

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้
บริการสนามกอล์ฟฟราชนาวิพุดาหลวง

เรียนผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของปัญหาพิเศษของนิสิต หลักสูตรปริญญาโท
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา ทั้งนี้ทางผู้วิจัยจะนำ
ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์โดยรวมเท่านั้น โดยไม่มีการเปิดเผย
ข้อมูลส่วนตัวของท่านแต่อย่างใด ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ : กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยเลือกตัวเลือก ที่ตรงกับคำตอบ และความคิดเห็นของท่าน
มากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 20-30 ปี

☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี

☐ 51-60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก

4. อาชีพหลัก

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ประสบการณ์ในการเล่นกอล์ฟ

1. แต้้มต่อ (Handicap) ของท่าน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. มากกว่า 24 | ☐ 2. 19-24 |
| ☐ 3. 10-18 | ☐ 4. 0-9 |
| ☐ 5. โปรกอล์ฟ (Professional) | ☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

2. ท่านเล่นกอล์ฟมาแล้วเป็นระยะเวลา

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. น้อยกว่า 1 ปี | ☐ 2. 1 - 3 ปี |
| ☐ 3. 3-6 ปี | ☐ 4. 6-8 ปี |
| ☐ 5. 8-10 ปี | ☐ 6. มากกว่า 10 ปีขึ้นไป |

3. ช่วงเวลาที่ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟราชนาวีพลูตาหลวง มากที่สุด

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. 06.00-08.00 น. | ☐ 2. 08.01-10.00 น. |
| ☐ 3. 10.01-12.00 น. | ☐ 4. 12.01-14.00 น. |
| ☐ 5. 14.01-16.00 น. | ☐ 6. 16.01-18.00 น. |
| ☐ 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

4. ค่าใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่อครั้งของท่านในการใช้บริการสนามกอล์ฟราชนาวีพลูตาหลวง

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. น้อยกว่า 500 บาท | ☐ 2. 501-1,000 บาท |
| ☐ 3. 1,001-1,500 บาท | ☐ 4. 1,501-2,000 บาท |
| ☐ 5. มากกว่า 2,000 บาท | |

5. ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟราชนาวีพลูตาหลวง เดือนละกี่ครั้ง

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. 1-2 ครั้ง/ เดือน | ☐ 2. 3-4 ครั้ง/ เดือน |
| ☐ 3. 5-6 ครั้ง/ เดือน | ☐ 4. 7-8 ครั้ง/ เดือน |
| ☐ 5. 9-10 ครั้ง/ เดือน | ☐ 6. มากกว่า 15 ครั้ง/ เดือน |
| ☐ 7. นาน ๆ ครั้ง | ☐ 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

6. ท่านใช้บริการสนามกอล์ฟราชนาวีพลูตาหลวงในวันใดบ้าง

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1. วันธรรมดา | ☐ 2. วันหยุด |
|---------------------------------------|-------------------------------------|

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	(4)	(3)	(2)	(1)
คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (ผลิตภัณฑ์)				
1. ราคาสนามกอล์ฟคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไปเมื่อเทียบกับสนามกอล์ฟอื่น				
2. สนามกอล์ฟได้มาตรฐานสากล				
3. รูปแบบและการออกแบบทิวทัศน์ในสนาม				
4. ความท้าทาย ความยาก-ง่ายของสนามกอล์ฟ				
5. คุณภาพของแฟร์เวย์				
6. คุณภาพกรีนพัต				
7. คุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร				
8. ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ (Pro Shop)				
9. บริการให้เช่าอุปกรณ์กอล์ฟ				
10. สนามไคร์ฟกอล์ฟมีคุณภาพมาตรฐานสูง				
11. คุณภาพร้านอาหารให้บริการ/ ห้องจัดเลี้ยง				
ต้นทุน (ราคา)				
12. ราคาค่าใช้สนามกรีนฟี				
13. ราคาค่านักงานแคดดี้				
14. ราคาค่าเช่ารถกอล์ฟ				
15. ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่ม				
16. ราคาค่าสมาชิก				
ความสะดวก (ช่องทางการจัดจำหน่าย)				
17. สนามกอล์ฟพลูตาหลวงอยู่ใกล้ที่พักของท่าน				
18. สนามกอล์ฟพลูตาหลวงอยู่ใกล้ที่ทำงานของท่าน				

