

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในของผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 388 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 83.8 มีระดับอายุระหว่าง 20 ถึง 29 ปี ร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30 ถึง 39 ปี ร้อยละ 28.1 มีสถานะภาพทางครอบครัวเป็นโสดร้อยละ 48.7 ใกล้เคียงกับสถานะภาพสมรสที่มีสัดส่วนร้อยละ 47.9 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.9 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 29.6 มีอาชีพเป็น ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 35.6 รองลงมา เป็นพนักงานองค์กรเอกชน ร้อยละ 24.2 มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 ถึง 30,000 บาท ร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ 10,001 ถึง 20,000 บาท ร้อยละ 18.6 มีระดับแถมต่อ (Handicap) 36 ถึง 24 แถม ร้อยละ 52.3 รองลงมาเป็น 23 ถึง 18 แถม ร้อยละ 22.2

5.1.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ มีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟส่วนใหญ่ เพื่อเป็นการฝึกซ้อมฝีมือ ร้อยละ 95.4 รองลงมาเพื่อการออกกำลังกาย ร้อยละ 76.5 มีการเลือกใช้บริการ ซ่องฝึกซ้อมเพื่อฝึกซ้อมตีกอล์ฟ ร้อยละ 97.2 รองลงมาใช้กรีนเพื่อซ้อมชิพ หรือพัต ร้อยละ 44.1 และใช้บริการร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ร้อยละ 40.5 มีการเลือกใช้บริการมากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ร้อยละ 56.2 และวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ ร้อยละ 33.5 โดยเหตุผลในการเลือกใช้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์มากที่สุด เพราะต้องออกนอกบ้านจึงมีโอกาสไปสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ร้อยละ 45.4 รองลงมาคือไม่มีเวลาเพียงพอต่อการออกรอบ ร้อยละ 26.6 ส่วนเหตุผลในการเลือกใช้บริการในวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ เพราะไม่ต้องทำงานมีเวลาว่าง ร้อยละ 80 รองลงมา เพราะเป็นวันที่นัดเพื่อนได้ง่ายร้อยละ 36.2 สำหรับช่วงเวลา que เลือกใช้บริการมากที่สุดเป็นช่วงเวลา 18.01 ถึง 20.00 น. ร้อยละ 47.4 รองลงมาเป็น 16.01 ถึง 18.00 น. ร้อยละ 28.9 โดยเหตุผลในการเลือกใช้บริการช่วงเวลา 18.01 ถึง 20.00 น. เพราะเป็นช่วงเวลาที่สบายต่อการฝึกซ้อม ร้อยละ 58.2 รองลงมา เพราะเป็นช่วงเวลารอเวลากลับบ้าน หรือรับครอบครัว ร้อยละ 35.9 ส่วนช่วงเวลา 16.01 ถึง 20.00 น. มีเหตุผลเพราะเป็นช่วงเวลา

ที่สบายต่อการฝึกซ้อมร้อยละ 50.9 รองลงมาเพราะ เป็นช่วงเวลากลับบ้านและรับครอบครัว ร้อยละ 43.2 มีความถี่ในการเลือกใช้บริการ 2 ถึง 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ร้อยละ 24.5 เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เป็นปัจจัยเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ คือ ความสะดวกในการเดินทาง รถไม่ติด ร้อยละ 59.3 รองลงมาเพราะที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ร้อยละ 50.3 และที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟอยู่ใกล้ที่ทำงานร้อยละ 30.4 มีการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเชียงใหม่ไควร์ฟิงเจเน็ ร้อยละ 85.3 รองลงมาเป็นสนามฝึกซ้อมกอล์ฟลานนา ร้อยละ 77.3 และสนามฝึกซ้อมกอล์ฟพัชชัน ร้อยละ 67.0 ซึ่งความคิดเห็นของผู้บริโภคภายหลังการใช้บริการพบว่า มีระดับการบริการอยู่ในขั้นดี คิดเป็นร้อยละ 75.0

แหล่งข้อมูลที่ใช้รับรู้ข้อมูลเพื่อเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ คือ การรับรู้จากเพื่อนสนิท ร้อยละ 56.4 รองลงมารับรู้จากเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 35.1 และจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 21.9 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุดเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง ร้อยละ 48.7 รองลงมาเป็นเพื่อนสนิท ร้อยละ 26.8

