

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการสนามกอล์ฟ สตาร์โดมกอล์ฟคลับจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นายคุณ ชลเทพ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ธีรลักษณ์ สัจจะวาที
วันที่อนุมัติผลงาน	18 พฤษภาคม 2554
จำนวนหน้า	71
คำสำคัญ	ความพึงพอใจ พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด สนามกอล์ฟ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ด้วยตนเองเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการสนามกอล์ฟสตาร์โดมกอล์ฟคลับ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสนามกอล์ฟสตาร์โดมกอล์ฟคลับ จังหวัดเชียงใหม่ สมมติฐานในการศึกษา คือ ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟสตาร์โดมกอล์ฟคลับ จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามระดับรายได้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 246 ราย การสุ่มตัวอย่าง ไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้มาใช้บริการสนามกอล์ฟสตาร์โดมกอล์ฟคลับ จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่าผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพหลัก คือ ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้บริโภคใช้บริการ ซ้อมไคร์ฟมากที่สุด ซึ่งบริการหลักประกอบไปด้วย การออกรอบ สนามไคร์ฟ ร้านขายอุปกรณ์กอล์ฟ ส่วนบริการเสริมที่

ผู้บริโภคใช้บริการมากที่สุดคือ ร้านอาหาร ผู้บริโภคที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการสนามกอล์ฟ เพราะสามารถซ่อมได้ครบวงจร ทั้ง พัต ชิพ ระเบิดทราย ไครฟ์ และออกรอบ บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจในการมาใช้บริการ คือ เพื่อน วัน และเวลาในการมาใช้บริการสนามกอล์ฟเป็น วัน และเวลาที่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ผู้บริโภคมีการสมัครสมาชิกที่เคาเตอร์รับสมัครสมาชิกที่ตั้งอยู่ในสนามกอล์ฟ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก่อนใช้บริการ ได้ศึกษาข้อมูลโดยการสอบถามจากผู้ที่เคยใช้บริการสนามกอล์ฟมาก่อน และยังเปรียบเทียบค่าธรรมเนียมในการให้บริการก่อนเลือกใช้บริการ และได้มีการวางแผนเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการล่วงหน้าก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการทุกครั้ง และผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้บริการสนามกอล์ฟสตาาร์โคมกอล์ฟคลับ จังหวัดเชียงใหม่ เกิดความประทับใจในสินค้าและบริการจึงเกิดการให้บริการซ้ำ ทั้งนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการสนามกอล์ฟสตาาร์โคมกอล์ฟคลับจังหวัดเชียงใหม่ด้วย

ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ ของสนามกอล์ฟสตาาร์โคมกอล์ฟคลับ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้บริโภค มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในระดับ ประเด็น ความยาวของสนามไครฟ์ ปัจจัยด้านราคา ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในระดับราคากรีนฟีราคาลูกกอล์ฟต่อถาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในระดับ ประเด็น การให้ส่วนลดลูกกอล์ฟเมื่อซื้อบัตร ไครฟ์ ออกรอบ Night Golf เมื่อซื้อรถกอล์ฟ ฟรีค่าไฟฟ้า และพบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในระดับ ประเด็น การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร การโฆษณาผ่านแผ่นพับ ปัจจัยด้านสถานที่ของ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในระดับ ประเด็น สนามกอล์ฟอยู่ใกล้ที่ทำงาน สนามกอล์ฟอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในระดับ ประเด็น ความสามารถโดยทั่วไปของพนักงาน ความรู้เรื่องเทคโนโลยีภายในสนามกอล์ฟ ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอด้านกายภาพของผู้ บริโภคที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในระดับ ประเด็น ความสะอาดของสนามกอล์ฟ ความกว้างของคลับเฮาส์ ระยะห่างของช่องซ่อมไครฟ์กอล์ฟ ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากในระดับ ประเด็น การมีกระบวนการในการให้บริการที่ถูกต้อง การมีกระบวนการที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค การมีกระบวนการในการให้บริการที่ไม่ซ้ำซ้อน