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	(4)	(3)	(2)	(1)
19. การคมนาคมสะดวก				
20. การจ่ายชำระค่าใช้จ่ายด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต				
21. มีที่จอดรถกว้างขวางสะดวกสบาย				
22. มีบริการตู้ ATM				
การติดต่อสื่อสาร (การส่งเสริมการตลาด)				
23. การติดต่อสอบถามข้อมูลของสนามกอล์ฟทางโทรศัพท์				
24. นักกอล์ฟสามารถโทรจองเวลาการออกรอบ, จองแอนด์, จองรถกอล์ฟ				
25. เข้าชมทางเว็บไซต์ของสนามได้ตลอดเวลา				
26. มีการจัดการแข่งขันประจำปีของสนาม				
27. มีการกำหนดวันพิเศษเพื่อลดราคาเช่นวัน Sport Day				
28. มีการลดราคาไว้ในกรณีแข่งขันเป็นกลุ่ม ทั้งกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่				
29. มีรางวัลพิเศษมอบให้ถ้าทำ Hole in One ได้ในหลุมที่กำหนด (ไม่ว่าจะมีการแข่งขันหรือไม่)				
30. มีการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสมาชิกและนักกอล์ฟทั่วไปในเรื่องต่าง ๆ				
31. ป้ายบอกส่วนลดราคาโปรโมชั่นที่ชัดเจน				
การดูแลเอาใจใส่ (พนักงาน)				
32. สนามกอล์ฟต้องดูแลนักกอล์ฟที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟและนักกอล์ฟทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี				
33. จำนวนเจ้าหน้าที่/ พนักงานมีจำนวนเพียงพอ				
34. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ดี				
35. เจ้าหน้าที่/ พนักงานเอาใจใส่ดูแลให้คำแนะนำและบริการที่ดี				

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	(4)	(3)	(2)	(1)
36. การพุดจาสุภาพ เรียบร้อย มารยาทดี				
37. การต้อนรับนักกอล์ฟเมื่อเดินทางมาถึงสนามกอล์ฟทำได้เป็นอย่างดี				
ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (กระบวนการให้บริการ)				
38. การจัดแคดดี้เพื่อบริการรับ-ส่งถุงกอล์ฟ ถูกต้อง รวดเร็ว				
39. การจำหน่ายค่าสนาม ค่าพนักงานแคดดี้และค่าบริการอื่น ๆ ถูกต้อง รวดเร็ว				
40. การจัดกลุ่มออกรอบตามคิวอย่างยุติธรรม เท่าเทียมกัน				
41. จัดการการเล่นกอล์ฟในสนามของแต่ละกลุ่มให้สะดวก ไม่ติดขัดกับกลุ่มอื่น ๆ				
42. ลดสิ่งรบกวนอื่น ๆ ในขณะที่เล่นกอล์ฟให้เหลือน้อยที่สุด เช่น การตัดหญ้า ในเวลาเปิดให้บริการ				
43. มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว				
ความสบาย (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)				
44. ความสะอาด สวยงามทั่วไปในบริเวณสนามกอล์ฟ				
45. ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว				
46. คลับเฮ้าส์มีความหรูหรา กว้างขวางมีสิ่งอำนวยความสะดวก				
47. การมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสนามกอล์ฟ				
48. ชุดฟอร์มเครื่องแต่งกายของพนักงานและแคดดี้ สะอาด เรียบร้อย				
49. สิ่งแวดล้อมของสนามกอล์ฟมีความสวยงามสนามหญ้าเขียวไม่แห้งแล้งมองแล้วสบายตา				
50. ป้ายบอกระยะ (หลา) ห่างจากกรีน ต้องมีความชัดเจน ระยะต้องแม่นยำ ไม่รบกวนสายตา				