

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การสำรวจพฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์กอล์ฟของนักกอล์ฟสมัครเล่น ในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวสุธาวัลย์ วิตตางกูร
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2546
จำนวนหน้า	: 68 หน้า

การสำรวจพฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์กอล์ฟของนักกอล์ฟสมัครเล่นในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์กอล์ฟของนักกอล์ฟสมัครเล่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นทางสถิติ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักกอล์ฟสมัครเล่นที่เล่นกอล์ฟในสนามกอล์ฟของจังหวัดเชียงใหม่ และตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ จำนวน 300 ราย

ผลการศึกษา พบว่า นักกอล์ฟสมัครเล่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสแล้ว ประกอบอาชีพค้าขายหรืออาชีพอิสระ มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท มีประสบการณ์ในการเล่นกอล์ฟต่ำกว่า 5 ปี ฝึกหัดเล่นกอล์ฟกับเพื่อน มีความถี่และเวลาเล่นกอล์ฟไม่แน่นอน เล่นกอล์ฟครั้ง 1 – 2 ชั่วโมง ในสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ จุดมุ่งหมายของการเล่นเพื่อการออกกำลังกาย โดยมีค่าใช้จ่ายครั้งละ 500 – 1,000 บาท ซึ่งเป็นค่าแค็ตตี้ ค่าอาหาร และเครื่องดื่ม การเลือกซื้ออุปกรณ์กอล์ฟส่วนใหญ่เลือกซื้อจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟโดยตรง พิจารณาเลือกตามความเหมาะสมในการใช้งาน เลือกซื้อด้วยตนเอง ซึ่งไม่มีการวางแผนการซื้อที่แน่นอน อุปกรณ์ที่ซื้อบ่อยที่สุดเป็นลูกกอล์ฟ เพื่อนจะมีผลต่อซื้อในแต่ครั้ง

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กอล์ฟของนักกอล์ฟสมัครเล่นระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากความเหมาะสมกับตนเอง ความคงทนต่อการใช้งาน ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม บำรุงรักษาง่ายไม่ยุ่งยาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย พิจารณาจากส่วนลดจากบัตรสมาชิกของร้าน การจัดรายการลดราคาสินค้าเป็นระยะๆ และการจัดรายการของแถม/ของสมนาคุณ ปัจจัยด้านราคา พิจารณาจาก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีราคาถูกเมื่อ

เทียบกับร้านอื่น ๆ ระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจฉัยด้านสถานที่จำหน่าย พิจารณาจากการเปิดให้บริการทุกวัน มีการจัดอุปกรณ์กอล์ฟเป็นหมวดหมู่ ที่จอดรถสะดวก มีช่องจอดรถเป็นระเบียบ ป้ายร้านชัดเจน ติดถนน ง่าย ตั้งอยู่ในแหล่งศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า ใกล้สนามกอล์ฟ เวลาเปิดจำหน่ายตรงกับบริการของสนาม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจฉัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และราคา มีผลต่อการเลือกซื้ออุปกรณ์กอล์ฟของนักกอล์ฟสมัครเล่นที่มีประสบการณ์ในการเล่นกอล์ฟต่ำกว่า 5 ปี และมากกว่า 5 ปี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนปัจฉัยด้านสถานที่ที่มีผลแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะสำหรับร้านค้าจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ คือน่าจะพิจารณาหากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด จัดทำวารสารหรือจดหมายข่าวถึงนักกอล์ฟที่เป็นสมาชิกรายการ ราคาอุปกรณ์กอล์ฟ การแจกตัวอย่างสินค้าในสนามกอล์ฟ และการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้าน