

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

กีฬากอล์ฟเริ่มเป็นที่รู้จักกันในประเทศไทยประมาณต้นปี พ.ศ. 2463 และได้เริ่มก่อตั้งสมาคมกอล์ฟแห่งประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2473 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สังเกตเห็นว่ากอล์ฟเป็นกีฬาที่มีศักยภาพที่สำคัญของประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เล่นกีฬาประเภทนี้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการจ่ายเงินค่อนข้างสูง การก่อสร้างสนามกอล์ฟในประเทศไทยเริ่มมีการขยายตัวอย่างมาก (คมสัน สุริยะ, 2546) โดยในปัจจุบันประเทศไทยมีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานประมาณ 250 สนาม ซึ่งเพิ่มขึ้นมากจากปี 2534 ที่มีสนามกอล์ฟประมาณ 80 สนาม (ไพโรจน์ ธรรมากิมุข, 2543) ส่วนมากอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยในปี 2548 ประเทศไทยได้รับรางวัลควีนแชมป์แหล่งท่องเที่ยว สำหรับการเล่นกอล์ฟยอดเยี่ยมแห่งปี (The Annual Golf Tourism Awards 2005) ซึ่งจัดโดยสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมกอล์ฟของยุโรป หรือ IAGTO ร่วมกับบริษัทรถเช่า HERTZ โดยประเทศไทยได้รับการตัดสินให้พิชิตรางวัลยอดเยี่ยมประเภท Emerging Golf Destination of the Year 2005 ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยสามารถคว้ารางวัลยอดเยี่ยมประเภทจุดหมายปลายทางสำหรับการเล่นกอล์ฟยอดเยี่ยมมาครองได้ จะมีส่วนสำคัญในการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางด้านสินค้าและบริการรวมทั้งความพร้อมของสนามกอล์ฟในประเทศไทยที่มีอยู่กว่า 250 แห่ง ทั่วประเทศ (รีวิวสนามกอล์ฟ: ออนไลน์) ให้เป็นที่รับรู้อย่างกว้างขวางในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังส่งผลดีต่อการขยายตลาดนักท่องเที่ยวประเภทกอล์ฟจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูงให้เดินทางมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการเร่งขยายตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้จำนวนมากเข้าประเทศได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นการปลุกกระแสความนิยมตลาดทัวร์กอล์ฟในไทย (ไทยควีนแชมป์แหล่งท่องเที่ยว สำหรับการเล่นกอล์ฟยอดเยี่ยมแห่งปี: ออนไลน์) ปัจจุบันกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่เล่นได้ทุกเพศทุกวัยและจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากกระแสของความโด่งดังของนักกอล์ฟมือ 1 ของโลกอย่างไทเกอร์วูดส์ หรือไม่ว่าจะเป็นนักกอล์ฟหญิงชั้นนำของโลกอย่าง โลเรนา โอโซว่า มิสเซล วิ แองเจล่า พาร์ค เป็นต้น กีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่ผู้เล่นจะต้องทำการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นสนาม

