

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฟีกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฟีกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสนามฟีกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง จำนวน 3 สนาม ได้แก่ สนามฟีกซ้อมกอล์ฟเขลางค์นคร สนามฟีกซ้อมกอล์ฟบ้านดง และสนามฟีกซ้อมกอล์ฟกนกวิมาน สปอร์ตคลับ จำนวน 150 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 30-39 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสนามฟีกซ้อมกอล์ฟเพื่อฟีกซ้อมฝีมือ และใช้ช่องฟีกซ้อมเพื่อซ้อมตี โดยใช้บริการสนามฟีกซ้อมกอล์ฟ ในวันเสาร์ มากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้บริการสนามฟีกซ้อมกอล์ฟมากที่สุด คือช่วงเวลา 18.00-20.00 น. โดยใช้บริการสนามฟีกซ้อมกอล์ฟ โดยเฉลี่ย 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลสนามฟีกซ้อมกอล์ฟจากเพื่อนร่วมงาน และสถานที่ที่เคยใช้บริการฟีกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปางมากที่สุดคือสนามฟีกซ้อมกอล์ฟเขลางค์นคร

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฟีกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้าน

บุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ สำหรับปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) รองลงมาคือ ปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย) และมีกรีนสำหรับซ้อมพัต/ชิพ

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมาคือกำหนดราคาขายที่ชัดเจน และที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ราคาเครื่องดื่ม/อาหาร

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวก และเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมาคือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100บาท) และที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ มีคู่มือส่วนลดลูกกอล์ฟ

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อริยาบดียดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาคือ ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) และมีความปลอดภัยในทรัพย์สิน มีระบบระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก

คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมาคือมีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ และมีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ ลูกกอล์ฟหมดสภาพการใช้งาน รองลงมา การจัดส่งนามไคร์กอล์ฟไม่เหมือนสนามกอล์ฟจริง และไม่มีการปรับปรุงกรีนสำหรับซ้อมพัต/ชิพ

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาดแพง รองลงมา ราคาเครื่องดื่ม/อาหารแพง และกำหนดราคาขายไม่ชัดเจน และไม่รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน

ปัญหาด้านสถานที่ / ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไกลที่พักอาศัย รองลงมาที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไกลที่ทำงาน และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือไม่มีการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) และไม่มีการแจกรางวัลขณะฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น แจกรางวัลความแม่นยำกับผู้ที่ลงตระกร้า) เท่ากัน รองลงมา ไม่มีการโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ และไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท)

ปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือพนักงานไม่เอาใจใส่ต่อปัญหา รองลงมา พนักงานไม่มีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือไม่มีมุมอ่านหนังสือพิมพ์ หรือมุมนั่งรอผู้มาใช้บริการ รองลงมาสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไม่สะอาด (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักไม่สะอาด) และไม่มีการนำคิมและกาแฟฟรี

ปัญหาด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหา 3 ลำดับแรกคือการเก็บลูกกอล์ฟล่าช้า รองลงมา การซื้อลูกกอล์ฟล่าช้า และไม่มีการจัดคิว (ลำดับมาก่อน-หลัง) เมื่อรอรับบริการ

**ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้นาม
ฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง จำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้ และสนามกอล์ฟที่ใช้บริการ**

**4.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้นามฝึกซ้อม
กอล์ฟในจังหวัดลำปาง จำแนกตามเพศ**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ย
สูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) รองลงมา ความยาวของสนาม
ฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับ
แรกคือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) และปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย) เท่ากัน รองลงมา
ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ
มาก 2 ลำดับแรกคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมา กำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับ
แรกคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมาราคาเครื่องดื่ม/อาหาร และกำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผล
มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาสถานที่
จอดรถสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับ
แรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) และเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ รองลงมาที่ตั้ง
สนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย และสถานที่จอดรถสะดวก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ย
สูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100
บาท) และการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) เท่ากัน รองลงมาให้
ระดับที่มีผลในระดับน้อย คือ มีคู่มือส่วนลดลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับ
แรกคือการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมาการให้ส่วนลด
เมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/เชื้อสัต์ย์ รองลงมาพนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/เชื้อสัต์ย์ และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ เท่ากัน รองลงมาพนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมา มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน และความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็ว ชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ, เวลาการเก็บลูกกอล์ฟ) รองลงมา มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง และมีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ เท่ากัน

ตารางที่ 57 แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรก จำแนกตามเพศ

| | เพศ | |
|-------------------------------------|--|---|
| | ชาย | หญิง |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) (4.20: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) และ ปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย) เท่ากัน (4.07: มาก) |
| ปัจจัยด้านราคา | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.90: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.79: มาก) |
| ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (4.04: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) และเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (4.00: มาก) |
| ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด | การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) และการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) เท่ากัน (3.65: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.79: มาก) |
| ปัจจัยด้านบุคลากร | พนักงานสุภาพ/อริชาสัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (3.90: มาก) | พนักงานสุภาพ/อริชาสัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ เท่ากัน (3.86: มาก) |
| ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.26: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.07: มาก) |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.12: มาก) | มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็ว ชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ, เวลาการเก็บลูกกอล์ฟ) (4.07: มาก) |

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้นาม ฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความเหมือนจริงของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ทำกรีน, บ่อทราย, น้ำในสนาม) รองลงมาคือบ่อทรายสำหรับซ้อมระเบิดทราย และมีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) และความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) เท่ากัน รองลงมาคือปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก, น้อย) และความเหมือนจริงของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ทำกรีน, บ่อทราย, น้ำในสนาม)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) รองลงมาคือคุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) รองลงมาคือปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก, น้อย)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) รองลงมาคือปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก, น้อย)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) รองลงมาคือปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก, น้อย)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ กำหนดราคาขายที่ชัดเจนและรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน รองลงมาให้ระดับที่มีผลในระดับน้อยคือ ราคาเครื่องดื่ม/อาหาร

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ กำหนดราคาขายที่ชัดเจน รองลงมาคือราคาลูกกอล์ฟต่อถาด

