ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งของสนามกอล์ฟ |                  |    |     |     |     |             |
| 1.สามารถเดินทางไปได้โดยสะดวก         | 21               | 20 | 56  | 87  | 116 | 3.86        |
| 2.อยู่ใกล้ที่พัก                     | 15               | 55 | 90  | 72  | 68  | 3.40        |
| 3.อยู่ใกล้แหล่งชุมชน                 | 23               | 58 | 113 | 74  | 32  | 3.11        |
| 4.อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองเล็กน้อย     | 20               | 41 | 102 | 99  | 38  | 3.31        |
| 5.อยู่ใกล้ที่ทำงาน                   | 26               | 61 | 117 | 69  | 27  | 3.03        |
| 6.อยู่ใกล้สนามบิน                    | 38               | 79 | 121 | 44  | 18  | 2.75        |
| 7.อยู่ใกล้ภูเขา                      | 25               | 54 | 106 | 76  | 39  | 3.17        |
| 8.มีทิวทัศน์สวยงามโดยรอบ             | 17               | 28 | 47  | 103 | 105 | 3.84        |
| 9.อยู่ใกล้แหล่งบันเทิง               | 67               | 66 | 107 | 46  | 14  | 2.58        |



#### 4.3.5 ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟที่มีผลต่อการใช้บริการมาก คือ การออกแบบสนามทำให้มีความท้าทายในการเล่นสำหรับนักกอล์ฟ มีคะแนนเฉลี่ย 3.74 รองลงมาคือ มีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงาอยู่ในสนามเพื่อให้นักกอล์ฟสามารถหลบแดดได้ มีคะแนนเฉลี่ย 3.63 มีอุปสรรคในสนามไม่มากจนเกินไป มีคะแนนเฉลี่ย 3.23 ดังแสดงในตาราง 4.15 จากทฤษฎีอุปสงค์ ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านรสนิยมของผู้บริโภค ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ หากรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้ระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลง ซึ่งหากรสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปในทิศทางที่นิยมสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นทั้ง ๆ ที่ราคายังคงเท่าเดิม และถ้ารสนิยมในสินค้าชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่นิยมลดลง ปริมาณเสนอซื้อก็จะลดลง ดังนั้นหากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟเป็นไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น การใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌักกานต์ แสงแจ่ม (2541) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นกอล์ฟของผู้เล่นที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การออกแบบสนาม เป็นปัจจัยหนึ่งที่คุณเล่นใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

ตารางที่ 4.15 แสดงปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ

| ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ                                  | ระดับความคิดเห็น |    |     |    |    | คะแนนเฉลี่ย |
|--|------------------|----|-----|----|----|-------------|
|  | 1                | 2  | 3   | 4  | 5  |             |
| ปัจจัยทางด้านเทคนิคของสนามกอล์ฟ                                  |                  |    |     |    |    |             |
| 1.การออกแบบสนาม ทำให้มีความท้าทายในการเล่นสำหรับนักกอล์ฟ         | 18               | 21 | 77  | 89 | 95 | 3.74        |
| 2.มีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงาอยู่ในสนามเพื่อให้นักกอล์ฟสามารถหลบแดดได้ | 25               | 23 | 77  | 89 | 86 | 3.63        |
| 3.มีอุปสรรคในสนามไม่มากจนเกินไป                                  | 10               | 47 | 132 | 85 | 26 | 3.23        |