5.1.3 ปัจจัยจากสิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่สรุปได้ดังตารางที่ 50

ตารางที่ 50 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ปานกลาง	ระดับความสำคัญมาก <ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) - คุณภาพของแผ่นหญ้าเทียมรองตี - ปริมาณช่องฝึกซ้อม - ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ - มีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ปานกลาง	ระดับความสำคัญปานกลาง <ul style="list-style-type: none"> - ความเหมือนจริงของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ - มีกรีนสำหรับซ้อมพัต หรือ ชิพ - มีบ่อทรายสำหรับซ้อมระเบิดทราย - มีผู้ฝึกสอนกอล์ฟ - มีอุปกรณ์พักผ่อนหย่อนใจ (เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร) - มีร้านอาหาร
2. ด้านราคา	ปานกลาง	ระดับความสำคัญมาก <ul style="list-style-type: none"> - ราคาลูกกอล์ฟ ต่อ ถาด - การกำหนดราคาขายที่ชัดเจน ระดับความสำคัญปานกลาง <ul style="list-style-type: none"> - ราคาเครื่องดื่ม / อาหาร - การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง	ระดับความสำคัญมาก <ul style="list-style-type: none"> - การได้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าเป็นชุด ระดับความสำคัญปานกลาง <ul style="list-style-type: none"> - การได้ส่วนลดพิเศษเฉพาะสมาชิก - การให้ส่วนลดตามเวลา - มีการแจกรางวัลในขณะซ้อมตี - มีการจับรางวัลชิงโชค - การโฆษณาผ่านใบปลิวหรือแผ่นพับ - การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา - การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร - การโฆษณาผ่านวิทยุ ระดับความสำคัญน้อย <ul style="list-style-type: none"> - การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก	ระดับความสำคัญมาก <ul style="list-style-type: none"> - ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย - สถานที่จอดรถสะดวก - มีการคมนาคมที่สะดวก - ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อย
5. ด้านบุคลากร	มาก	<p>ระดับความสำคัญมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนและการให้บริการอย่างรวดเร็ว - พนักงานสุภาพ / อารมณ์ดี / มีมารยาท / ซื่อสัตย์ - พนักงานใช้ภาษาพูดกับลูกค้ารู้เรื่อง - พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า <p>ระดับความสำคัญปานกลาง</p> <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานมีความรู้เรื่องกีฬาออล์ฟ
6. ด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพ	มาก	<p>ระดับความสำคัญมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสะอาดของสนามกอล์ฟ - ความทันสมัยและสวยงามของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ - มีระบบการระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด - มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ (เช่น ที่นั่งพัก) - ความปลอดภัยในทรัพย์สิน - ความปลอดภัยในร่างกายในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างของช่องตีมีความห่างพอ) <p>ระดับความสำคัญปานกลาง</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบการแต่งกายพนักงาน
7. ด้านกระบวนการ	มาก	<p>ระดับความสำคัญมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการคิดค่าบริการและชำระเงินที่ถูกต้อง - มีการจัดลำดับรอรับบริการ (ก่อน-หลัง) - มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ - มีความรวดเร็วในการชำระเงิน - มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน - เวลาเปิด - ปิด ของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ <p>ระดับความสำคัญปานกลาง</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ - มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็วชัดเจน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อย
8. ด้านเศรษฐกิจ	ปานกลาง	ระดับความสำคัญปานกลาง - ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจประเทศ
9. ด้านเทคโนโลยี	ปานกลาง	ระดับความสำคัญปานกลาง - การมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ใช้ตรวจจับวงสวิง และแสดงผลการตีทางระบบกราฟฟิค ซึ่งสามารถใช้ในสถานที่ใดก็ได้
10. ด้านกฎหมายและการเมือง	ปานกลาง	ระดับความสำคัญปานกลาง - มีการออกกฎหมายเพิ่ม / ลดภาษีอุปกรณ์หรือสิ่งเกี่ยวข้องกับกีฬาอล์ฟ
11. ด้านสังคม	ปานกลาง	ระดับความสำคัญมาก - กลุ่มอ้างอิงที่เป็นเพื่อนสนิท ระดับความสำคัญปานกลาง - กลุ่มอ้างอิงที่เป็น ครอบครัว - กลุ่มอ้างอิงที่เป็น บุคคลในที่ทำงาน - กลุ่มอ้างอิงที่เป็น ผู้มีชื่อเสียงที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟ
12. ด้านสิ่งแวดล้อม	ปานกลาง	ระดับความสำคัญปานกลาง - ข่าวดผลกระทบต่อธรรมชาติต่อกีฬาอล์ฟ
13. ด้านวัฒนธรรม	ปานกลาง	ระดับความสำคัญปานกลาง - สังคมไทยเป็นสังคมอุปถัมภ์ ถ้าผู้บริหารเล่นกอล์ฟ ผู้ได้บังคับบัญชาที่มีความจำเป็นในการเล่นกอล์ฟให้เป็น - คนที่เล่นกอล์ฟเก่งจะมีโอกาสชกฐานะทางสังคมมากกว่าคนที่เล่นกอล์ฟไม่เก่ง - คนที่ตำแหน่งหน้าที่การงานสูงจำเป็นต้องเล่นกีฬาอล์ฟ

ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อย
14. ด้านจิตวิทยา	ปานกลาง	ระดับความสำคัญมาก - การฝึกซ้อมกอล์ฟให้เก่งจะทำให้เกิด ความภูมิใจในตนเอง - การไปฝึกซ้อมกอล์ฟกับเพื่อนในสังคม จะทำให้เกิดความสนิทสนมมากขึ้น ระดับความสำคัญปานกลาง - การฝึกกอล์ฟให้เก่งจะทำให้คนในสังคม ยอมรับ / นับถือ / เคารพมากขึ้น - การฝึกกอล์ฟให้เก่งจะทำให้เป็นคนที่มี ฝีมือและเข้าสังคมได้ง่าย

จากตารางที่ 50 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ใน จังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือ ที่ตั้งสนามฝึก ซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย ใกล้ที่ทำงาน สถานที่จอดรถสะดวก และมีการคมนาคมที่สะดวก ปัจจัย ด้านบุคลากร โดยมีปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือ พนักงานมีความรู้ขึ้น ตอนการให้บริการ และ ให้บริการอย่างรวดเร็ว พนักงานสุภาพ อธิบายดี มีมารยาท ซื่อสัตย์ พนักงานใช้ภาษาพูดกับลูกค้ารู้เรื่อง และพนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาความต้องการของลูกค้า ปัจจัย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยมีปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือ สนาม ฝึกซ้อมกอล์ฟมีความสะอาด มีความทันสมัยและสวยงาม มีระบบการระบายอากาศที่ดีไม่อึดอัด มี สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน และมีความปลอดภัยในร่างกายใน ขณะฝึกซ้อมกอล์ฟ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีปัจจัยย่อย ในระดับความสำคัญสูงสุดในระดับ มาก คือ การคิดค่าบริการ การชำระเงินที่ถูกต้อง มีการจัดลำดับรอรับบริการ มีความรวดเร็วใน การซื้อลูกกอล์ฟ มีความรวดเร็วในการชำระเงิน มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และเวลา เปิด - ปิด ของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

5.1.4 ปัญหาในการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัญหาในการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียด ดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีปัญหาย่อยในระดับความสำคัญสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ลูกกอล์ฟหมดสภาพ การใช้งาน แผ่นรองหญ้าเทียมหมดสภาพ ความยาวสนามฝึกซ้อมสั้น และอุปกรณ์ตั้งลูกไม่ดี

ปัญหาด้านราคา พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาอยู่ในระดับความสำคัญสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มแพง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาอยู่ในระดับความสำคัญสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีโฆษณาประชาสัมพันธ์และไม่มีการลดแลก แจก แถม

ปัญหาด้านช่องทางจัดจำหน่าย พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัญหาอยู่ในระดับความสำคัญที่สูงสุด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การเดินทาง ไปลำบาก รถติด ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟอยู่ไกลที่พักอาศัย และที่ทำงาน