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมาคือกำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาสถานที่จอดรถสะดวก และเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) และสถานที่จอดรถสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาสถานที่จอดรถสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ได้แก่ แพทย์ หนายความ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด 2 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย รองลงมาให้ระดับที่มีผลในระดับมากคือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) และการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมา การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ กำหนดราคาขายที่ชัดเจน การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) รองลงมาการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมา กำหนดราคาขายที่ชัดเจน การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อมือถือ 5 ถาด/100 บาท)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมา กำหนดราคาขายที่ชัดเจน การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อมือถือ 5 ถาด/100 บาท)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมา กำหนดราคาขายที่ชัดเจน การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อมือถือ 5 ถาด/100 บาท)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรกคือ มีคู่มือส่วนลดลูกกอล์ฟ รองลงมา การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ รองลงมา พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมา พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว รองลงมา พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมา พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมา พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุขภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/เชื้อสัต์ย์ รองลงมาพนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว และพนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) และมีความปลอดภัยในทรัพย์สิน เท่ากัน รองลงมา ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด 2 ลำดับแรก คือ มีระบบระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด รองลงมาความปลอดภัยในทรัพย์สิน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) และความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) เท่ากัน รองลงมา มีระบบระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด

ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมา มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็วชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ เวลาการเก็บลูกกอล์ฟ) รองลงมา มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ และมีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ เท่ากัน รองลงมา มีความรวดเร็วในการชำระเงิน และมีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ รองลงมา มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง และมีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ และมีความรวดเร็วในการชำระเงิน เท่ากัน และมีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ตารางที่ 58 แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | อาชีพ | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|---|--|--|---|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ | รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ | พนักงานบริษัทเอกชน | อาชีพอิสระ |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ความเหมือนจริงของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ทำกรีน บ่อทราย น้ำในสนาม) (3.75: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) และ ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) เท่ากัน (4.43: มาก) | ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา 300 หลา 250 หลา) (4.16: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่เก่า) (4.19: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่เก่า) (4.30: มาก) | ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา 300 หลา 250 หลา) (4.40: มาก) |
| ปัจจัยด้านราคา | กำหนดราคาขายที่ชัดเจนและรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เท่ากัน (3.50: มาก) | กำหนดราคาขายที่ชัดเจน (3.86: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (4.16: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.92: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.80: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (4.40: มาก) |
| ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (4.00: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (4.29: มาก) | ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย (4.13: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (4.19: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (3.94: มาก) | ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย (4.60: มากที่สุด) |

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรกจำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | อาชีพ | | | | | |
|------------------------------|---|---|--|---|--|--|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ | รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ | พนักงานบริษัทเอกชน | อาชีพอิสระ |
| ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด | การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื่อ 5 ถาด/100 บาท) และการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.75: มาก) | กำหนดราคาขายที่ชัดเจน การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื่อ 5 ถาด/100 บาท) (3.86: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.77: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.62: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.59: มาก) | มีคู่มือส่วนลดลูกกอล์ฟ (4.20: มาก) |
| ปัจจัยด้านบุคลากร | พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (3.88: มาก) | พนักงานสุภาพ / อธิษาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (3.93: มาก) | พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว (3.97: มาก) | พนักงานสุภาพ / อธิษาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (3.92: มาก) | พนักงานสุภาพ / อธิษาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (3.85: มาก) | พนักงานสุภาพ / อธิษาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (4.40: มาก) |
| ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ | ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) และมีความปลอดภัยในทรัพย์สิน เท่ากัน (3.88: มาก) | มีระบบระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด (4.50: มากที่สุด) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.26: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ) และความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) (4.31: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.24: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.43: มาก) |

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้นามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรกจำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | อาชีพ | | | | | |
|----------------------------------|--|---|---|---|---|---|
| | นักเรียน/นักศึกษา | ข้าราชการ | รัฐวิสาหกิจ | เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ | พนักงานบริษัทเอกชน | อาชีพอิสระ |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ | มีการแข่งขันทัวร์ การให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็ว ชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ เวลา การเก็บลูกกอล์ฟ) (4.13: มาก) | มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ และมีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ เท่ากัน (4.21: มาก) | มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ (4.06: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.12: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.12: มาก) | คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.43: มาก) |

4.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) รองลงมาคุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่-เก่า)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) รองลงมาความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) รองลงมาความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) รองลงมาความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) รองลงมาปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ กำหนดราคาขายที่ชัดเจน รองลงมาราคาลูกกอล์ฟต่อถาด

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมากำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมา เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมา เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถสะดวก และมีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) เท่ากัน รองลงมา เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา รองลงมา การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) รองลงมา การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) และการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) เท่ากัน รองลงมา มีคูปองส่วนลดลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) เท่ากัน รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมาพนักงานมีความน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมาพนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว รองลงมาพนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว รองลงมาพนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อัยราชัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมาพนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาความปลอดภัยในทรัพย์สิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีระบบการระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด รองลงมาความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมาความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อน) รองลงมาความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อมฝึกซ้อมมีความห่างพอ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็ว ชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ, เวลาการเก็บลูกกอล์ฟ) รองลงมา มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการชำระเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการชำระเงิน และมีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟเท่ากัน

ตารางที่ 59 แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | รายได้ต่อเดือน | | | | |
|---|---|--|--|---|--|
| | 10,000 บาท หรือต่ำกว่า | 10,001-20,000 บาท | 20,001-30,000 บาท | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ | ความยาวของสนามฝึกซ้อม กอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) (4.17: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) (4.36: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) (4.48: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) (4.27: มาก) | ความยาวของสนามฝึกซ้อม กอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) (4.09: มาก) |
| ปัจจัยด้านราคา | กำหนดราคาขายที่ชัดเจน (3.78: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.96: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.97: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.88: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.87: มาก) |
| ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทาง จัดจำหน่าย | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถ ไม่ติด) (4.08: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถ ไม่ติด) (ค่าเฉลี่ย 4.04) เวลา เปิด-ปิด สนามฝึกซ้อม กอล์ฟ (3.71: มาก) | สถานที่จอดรถสะดวก และ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถ ไม่ติด) เท่ากัน (4.14: มาก) | ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ใกล้ที่พักอาศัย (4.08: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถ ไม่ติด) (4.07: มาก) |
| ด้านส่งเสริมการตลาด | การโฆษณาผ่านป้าย โฆษณา (3.83: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่า ราคาช่วงเย็น) (3.57: มาก) | การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูก กอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) (3.90: มาก) | การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูก กอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) และการให้ ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคา ช่วงเย็น) เท่ากัน (3.62: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่า ราคาช่วงเย็น) เท่ากัน (3.60: มาก) |