ฝึกซ้อมกอล์ฟจึงมีบทบาทเป็นอย่างมาก สนามฝึกซ้อมกอล์ฟโดยทั่วไปมีขนาด 15 ไร่ขึ้นไป เพื่อให้มีระยะตี 230-250 หลา เป็นอย่างต่ำตามมาตรฐานในปัจจุบัน สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ส่วนใหญ่มีโครงสร้างอาคารแบบ 2 ชั้น เพื่อที่จะมีช่องตีมากขึ้นสามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้น โดยทั่วไปสนามฝึกซ้อมกอล์ฟจะมีจำนวนช่องตีทั้งหมดอย่างน้อย 50 ช่อง สนามฝึกซ้อมกอล์ฟส่วนใหญ่จะเปิดบริการตั้งแต่ 6.00 น. จนถึง 22.00 น. และคิดค่าบริการในอัตราใกล้เคียงกันคือ 1 ถาดหรือ 40 ลูก ราคา 30-50 บาท จำนวนลูกกอล์ฟที่ผู้เล่นกอล์ฟใช้ซ้อมตีในแต่ละสนาม โดยเฉลี่ยประมาณ 1,000 ถาดต่อวัน ในช่วงเย็นสนามฝึกซ้อมกอล์ฟทุกแห่งจะมีลูกค้ามาใช้บริการเต็มเกือบทุกช่องตี ดังนั้นแนวโน้มของธุรกิจสนามฝึกซ้อมกอล์ฟจึงมีแนวโน้มที่ดี เพราะปัจจุบันมีจำนวนผู้เล่นกอล์ฟและฝึกหัดเล่นกอล์ฟเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ประเทศไทยมีสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมากกว่า 100 สนาม ในขณะนี้ ดังนั้น การแข่งขันในเรื่องคุณภาพ และราคาจึงเกิดขึ้นอย่างรุนแรง เพราะฉะนั้นแต่ละสนามต้องปรับปรุงและพัฒนาสนามให้มีความทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้เต็มประสิทธิภาพ และจะทำให้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟบางสนามที่ก่อตั้งมานาน มีความเสียเปรียบต่อการแข่งขัน เพราะส่วนใหญ่ในสนามเก่า จะขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และไม่มีการปรับปรุงพัฒนาให้ทันสมัย (นาวิน สุทธินาวิน, 2551: สัมภาษณ์)

จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการแข่งขันเกี่ยวกับธุรกิจบริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ในปัจจุบันสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปางที่เปิดให้บริการมีจำนวน 3 สนาม ได้แก่ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเขาลงคันคร สนามฝึกซ้อมกอล์ฟบ้านดง สนามฝึกซ้อมกอล์ฟกนกวิมานสปอร์ตคลับ นอกจากนี้ยังมีสนามฝึกซ้อมกอล์ฟอื่นๆ ที่กำลังอยู่ระหว่างการปรับปรุงอีก 2 สนาม ได้แก่ สนามโยนก สนามการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ (จากการสำรวจเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2551) และแนวโน้มของการเข้ามารับบริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปางมีมากขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหนึ่งมาจากกระแสดังของนักกอล์ฟ ชัยนำของโลกทั้งชายและหญิง จึงเป็นความใฝ่ฝันของเยาวชนไทยทั้งชายและหญิง ปัจจุบันสนามฝึกซ้อมกอล์ฟหลายแห่งต้องปรับกลยุทธ์เพื่อดึงลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น เพิ่มร้านอาหารในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ จัดโปรโมชันการทดสอบไม้กอล์ฟของยี่ห้อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ การปรับปรุง สนาม ชิพ พัต และบ่อทราย ดังนั้นทำให้ธุรกิจบริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟมีการแข่งขันที่สูงขึ้นในทุกด้าน ดังนั้นแต่ละแห่งจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคไปใช้บริการสนามของตนเอง เพื่อแย่งส่วนแบ่งให้มากที่สุด (นาวิน สุทธินาวิน, 2551: สัมภาษณ์)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง โดยศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร

ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุนในธุรกิจบริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ เพื่อใช้ปรับปรุงด้านการดำเนินงานและการวางแผนด้านการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการธุรกิจบริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ในการนำไปใช้ปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง 3 แห่ง ได้แก่ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเขลางค์นคร สนามฝึกซ้อมกอล์ฟบ้านดง และสนามฝึกซ้อมกอล์ฟกนกวิมานสปอร์ตคลับ

**สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ** หมายถึง สนามสำหรับฝึกซ้อมตีลูกกอล์ฟเพื่อทดสอบระยะและทิศทาง ซึ่งได้แก่ สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเขลางค์นคร สนามฝึกซ้อมกอล์ฟบ้านดง และสนามฝึกซ้อมกอล์ฟกนกวิมานสปอร์ตคลับ