ปัญหาด้านบุคลากร พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัญหาอยู่ในระดับความสำคัญสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานไม่มีความสุภาพต่อลูกค้า และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัญหาอยู่ในระดับความสำคัญสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ระบบระบายอากาศไม่ดี อึดอัด อาคารสถานที่สกปรก สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ไม่มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน และร่างกาย

ปัญหาด้านกระบวนการ พบว่าระดับความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาอยู่ในระดับความสำคัญสูงสุดที่ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ กระบวนการชำระเงินล่าช้า ไม่มีป้ายแสดงราคาสินค้า คิดค่าบริการผิดบ่อยครั้ง และไม่มีการจัดลำดับการเข้ารับบริการ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำแนวคิด โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค คุณภาพบริการ และส่วนประสมการตลาดบริการมาประยุกต์เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรม โดยใช้คำถามช่วยในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลักษณะของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการฝึกซ้อมกอล์ฟส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับอายุ 20 ถึง 29 ปี และ 30 ถึง 39 ปี ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน มีสถานะทางครอบครัวเป็นโสด และสมรสเทียบเท่ากัน มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 ถึง 30,000 บาท มีระดับแถมต่อ 36 ถึง 24 แถม

2 ผู้บริโภคต้องการบริการอะไร ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการช่องฝึกซ้อมเพื่อฝึกซ้อมตีกอล์ฟ รองลงมาเป็นการใช้กรีนเพื่อซ้อมชิพ หรือ พัต และใช้บริการร้านอาหารหรือเครื่องดื่ม ตามลำดับ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงต้องการบริการ ในการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์การเลือกใช้บริการเพื่อฝึกซ้อมฝีมือ รองลงมาเพื่อการออกกำลังกายและเพื่อการพักผ่อน โดยสอดคล้องกับ ฌักฐาพร ปฐมรัตน์ (2544) ที่ศึกษาความต้องการใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้เล่นกอล์ฟนิยมเล่นกอล์ฟเพื่อการออกกำลังกาย เมื่อศึกษาพิจารณาถึงปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยภายนอกที่ครอบคลุมปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ปัจจัยด้านจิตวิทยามีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก ต่อความต้องการความสำเร็จ (Need of Achievement) ซึ่งการฝึกซ้อมกอล์ฟให้เก่งจะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และความต้องการความผูกพันกัน (Need of Affiliation) ซึ่งการไปฝึกซ้อมกอล์ฟกับเพื่อนจะทำให้เกิดความสนิทสนมมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยในระดับปานกลางต่อความต้องการการยกย่องนับถือ (Self-Esteem Need) ซึ่งการฝึกซ้อมกอล์ฟให้เก่งจะทำให้คนในสังคมยอมรับเคารพนับถือ และเป็นที่ต้องการเข้าร่วมสังคมได้ง่าย โดยสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการที่แสวงหา (Acquired needs theory) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลางต่อวัฒนธรรมไทยที่ถือว่าสังคมไทยเป็นสังคมอุปถัมภ์ ถ้าผู้บริการเล่นกอล์ฟผู้ได้บังคับบัญชาที่มีความจำเป็นที่จะเล่นกอล์ฟให้เป็น ต่อค่านิยมทางวัฒนธรรม ผู้บริโภคถือว่า คนที่เล่นกอล์ฟเก่งจะมีโอกาสยกฐานะทางสังคมมากกว่าคนที่เล่นกอล์ฟไม่เก่งและถือว่าคนที่ตำแหน่งหน้าที่การงานสูงจำเป็นต้องเล่นกอล์ฟ

ปัจจัยทางด้านสังคม มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับมาก ในกลุ่มอ้างอิงที่เป็นเพื่อนสนิท โดยเพื่อนสนิทมีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ต่อ ครอบครัว บุคคลในที่ทำงาน และผู้ฝึกซ้อมกอล์ฟที่มีชื่อเสียงที่มาใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นเพศชายมีความต้องการที่จะใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมากกว่าเพศหญิง กลุ่มคนวัยทำงานจะเป็นกลุ่มหลักที่จะเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟเพื่อฝึกซ้อมฝีมือให้เก่ง ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความต้องการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมากที่สุด ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้อยู่ใน