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ชื่อนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ | รายได้ต่อเดือน | | | | |
|------------------------------|---|--|--|--|--|
| | 10,000 บาท หรือต่ำกว่า | 10,001-20,000 บาท | 20,001-30,000 บาท | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |
| ปัจจัยด้านบุคลากร | พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/ มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (4.00: มาก) | พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/ มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (4.00: มาก) | พนักงานมีความรู้ขั้นตอน การให้บริการ/ให้บริการ อย่างรวดเร็ว (3.97: มาก) | พนักงานมีความรู้ขั้นตอน การให้บริการ/ให้บริการ อย่างรวดเร็ว (3.85: มาก) | พนักงานสุภาพ/อัยาศัยดี/ มีมารยาท/ซื่อสัตย์ (3.87: มาก) |
| ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ | ความปลอดภัยในขณะที่ ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความ ห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมี ความห่างพอ) (4.25: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความ ห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมี ความห่างพอ) (4.43: มาก) | มีระบบการระบายอากาศที่ ดี ไม่อึดอัด (4.41: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความ ห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมี ความห่างพอ) (4.31: มาก) | ความสะอาดของสนาม ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ , ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่ง พักสะอาด) (4.20: มาก) |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ | มีการแจ้งข่าวสารการ ให้บริการกับลูกค้าที่ รวดเร็ว ชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ, เวลาการ เก็บลูกกอล์ฟ) (4.08: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บ ลูกกอล์ฟ (4.25: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บ ลูกกอล์ฟ (4.14: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บ ลูกกอล์ฟ (4.08: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บ ลูกกอล์ฟ (4.05: มาก) |

4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง จำแนกตามสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสนามกอล์ฟ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟเขलगค์นคร ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) รองลงมา ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามบ้านดง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) และความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) เท่ากัน รองลงมา ปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามนกวิทานสปอร์ตคลับ และอื่นๆ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) รองลงมา คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการทุกสนามกอล์ฟ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด รองลงมา กำหนดราคาขายที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟเขलगค์นคร ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก (รถไม่ติด) รองลงมา สถานที่จอดรถสะดวก และเวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟบ้านดง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมา เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟนกวิทานสปอร์ตคลับ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมาที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟอื่นๆ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) รองลงมา เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ เขलगค์นคร บ้านดง และอื่นๆ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการนันทนาการสपोर्टคลับ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ชื้อ 5 ถาด/100 บาท) รองลงมา การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ เขलगันคร บ้านดง และอื่นๆ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อธยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมา พนักงานมีความน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟนันทนาการสपोर्टคลับ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/อธยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ รองลงมา พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ เขलगันคร ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมา ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ บ้านดง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) รองลงมา มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟนันทนาการสपोर्टคลับ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมา ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟอื่นๆ ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) รองลงมา ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ เขलगันคร ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ บ้านดง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟนักกีฬานสปรอตคลับ และอื่นๆ ให้ระดับที่มีผล
มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก 2 ลำดับแรก คือมีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ รองลงมา
มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงสรุปข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ลำดับแรกจำแนกตามสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ

| ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ | อายุ | | | |
|---|--|---|--|--|
| | เขलगค์นคร | บ้านดง | กนกวิมานสปอร์ตคลับ | อื่นๆ |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) (4.20: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) (4.13: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) (4.13: มาก) | คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) (4.02: มาก) |
| ปัจจัยด้านราคา | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.84: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.89: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.95: มาก) | ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด (3.89: มาก) |
| ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทาง จัดจำหน่าย | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (4.07: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (4.11: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (3.96: มาก) | มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) (3.98: มาก) |
| ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคา ช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.67: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคา ช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.68: มาก) | การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็น ชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) (3.65: มาก) | การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคา ช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) (3.58: มาก) |
| ปัจจัยด้านบุคลากร | พนักงาน สุภาพ/อัธยาศัยดี/มี มารยาท/ซื่อสัตย์ (3.92: มาก) | พนักงาน สุภาพ/อัธยาศัยดี/มี มารยาท/ซื่อสัตย์ (4.01: มาก) | พนักงาน สุภาพ/อัธยาศัยดี/มี มารยาท/ซื่อสัตย์ (3.83: มาก) | พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการ ให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว (3.90: มาก) |
| ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อม กอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อม ฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.23: มาก) | ความสะอาดของสนามฝึกซ้อม กอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน, เก้าอี้ สำหรับนั่งพัก) 26: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อม กอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อม ฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.23: มาก) | ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อม กอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างซ้อม ฝึกซ้อมมีความห่างพอ) (4.23: มาก) |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.10: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.13: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.15: มาก) | มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ (4.10: มาก) |

อภิปรายผล

การศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Services) ราคา (Price) สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย (Place/Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิเศษ สุทธิสว่าง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามไคร์ฟกอล์ฟในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการสนามไคร์ฟกอล์ฟในระดับมากที่สุดลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไทว์ บุญเฉลย (2539) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิฑูสรเพชญ์พิสัย (2546) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไทว์ บุญเฉลย (2539) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การบริการของสนามกอล์ฟที่มีแคดดี้ให้บริการอย่างมีคุณภาพให้บริการอย่างสนใจ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิฑูสรเพชญ์พิสัย (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพของแผ่นหญ้าเทียมและมีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรุงศักดิ์ โชติบง (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิฑู สรเพชญ์พิสัย (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไทว์ บุญเฉลย (2539) ที่ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในระดับมากลำดับแรก คือ ราคาค่าสมาชิกและค่าสนามวันหยุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจุงศักดิ์ โชติบง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากลำดับแรกคือ สนามกอล์ฟที่ทำการส่งเสริมการขายด้านราคา เช่น ลดราคาลงในบางช่วง ราคาค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟเหมาะสมกับบริการของสนาม

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ มีการคมนาคมที่สะดวก (รถไม่ติด) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิฑู สรเพชญ์พิสัย (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง และสอดคล้องกับการศึกษาของจุงศักดิ์ โชติบง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกได้แก่ สามารถเดินทางไปได้โดยสะดวก แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไทว์ บุญเฉลย (2539) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศในสนามและลักษณะแฟร์เวย์ และกรีนที่ดีได้มาตรฐาน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไทว์ บุญเฉลย (2539) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากลำดับแรกคือ การโฆษณา การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิฑู สรเพชญ์พิสัย (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นถาด

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ พนักงานสุภาพ/ อธิษาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของจุงศักดิ์ โชติบง (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการของแคดดี้ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิฑู สรเพชญ์พิสัย (2546) ที่ผลการศึกษา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวิฑู สรเพชญ์พิสัย (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ มีระบบระบายอากาศที่ดีไม่อึดอัด

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิฑู สรเพชญ์พิสัย (2546) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง มีข้อค้นพบดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สาเหตุที่ไปใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ เพราะฝึกซ้อมฝีมือ โดยบริการจากสนามฝึกซ้อมกอล์ฟที่เลือกใช้มากที่สุดคือ ใช้ช่องฝึกซ้อมเพื่อซ้อมตี และวันที่มาใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ น้อยที่สุดคือ วันจันทร์-วันพฤหัสบดี ช่วงเวลา 08.00-16.00 น. และความถี่ในการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟน้อยคือ เดือนละครั้ง และการทราบข้อมูลสนามฝึกซ้อมกอล์ฟน้อย คือ วิฑู

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ สำหรับปัจจัยที่ให้ระดับที่มีผลในระดับน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) ปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย) มีกรีนสำหรับซ้อมพัต/ชิพ คุณภาพแผ่นหญ้าเทียมสำหรับรองตี ความเหมือนจริงของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ทำกรีน, บ่อทราย, น้ำในสนาม) มีร้านอาหาร มีร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟ สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ลูกกอล์ฟหมดสภาพการใช้งาน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าในเรื่อง มีร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟ มีผลต่อการตัดสินใจของเพศชายในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาโดยรวมในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, อาชีพอิสระ ได้แก่ แพทย์ ทยายความ มีผลโดยรวมในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามตามรายได้พบว่า มีผลต่อทุกรายได้โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเกือบทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในระดับมาก ได้แก่ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด และกำหนดราคาขายที่ชัดเจน สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ราคาลูกกอล์ฟต่อถาดแพง และเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าในเรื่อง รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และราคาเครื่องดื่มและอาหาร มีผลต่อเพศหญิงในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา, ข้าราชการ, เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ, และพนักงานบริษัทเอกชน โดยรวมในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้มีอาชีพอิสระ ได้แก่ แพทย์ ทยายความ มีผลโดยรวมในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า มีผลต่อรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท โดยรวมในระดับมาก ส่วนรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท โดยรวมมีผลในระดับน้อย และเมื่อจำแนกตามสนามที่ใช้บริการพบว่า มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟเขलगันคร และบ้านดง โดยรวมในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสนามกอล์ฟนักวิทานสปอร์ตคลับ และอื่นๆ โดยรวมมีผลในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเกือบทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน และสามารถจองเวลาทางโทรศัพท์ได้ ที่มีผลในระดับน้อย สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย และเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีผลต่อเพศชายในระดับมาก แต่มีผลกับเพศหญิงในระดับน้อย และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา โดยรวมในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/นักธุรกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้มีอาชีพอิสระ ได้แก่ แพทย์ ทยายความ มีผลโดยรวมในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าในเรื่อง สามารถจองเวลาทางโทรศัพท์ได้ มีผลต่อผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้อื่นที่เหลือมีผลในระดับน้อย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเกือบทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100บาท) และการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือไม่มีการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) และไม่มีการแจกรางวัลขณะฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น แจกรางวัลความแม่นยำกับผู้ตีลงตระกร้า) และเมื่อจำแนกตามเพศ อาชีพ และสนามกอล์ฟที่ใช้บริการ พบว่าโดยรวมมีผลในระดับน้อย และเมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าในเรื่อง การโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ มีผลต่อผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมาก และในเรื่อง มีคู่มือส่วนลดลูกกอล์ฟ มีผลต่อผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้อื่นที่เหลือมีผลในระดับน้อย

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเกือบทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานสุภาพ/อัยยาศัยดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือพนักงานไม่เอาใจใส่ต่อปัญหา และเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีผลต่อเพศชายในระดับมาก แต่มีผลกับเพศหญิงในระดับน้อย และเมื่อจำแนกตามอาชีพ และสนามกอล์ฟที่ใช้บริการ พบว่าโดยรวมมีผลในระดับมากเช่นกัน เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ในเรื่อง พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหา มีผลต่อผู้มีรายได้ 10,000 บาท หรือต่ำกว่า- 30,001 บาท ในระดับมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเกือบทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับน้อยคือรูปแบบการแต่งกายพนักงาน มุมพักผ่อนหย่อนใจ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และชื่อเสียงของสนาม สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีมุมอ่านหนังสือพิมพ์ หรือมุมนั่งรอผู้มาใช้บริการ และเมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีผลต่อเพศชายในระดับมาก แต่มีผลกับเพศหญิงในระดับน้อย และเมื่อจำแนกตามอาชีพ และสนามกอล์ฟที่ใช้บริการพบว่าโดยรวมมีผลในระดับมาก เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ในเรื่อง รูปแบบการแต่งกายพนักงาน มีผลต่อผู้มีรายได้ 10,000 บาท หรือต่ำกว่า และ 20,001-30,000 บาท ในระดับมาก และในเรื่อง บริการน้ำดื่มและกาแฟฟรี มีผลต่อผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ถึง 30,001 บาท ในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟเกือบทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากลำดับแรกคือปัจจัยย่อยด้าน มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การเก็บลูก

กอล์ฟล่าช้า และเมื่อจำแนกตามเพศ อาชีพ รายได้และทุกสนามกอล์ฟที่ใช้บริการ พบว่ามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก

ตารางที่ 61 สรุประดับที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ จากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ปัจจัยหลัก | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ลำดับที่ |
|--|-----------------------------------|-----------|-------|----------|
| ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) | ลักษณะทางกายภาพ | 4.25 | มาก | 1 |
| ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) | ลักษณะทางกายภาพ | 4.19 | มาก | 2 |
| คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่, เก่า) | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 4.19 | มาก | 2 |
| ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 4.15 | มาก | 3 |
| มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน | ลักษณะทางกายภาพ | 4.10 | มาก | 4 |
| มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ | ด้านกระบวนการ | 4.10 | มาก | 4 |
| มีระบบระบายอากาศที่ดี ไม่มีอึดอัด | ลักษณะทางกายภาพ | 4.09 | มาก | 5 |
| มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) | ด้านสถานที่/ ช่องทางจัดจำหน่าย | 4.03 | มาก | 6 |
| มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ | ด้านกระบวนการ | 4.01 | มาก | 7 |
| ปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก, น้อย) | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.98 | มาก | 8 |
| มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง | ด้านกระบวนการ | 3.97 | มาก | 9 |
| มีความรวดเร็วในการชำระเงิน | ด้านกระบวนการ | 3.96 | มาก | 10 |
| มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้าที่รวดเร็วชัดเจน (เช่น วันหยุดให้บริการ, เวลาการเก็บลูกกอล์ฟ) | ด้านกระบวนการ | 3.91 | มาก | 11 |
| พนักงานสุภาพ/อริยาสัณยดี/มีมารยาท/เชื้อสัณยดี | ด้านบุคลากร | 3.90 | มาก | 12 |
| ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด | ด้านราคา | 3.89 | มาก | 13 |
| สถานที่จอดรถสะดวก | ด้านสถานที่/ ช่องทางจัดจำหน่าย | 3.88 | มาก | 14 |
| มีการจัดคิว(ลำดับมาก่อน-หลัง) เมื่อรอรับบริการ | ด้านกระบวนการ | 3.86 | มาก | 15 |
| สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ(เช่นมีที่นั่งเพียงพอ) | ลักษณะทางกายภาพ | 3.85 | มาก | 16 |
| เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ | ด้านสถานที่/ช่องทาง จัดจำหน่าย | 3.83 | มาก | 17 |

ตารางที่ 61 (ต่อ) สรุประดับที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ จากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ปัจจัยหลัก | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ลำดับ ที่ |
|---|-----------------------------------|-----------|-------|--------------|
| พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว | ด้านบุคลากร | 3.79 | มาก | 19 |
| มีกรีนสำหรับซ้อมพัต/ชิพ | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.76 | มาก | 19 |
| พนักงานมีความน่าเชื่อถือ | ด้านบุคลากร | 3.76 | มาก | 19 |
| คุณภาพแผ่นหญ้าเทียมสำหรับรองตี | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.75 | มาก | 20 |
| ความเหมือนจริงของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ทำกรีน, บ่อทราย, น้ำในสนาม) | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.73 | มาก | 21 |
| ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่พักอาศัย | ด้านสถานที่/ช่องทาง จัดจำหน่าย | 3.69 | มาก | 22 |
| ความทันสมัยและสวยงามของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น การตกแต่งที่ทันสมัย) | ลักษณะทางกายภาพ | 3.68 | มาก | 23 |
| กำหนดราคาขายที่ชัดเจน | ด้านราคา | 3.67 | มาก | 24 |
| การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.67 | มาก | 24 |
| การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ลูก/100 บาท) | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.63 | มาก | 25 |
| พนักงานบริการเสมอภาค | ด้านบุคลากร | 3.61 | มาก | 26 |
| พนักงานมีความรู้เรื่องกีฬากอล์ฟ และเทคโนโลยีภายในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ | ด้านบุคลากร | 3.59 | มาก | 27 |
| มีร้านอาหาร | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.57 | มาก | 28 |
| พนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหา | ด้านบุคลากร | 3.57 | มาก | 28 |
| พนักงานเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า | ด้านบุคลากร | 3.55 | มาก | 29 |
| บริการน้ำดื่มและกาแฟฟรี | ลักษณะทางกายภาพ | 3.53 | มาก | 30 |
| มีร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟ | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.50 | มาก | 31 |
| ราคาเครื่องดื่ม/อาหาร | ด้านราคา | 3.46 | น้อย | 32 |
| มีผู้ฝึกสอนกอล์ฟ | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.44 | น้อย | 33 |
| รูปแบบการแต่งกายพนักงาน | ลักษณะทางกายภาพ | 3.41 | น้อย | 34 |
| มีป้ายบอกระยะที่ถูกต้องและชัดเจนตามความเป็นจริงที่ได้แจ้งไว้ | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.40 | น้อย | 35 |

ตารางที่ 61 (ต่อ) สรุประดับที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ จากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ปัจจัยหลัก | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ลำดับ ที่ |
|---|----------------------------|-----------|-------|--------------|
| มีคู่มือส่วนลดลูกกอล์ฟ | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.39 | น้อย | 36 |
| สามารถจองเวลาทางโทรศัพท์ที่ได้ | ด้านกระบวนการ | 3.38 | น้อย | 37 |
| การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.34 | น้อย | 38 |
| มุมพักผ่อนหย่อนใจ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ | ลักษณะทางกายภาพ | 3.33 | น้อย | 39 |
| มีเครื่องตั้งลูกกอล์ฟ | ด้านผลิตภัณฑ์ | 3.31 | น้อย | 40 |
| การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.27 | น้อย | 41 |
| ชื่อเสียงของสนาม | ลักษณะทางกายภาพ | 3.27 | น้อย | 41 |
| มีบ่อนทรายสำหรับซ้อมระเบิดทราย | ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ | 3.26 | น้อย | 42 |
| รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | ด้านราคา | 3.23 | น้อย | 43 |
| ราคาบ้านขายอุปกรณ์กอล์ฟ | ด้านราคา | 3.15 | น้อย | 44 |
| การโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.07 | น้อย | 45 |
| การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 3.07 | น้อย | 46 |
| ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟใกล้ที่ทำงาน | ด้านสถานที่/การ จำหน่าย | 2.84 | น้อย | 47 |
| การโฆษณาผ่าน วิทยุ | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 2.77 | น้อย | 48 |
| มีการแจกรางวัลชนะเลิศฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น แจกรางวัล ความแม่นยำกับผู้ตีลงตระกร้า) | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 2.71 | น้อย | 49 |
| มีโรงเรียนสอนการเล่นกอล์ฟให้แก่กอล์ฟเยาวชน และผู้ที่สนใจเพื่อฝึกทักษะการเล่น | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 2.65 | น้อย | 50 |
| การโฆษณาผ่าน Internet | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 2.65 | น้อย | 51 |
| มีการจับรางวัลชิงโชค | ด้านการส่งเสริม การตลาด | 2.63 | น้อย | 52 |