ช่วง 20,001 ถึง 30,000 บาท จะมีสัดส่วนการมาใช้บริการมากที่สุด และผู้บริโภคที่มีระดับฝีมือไม่สูงมีแนวโน้มจะเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟเพื่อใช้ฝึกซ้อมฝีมือโดยพิจารณาจากผู้ที่มีระดับแต้มต่อ 36 ถึง 24 แต้มจะมาใช้บริการสนามฝึกซ้อมมากที่สุด

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ ในการศึกษาผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุดในการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟด้วยตัวเอง โดยเพื่อนสนิทจะมีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในระดับรองลงมา

5. ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟวันจันทร์ ถึง วันศุกร์มากที่สุด โดยเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เพราะผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องออกนอกบ้านจึงมีโอกาสไปสนามฝึกซ้อมกอล์ฟรองลงมาเพราะไม่มีเวลาเพียงพอต่อการออกรอบ ซึ่งสอดคล้องกับ ราชานันทน์ สมชาย เกี่ยวโรดาพาธ และเพิ่มพร ฤกษ์ธรรมกิจ (2542) ได้ศึกษาพฤติกรรมในการเล่นกอล์ฟ ที่พบว่านักกอล์ฟจะออกรอบเล่นกอล์ฟในวันหยุดมากกว่าวันธรรมดา สำหรับวันเสาร์ ถึง อาทิตย์ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟด้วยเหตุผลไม่ต้องทำงานมีเวลาว่าง รองลงมาเพราะเป็นวันที่นัดเพื่อนได้ง่าย ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในช่วงเวลา 18.01 ถึง 20.00 น. มากที่สุด โดยเหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเวลา 18.01 ถึง 20.00 น. เพราะเป็นช่วงเวลาที่อากาศสบายต่อการฝึกซ้อม รองลงมาเพราะเป็นช่วงเวลาที่ว่างรอเวลากลับบ้านหรือรอรับครอบครัว

6. ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ที่สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเชียงใหม่ ไคร์ฟวิงเรจัน ในสัดส่วนสูงที่สุด รองลงมาเป็นสนามฝึกซ้อมกอล์ฟลานนา เมื่อพิจารณาถึงช่องทางที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในเชียงใหม่พบว่ามีสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ 4 แห่งที่ผู้บริโภคเกินกว่าครึ่งเคยเลือกใช้บริการได้แก่ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเชียงใหม่ ไคร์ฟวิงเรจัน สนามฝึกซ้อมกอล์ฟลานนา สนามฝึกซ้อมกอล์ฟทักษัน และสนามฝึกซ้อมกอล์ฟสันทราย ไคร์ฟกอล์ฟ

7. ผู้บริโภคใช้บริการอย่างไร จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพื่อฝึกซ้อมฝีมือ โดยจะเลือกใช้บริการช่องฝึกซ้อมเพื่อฝึกซ้อมตีกอล์ฟ มีการรับข้อมูลเกี่ยวกับสนามฝึกซ้อมกอล์ฟจากการบอกต่อของเพื่อนสนิท รองลงมาเป็นเพื่อนร่วมงาน ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือก โดยให้ความสำคัญในสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในธุรกิจบริการและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ คุณภาพลูกกอล์ฟ คุณภาพของแผ่นรองหญ้าเทียมรองตี ปริมาณช่องฝึกซ้อม ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ และการมีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด และการกำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ การได้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าเป็นชุด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พัก สถานที่จอดรถสะดวก มีการคมนาคมสะดวก และที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนและการให้บริการอย่างรวดเร็ว พนักงานมีความสุภาพอัธยาศัยดี มีมารยาท ซื่อสัตย์ พนักงานใช้ภาษาพูดกับลูกค้ารู้เรื่อง และพนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟมีความสะอาด มีความทันสมัยและสวยงาม มีระบบอากาศที่ดีไม่อึดอัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่นที่นั่งพัก มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน และมีความปลอดภัยในร่างกายในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีการคิดค่าบริการ การชำระเงินที่ถูกต้อง มีการจัดลำดับรอรับบริการ มีความรวดเร็วในการชำระเงิน มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน และเวลาเปิด-ปิดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ สำหรับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีผลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง จากการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยพิจารณาให้ระดับความสำคัญต่อ ความสะดวกในการเดินทางไป สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นที่ตั้งของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟซึ่งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และที่ทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยไม่สอดคล้องกับ ไทว์ บุญเฉลย (2539) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญมากที่สุด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในอันดับสาม หลังจากการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าระดับการบริการของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยกระบวนการตัดสินใจที่จะเลือกใช้ บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟดังกล่าวนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเริ่มจากการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจและความรู้สึกหลังการใช้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 388 ราย พบว่าส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 20 ถึง 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 20,001 ถึง 30,000 บาท ระดับแถมต่อ 36 ถึง 24 แถม พบว่าปัจจัยจากลักษณะของผู้บริโภคมีผลต่อความต้องการเลือกใช้ บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ พบว่าปัจจัยจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในธุรกิจบริการ และสิ่งกระตุ้น