ตารางที่ 62 สรุปปัญหาที่พบจากมากไปหาน้อย

| ปัญหา | ปัจจัยหลัก | จำนวน | ลำดับ |
|--|-------------------------------|-------|-------|
| ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไกลที่พักอาศัย | สถานที่/ช่องทางจัด จำหน่าย | 143 | 1 |
| ราคาลูกกอล์ฟต่อถาดแพง | ราคา | 130 | 2 |
| ลูกกอล์ฟหมดสภาพการใช้งาน | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 100 | 3 |
| ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไกลที่ทำงาน | สถานที่/ช่องทางจัด จำหน่าย | 91 | 4 |
| ราคาเครื่องดื่ม/อาหารแพง | ราคา | 74 | 5 |
| ไม่มีการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่า ราคาช่วงเย็น) | การส่งเสริม การตลาด | 67 | 6 |
| ไม่มีการแจกรางวัลขณะฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น แจกรางวัล ความแม่นยำกับผู้ตีลงตระกร้า) | การส่งเสริม การตลาด | 67 | 7 |
| พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อปัญหา | บุคลากร | 61 | 8 |
| ไม่มีมุมอ่านหนังสือพิมพ์ หรือมุนั่งรอผู้มาใช้บริการ | ลักษณะทางกายภาพ | 56 | 9 |
| การจัดสนามไดร์กอล์ฟไม่เหมือนสนามกอล์ฟจริง | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 53 | 10 |
| สนามฝึกซ้อมกอล์ฟไม่สะอาด (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้ สำหรับนั่งพักไม่สะอาด) | ลักษณะทางกายภาพ | 51 | 11 |
| ไม่มีการปรับปรุงกรีนสำหรับซ้อมพัต/ชิพ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 50 | 12 |
| พนักงานไม่มีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่าง รวดเร็ว | บุคลากร | 50 | 12 |
| การเก็บลูกกอล์ฟล่าช้า | กระบวนการ | 47 | 13 |
| ไม่มีการปรับปรุง บ่อทรายสำหรับซ้อมระเบิดทราย | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 45 | 14 |
| ปริมาณช่องฝึกซ้อมไม่เพียงพอ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 44 | 15 |
| ไม่มีการโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ | การส่งเสริม การตลาด | 42 | 16 |
| ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) | การส่งเสริม การตลาด | 40 | 17 |
| ไม่มีคู่มือป้องกันลูกกอล์ฟ | การส่งเสริม การตลาด | 36 | 18 |

ตารางที่ 62 (ต่อ) สรุปปัญหาที่พบจากมากไปหาน้อย

| ปัญหา | ปัจจัยหลัก | จำนวน | ลำดับ |
|---|------------------------|-------|-------|
| ไม่มีบริการน้ำดื่มและกาแฟฟรี | ลักษณะทางกายภาพ | 36 | 19 |
| การซื้อลูกกอล์ฟล่าช้า | กระบวนการ | 36 | 19 |
| ไม่มีการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร | การส่งเสริม การตลาด | 34 | 20 |
| แผ่นหญ้าเทียมสำหรับรองตี ไม่มีคุณภาพ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 31 | 21 |
| พนักงานแต่งกายไม่เป็นระเบียบ | บุคลากร | 31 | 22 |
| ไม่มีการโฆษณาผ่านวิทยุ | การส่งเสริม การตลาด | 28 | 23 |
| ป้ายบอกระยะ ไม่ถูกต้องและไม่ชัดเจนตามความเป็นจริงที่ได้แจ้งไว้ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 27 | 24 |
| ไม่มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต | การส่งเสริม การตลาด | 27 | 25 |
| ไม่มีการจับรางวัลชิงโชค | การส่งเสริม การตลาด | 23 | 26 |
| พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า | บุคลากร | 20 | 27 |
| พนักงานไม่น่าเชื่อถือ | บุคลากร | 18 | 28 |
| ไม่มีการจัดคิว (ลำดับมาก่อน-หลัง) เมื่อรอรับบริการ | กระบวนการ | 18 | 28 |
| ความยาวของสนามไดร์กอล์ฟสั้นไม่เหมาะสม | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 17 | 29 |
| พนักงานไม่มีความรู้เรื่องกีฬากอล์ฟและเทคโนโลยีภายในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ | บุคลากร | 17 | 29 |
| ไม่มีการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา | การส่งเสริม การตลาด | 15 | 30 |
| ไม่มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก | การส่งเสริม การตลาด | 15 | 30 |
| มีร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟจำนวนน้อย | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 13 | 31 |
| เครื่องตั้งลูกกอล์ฟไม่มีคุณภาพ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 10 | 32 |
| กำหนดราคาขายไม่ชัดเจน | ราคา | 10 | 32 |
| ไม่รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | ราคา | 10 | 32 |
| สภาพสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไม่ทันสมัย | ลักษณะทางกายภาพ | 10 | 32 |

ตารางที่ 62 (ต่อ) สรุปปัญหาที่พบจากมากไปหาน้อย

| ปัญหา | ปัจจัยหลัก | จำนวน | ลำดับ |
|---|---------------------------|-------|-------|
| ผู้ฝึกสอนกอล์ฟไม่มี/ไม่มีคุณภาพ | บุคลากร | 9 | 33 |
| สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ (เช่น มีที่นั่งไม่เพียงพอ) | ลักษณะทางกายภาพ | 9 | 33 |
| ไม่มีความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างไม่พอ) | ลักษณะทางกายภาพ | 9 | 33 |
| พนักงานบริการไม่เสมอภาค | บุคลากร | 7 | 34 |
| สถานที่จอดรถไม่สะดวก | สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย | 6 | 35 |
| การชำระเงินล่าช้า | ราคา | 6 | 35 |
| ไม่มีโรงเรียนสอนการเล่นกอล์ฟให้แก่นักกอล์ฟเยาวชนและผู้สนใจเพื่อฝึกทักษะการเล่นและพัฒนาบุคลิกภาพ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 5 | 36 |
| พนักงานไม่สุภาพ/อหยาบคายไม่มี/ไม่มีมารยาทและความซื่อสัตย์ | บุคลากร | 5 | 36 |
| ไม่สามารถจองเวลาทางโทรศัพท์ได้ | สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย | 4 | 37 |
| มีร้านอาหารไม่เพียงพอ | ผลิตภัณฑ์/บริการ | 3 | 38 |
| ไม่มีการแจ้งข่าวสารการให้บริการกับลูกค้า | กระบวนการ | 3 | 38 |
| ราคาอุปกรณ์กอล์ฟแพง | ราคา | 2 | 39 |
| ไม่มีการแจ้งเวลาเปิด-ปิดสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ | สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย | 2 | 39 |
| การคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ไม่ถูกต้อง | ราคา | 1 | 40 |

ตารางที่ 63 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ และปัญหาที่พบ 3 ลำดับแรก

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก | ปัญหา 3 ลำดับแรก |
|-------------------------------|---|--|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | -คุณภาพลูกกอล์ฟ (ใหม่,เก่า) -ความยาวของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (350 หลา, 300 หลา, 250 หลา) -ปริมาณช่องฝึกซ้อมกอล์ฟ (มาก,น้อย) | -ลูกกอล์ฟหมดสภาพการใช้งาน -การจัดสนามไคร์ฟกอล์ฟไม่เหมือนสนามกอล์ฟจริง -ไม่มีการปรับปรุงกรีนสำหรับซ้อมพัต/ชิพ |
| ด้านราคา | -ราคาลูกกอล์ฟต่อถาด -กำหนดราคาขายที่ชัดเจน -ราคาเครื่องดื่ม/อาหาร | -ราคาลูกกอล์ฟต่อถาดแพง -ราคาเครื่องดื่ม/อาหารแพง -กำหนดราคาขายไม่ชัดเจน และไม่รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต |
| ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย | -มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) -สถานที่จอดรถสะดวก -เวลาเปิด-ปิด สนามฝึกซ้อมกอล์ฟ | -ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไกลที่พิกอาศัย -ที่ตั้งสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไกลที่ทำงาน -สถานที่จอดรถไม่สะดวก |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | -การให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) -การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100บาท) -มีอุปถัมภ์ส่วนลดลูกกอล์ฟ | -ไม่มีการให้ส่วนลดตามเวลา (เช่น ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น) และไม่มีการแจกรางวัลขณะฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น แจกรางวัลความแม่นยำกับผู้ตีลงตระกร้า) -ไม่มีการโฆษณาผ่านใบปลิว/แผ่นพับ -ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่น ซื้อ 5 ถาด/100 บาท) |
| ด้านบุคลากร | -พนักงานสุภาพ/อริยาวัตรดี/มีมารยาท/ซื่อสัตย์ -พนักงานมีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว -พนักงานมีความน่าเชื่อถือ | -พนักงานไม่เอาใจใส่ต่อปัญหา -พนักงานไม่มีความรู้ขั้นตอนการให้บริการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว -พนักงานไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | -ความปลอดภัยในขณะที่ฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ความห่างระหว่างช่องฝึกซ้อมมีความห่างพอ) -ความสะอาดของสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ (เช่น ห้องน้ำ, ทางเดิน, เก้าอี้สำหรับนั่งพักสะอาด) -มีความปลอดภัยในทรัพย์สิน | -ไม่มีมุมอ่านหนังสือพิมพ์ หรือมุมนั่งรอผู้มาใช้บริการ -สนามฝึกซ้อมกอล์ฟไม่สะอาด (เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน เก้าอี้สำหรับนั่งพักไม่สะอาด) -ไม่มีบริการน้ำดื่มและกาแฟฟรี |
| ด้านกระบวนการ | -มีความรวดเร็วในการเก็บลูกกอล์ฟ -มีความรวดเร็วในการซื้อลูกกอล์ฟ -มีการคิดค่าบริการ/ชำระเงินที่ถูกต้อง | -การเก็บลูกกอล์ฟล่าช้า -การซื้อลูกกอล์ฟล่าช้า -ไม่มีการจัดคิว (ลำดับมาก่อน-หลัง) เมื่อรอรับบริการ |

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟในจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ โดยให้ความสนใจต่อ ปัจจัยทุกปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภค ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก และปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบการต้องจัดซื้อลูกกอล์ฟที่นำมาให้บริการที่มีคุณภาพ มีการตรวจสอบลูกกอล์ฟให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้คืออยู่เสมอ รวมถึงมีการคัดลูกกอล์ฟทั้งหมดสภาพการใช้งานออกอย่างสม่ำเสมอ ถ้าเป็นไปได้ควรออกแบบความยาวของสนามให้มีความยาวสูงสุด ประมาณ 250 – 300 หลา ซึ่งเป็นระยะที่สามารถตีหัวไม้ 1 ซึ่งเป็นหัวไม้ที่ดีที่สุดได้ไกลที่สุดได้ตลอดจนจัดช่องสำหรับการฝึกซ้อมกอล์ฟให้เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ โดยดูจากการเข้ามาใช้บริการในอดีตที่ผ่านมา รวมไปถึงการออกแบบสนามฝึกซ้อมกอล์ฟให้เหมือนกับสนามกอล์ฟจริง รวมทั้งมีการปรับปรุง ดูแลสนามสำหรับซ้อมพัต ชิพและซ้อมระเบิดทราย ให้พร้อมใช้งานได้เสมอ นอกจากนี้ต้องมีการตรวจสอบแผ่นสำหรับรองตีและเครื่องตั้งลูกกอล์ฟให้สามารถใช้งานได้คืออยู่เสมอ ตลอดจนจัดทำป้ายบอกระยะที่ถูกต้องและดูแลให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

ด้านราคา ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในเรื่องของการตั้งราคาลูกกอล์ฟต่อถาด ราคาอาหารและเครื่องดื่ม โดยอาจเปรียบเทียบกับสนามคู่แข่งอื่น รวมทั้งมีการกำหนดราคาขายที่ชัดเจน ตลอดจนจัดให้เป็นสถานที่สามารถรับชำระค่าบริการทั้งบริการการซ้อมกอล์ฟ ค่าอาหารและเครื่องดื่มรวมถึง ราคาอุปกรณ์กอล์ฟด้วยบัตรเครดิตได้ เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกให้ลูกค้า

ด้านสถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการต้องพิจารณาการสร้างสนามฝึกซ้อมกอล์ฟไปใกล้กับแหล่งชุมชนหรือแหล่งทางธุรกิจ ที่มีการคมนาคมที่สะดวก(รถไม่ติด) จัดทำสถานที่จอดรถที่สะดวก กว้างขวาง เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ตลอดจนมีการแจ้งการกำหนดเวลาเปิด-ปิดสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ที่ชัดเจน รวมทั้งจัดให้มีพนักงานที่สามารถรับจองเวลาการใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟทางโทรศัพท์ได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการต้องจัดโปรโมชั่นในการกำหนดส่วนลดตามเวลา โดย ราคาช่วงเช้าถูกกว่าราคาช่วงเย็น การให้ส่วนลดเมื่อซื้อลูกกอล์ฟเป็นชุด (เช่นซื้อ 5 ถาด/100บาท) จัดให้มีคูปองส่วนลด ลดค่าบริการเป็นพิเศษสำหรับสมาชิกรายปี รวมถึงการจัดโปรโมชั่นพิเศษลดราคาในวันหยุดสำคัญๆ เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจของผู้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น แผ่นพับ/ใบปลิว ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น วิทยุ ตลอดจนไปถึงทางอินเทอร์เน็ต และควรจัดรายการแข่งขันในโอกาสพิเศษ

ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการต้องฝึกอบรมพนักงานทั้งก่อนเข้าทำงานและตลอดเวลาที่เป็นพนักงานของสนาม เป็นระยะๆ ให้มีความรู้และเข้าใจในขั้นตอนการให้บริการและความเอาใจใส่ต่อปัญหาของผู้ใช้บริการ ตลอดจนถึงความรู้เกี่ยวกับกีฬากอล์ฟและเทคโนโลยีในสนาม ฟีกซ้อมกอล์ฟ ในส่วนของการสรรหาคนเข้าทำงาน ควรพิจารณาจากบุคคลิกท่าทาง มีมารยาท และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนการตอบสนองและความเต็มใจในการให้บริการ และผู้ประกอบการควรมีการตอบแทนด้วยการให้รางวัลในการทำงาน เช่น มีการประกาศชมเชยพร้อมให้รางวัล แก่พนักงานดีเด่น ประจำเดือน ประจำปี และมีการจัดงานสังสรรค์ประจำปีระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน และ หรือระหว่างพนักงานด้วยกันเอง ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจ กำลังใจในการทำงานให้เกิดผลดีต่อกิจการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการต้องจัดระยะห่างช่องตีกอล์ฟที่ได้มาตรฐานเหมาะสมและปลอดภัยในขณะที่ฟีกซ้อมกอล์ฟ โดยสามารถดูตัวอย่างได้จากสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานตามเมืองใหญ่ๆ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ หรือต่างประเทศ จัดหาพนักงานประจำ เพื่อทำความสะอาดสนามฟีกซ้อมกอล์ฟ รวมถึง ห้องน้ำ ทางเดิน และบริเวณ โดยรอบสนามฟีกซ้อมกอล์ฟ จัดหาเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อดูแลทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ ตลอดจนถึงพนักงานที่จะมาช่วยอำนวยความสะดวกในการจอดรถ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ รวมถึงการเพิ่มมุมสำหรับอ่านหนังสือพิมพ์หรือมูมนั่งรอผู้มาใช้บริการ โดยมีที่นั่งและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น เครื่องปรับอากาศหรือพัดลม รวมถึงมีบริการน้ำดื่มและกาแฟฟรี สำหรับผู้มาใช้บริการหรือผู้ที่มารอ ผู้มาใช้บริการฟีกซ้อมกอล์ฟ นอกจากนี้ควรจัดหายูนิฟอร์มหรือเครื่องแต่งกายสำหรับพนักงาน เพื่อให้ผู้ให้บริการทราบว่าพนักงาน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ

ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก เนื่องจาก เป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะระดับมากเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องจัดระบบหรือกำหนดเวลาในการเก็บลูกกอล์ฟ ในช่วงเวลาที่ไม่ค่อยมีผู้ใช้บริการ เช่น ตอนเช้า หรือหาเครื่องมือในการเก็บลูกกอล์ฟ ที่สามารถเก็บได้ในขณะที่มีผู้ใช้บริการ เช่น รถเก็บลูกกอล์ฟที่มีการป้องกันลูกกอล์ฟในขณะที่มีผู้ให้บริการ รวมทั้งเพิ่มจำนวนพนักงานในการให้บริการ ผู้มาใช้บริการซ้อมกอล์ฟอย่างทั่วถึง จัดระบบการเก็บลูกกอล์ฟ ทำความสะอาดลูกกอล์ฟและเก็บลูกกอล์ฟไว้ในสถานที่พร้อมให้บริการได้ทันที รวมทั้งต้องอบรมพนักงานให้รู้และเข้าใจ ขั้นตอนการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นต้องจัดลำดับก่อนหลังของผู้มาใช้บริการเพื่อให้เกิดความเสมอภาค ตลอดจน มีการควบคุมดูแลการคิดค่าบริการและการชำระเงินในการซื้อลูกกอล์ฟ เพื่อความรวดเร็วและถูกต้อง ควรเพิ่มพนักงานในช่วงเวลา 14.00 น. ขึ้นไป และโดยเฉพาะในวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์