อื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภค และทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ดังนี้

ปัจจัยจากลักษณะของผู้บริโภค

ผลการศึกษาในระดับของปัจจัยจากลักษณะของผู้บริโภคที่มีผลต่อความต้องการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีระดับความสำคัญในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยดังนี้ ตามตารางที่ 51

ตารางที่ 51 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อความต้องการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
1. การฝึกซ้อมกอล์ฟให้เก่งจะทำให้เกิดความภูมิใจในตนเอง	3.78
2. กลุ่มอ้างอิงที่เป็นเพื่อนสนิท	3.55
3. การไปฝึกซ้อมกอล์ฟกับเพื่อนในสังคมจะทำให้เกิดความสนิทสนมมากขึ้น	3.54

ปัจจัยจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในธุรกิจบริการ และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ

ผลการศึกษาในระดับความสำคัญของปัจจัยจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในธุรกิจบริการและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีระดับความสำคัญในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยดังนี้ ตามตารางที่ 52

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับความสำคัญมาก

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
1. ระบบการระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด	4.36
2. ที่ตั้งสนามกอล์ฟใกล้ที่พัก	4.29
3. ความปลอดภัยในทรัพย์สิน	4.29
4. ความปลอดภัยในร่างกายในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างของช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ)	4.28
5. พนักงานมีความรู้ในขั้นตอนและการให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.26
6. การคมนาคมที่สะดวก	4.26

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย
7. สถานที่จอดรถสะดวก	4.24
8. พนักงานสุภาพ อารยาศัยดี มีมารยาท เชื้อสัต์ย์	4.16
9. ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	4.16
10. พนักงานใช้ภาษาพูดกับลูกค้ารู้เรื่อง	4.01
11. ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน	3.96
12. คุณภาพของแผ่นหญ้าเทียมรองตี	3.94
13. มีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ	3.94
14. พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า	3.93
15. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ (เช่น ที่นั่งพัก)	3.93
16. การได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าเป็นชุด	3.93
17. ความทันสมัยและความสวยงามของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	3.92
18. มีการคิดค่าบริการและการชำระเงินที่ถูกต้อง	3.90
19. ความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ	3.89
20. มีการจัดลำดับรอรับบริการ	3.87
21. ปริมาณช่องฝึกซ้อม	3.81
22. มีความรวดเร็วในการชำระเงิน	3.78
23. ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด	3.72
24. คุณภาพลูกกอล์ฟ	3.66
25. การกำหนดราคาขายที่ชัดเจน	3.63
26. เวลาเปิด-ปิด ของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	3.63
27. มีป้ายแสดงราคาสินค้าชัดเจน	3.62
28. ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ	3.58

ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ เพื่อฝึกซ้อมฝีมือ โดยจะใช้บริการช่องฝึกซ้อมเพื่อฝึกซ้อมตีกอล์ฟ มีการรับข้อมูลเกี่ยวกับสนามฝึกซ้อมกอล์ฟจากการบอกต่อของเพื่อนสนิท มีการประเมินทางเลือกโดยให้ความสำคัญในปัจจัยจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในธุรกิจบริการและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ จากการประเมินทางเลือกพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยพิจารณาให้ความสำคัญต่อยปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้

ที่พักอาศัย และที่ทำงาน ซึ่งหลังจากการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าระดับการบริการของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับการบริการในเกณฑ์ที่ดี

5.4 ข้อเสนอแนะ

การจากศึกษาพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ดังนี้

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก ซึ่งผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะการจัดการสถานที่จอดรถให้มีเพียงพอ และมีการคมนาคมที่สะดวก นอกจากนี้ การวางทำเลที่ตั้งของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟควรจะต้องพิจารณาถึงความใกล้ที่พักของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรจัดการระบบอากาศให้ดี ไม่อึดอัด มีความสะอาด สวยงามนำเข้ามาใช้บริการ มีเก้าอี้เพียงพอ มีความปลอดภัยในทรัพย์สินและร่างกายในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภค ซึ่งการจัดการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมีความสำคัญมาก เพราะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายเหมือนการมาพักผ่อน ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่ต้องการออกกำลังกายและพักผ่อน

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรจัดหาและฝึกอบรมพนักงานให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะเรื่องความรู้ในขั้นตอนการให้บริการ เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งพนักงานต้องมีความสุภาพ อ่อนโยน มีมารยาท ซื่อสัตย์ สื่อภาษากับผู้บริโภครู้เรื่อง ตลอดจนเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า โดยปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่ออีกด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรวางระบบขั้นตอนการปฏิบัติงานภายในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการบริการที่เป็นมาตรฐานตั้งแต่ การจัดลำดับรอรับบริการ การคิดค่าบริการและชำระที่ถูกต้อง มีป้ายแสดงสินค้าที่ชัดเจน รวมถึงความรวดเร็วในการชำระเงิน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หลักโดยเฉพาะคุณภาพลูกกอล์ฟ แผ่นหญ้าเทียมรองตี และเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ ซึ่งเป็นการบริการขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคสัมผัสโดยตรง เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการควรมีเกณฑ์การกำหนดราคาให้ชัดเจนและเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า นอกจากนี้ราคาเครื่องตีที่มาบริการในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟจะต้องสมเหตุสมผล เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความยุติธรรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการขายด้วยการให้ส่วนลดกับ ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้ามีราคาต่ำลงอย่างชัดเจน ส่งผลให้ผู้บริโภคเพิ่มปริมาณ การบริโภคและมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยการให้ส่วนลดไม่ควรจะกำหนดเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค บางกลุ่ม ควรจะให้กับผู้บริโภคทุกกลุ่มที่ทำตามกติกา เช่น ซื้อลูกกอล์ฟ 5 ลูก ในราคา 100 บาท จากราคาปกติ 150 บาท เป็นต้น นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าผู้บริโภคไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตในการ รับข้อมูล แต่จะรับข้อมูลจากป้ายโฆษณา ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญสัมพันธ์ผ่านทาง ป้ายโฆษณาเป็นหลัก

ปัจจัยด้านสังคม ผู้ประกอบการควรพิจารณาปรับปรุงร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ให้นำมาใช้ บริการ หรือจัดสถานที่ให้เป็นโซนที่ง่ายต่อการรวมกลุ่ม เพื่อให้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเป็นสถานที่ พบปะสังสรรค์ระหว่างเพื่อนฝูง เพราะผู้บริโภคจะพิจารณาให้ความสำคัญต่อกลุ่มอ้างอิงที่เป็น เพื่อนสนิทต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความต้องการฝึกซ้อมกอล์ฟให้เก่งเพื่อ ให้เกิดความภูมิใจ ซึ่งผู้ประกอบการควรมีอุปกรณ์ช่วยเหลือ เพื่อการพัฒนาผู้บริโภคที่มาใช้ บริการ เช่น กระจก หรือ บริการกล้องถ่ายวิดีโอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved