

KU

KAMPHAENG SAEN
CAMPUS



เกษตรกำแพงแสน ตามรอยพ่อ สานต่อศาสตร์แห่งแผ่นดิน

Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 16

The 16th KU-KPS National Conference

ระหว่างวันที่ 3 - 4 ธันวาคม 2562

ณ อาคารศูนย์เรียนรวม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ผลงานทางวิชาการ 8 สาขา

1. พืชและเทคโนโลยีชีวภาพ
2. สัตว์และสัตวแพทย์
3. วิศวกรรมศาสตร์
4. ศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์
5. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
6. วิทยาศาสตร์สุขภาพและการกีฬา
7. วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม
และความหลากหลายทางชีวภาพ
8. ส่งเสริมการเกษตร



มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน
๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๒





การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์: 978-616-278-536-8

จัดทำโดย กองบริหารวิชาการและนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

พิมพ์ครั้งที่ 1 : ธันวาคม 2562

สารบัญ

ภาคบรรยาย	หน้า
สาขาพืชและเทคโนโลยีชีวภาพ	
ผลของสารสกัดสาหร่ายทะเลและโพแทสเซียมทางใบต่อการเจริญเติบโตและผลผลิต ของข้าวโพดเลี้ยงสัตว์.....	1
ผลของน้ำหมักชีวภาพ และซีแตคตินาเกลือต่อการเจริญเติบโตและผลผลิตของผักกาดขาว พันธุ์โตเกียว เบกาน่า ในระบบไฮโดรโปนิคส์.....	8
ประสิทธิภาพของการใช้คานหัวฉีดเพื่อควบคุมเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาลในนาข้าว.....	16
การสร้างแบบจำลองโครงสร้างโปรตีนเปรียบเทียบของ lipoygenase จากต้นยางพารา.....	24
การศึกษาลักษณะทางกายภาพของข้าวเปลือกผ่านการประมวลผลด้วยภาพ.....	33
สาขาสัตว์และสัตวแพทย์	
ผลของการเสริมโปรตีนจากมันฝรั่งหมักในสุกรอนุบาลที่สภาวะทางโภชนาการต่างกันต่อฮอร์โมน IGF-1 ในซีรัมและการแสดงออกของ IGF1 และ GHR mRNA ในตับและกล้ามเนื้อ.....	41
ผลของการใช้อ้อยหมักต่อประสิทธิภาพการเจริญเติบโตและคุณลักษณะซาก ของโคขุนลูกผสมชาร์โรเลส์.....	51
การศึกษาขั้นต้นเกี่ยวกับการแสดงออกเอ็มอาร์เอ็นเอของคิสเพติน นิวโรไคนินบี และโดเนอร์ฟิน (แคนดี) เพปไทด์ในแพะเทศเมียที่เหนียวทำให้เกิด ภาวะเครียดเมตาบอลิกด้วยการอดอาหาร.....	61
สาขาวิศวกรรมศาสตร์	
การกำจัดก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ด้วยแบคทีเรียจากระบบบำบัดไร้อากาศ ในหอบำบัดชีวภาพแบบโปรยกรอง.....	70
การสร้างสมการเทียบมาตรฐานวิเคราะห์ค่า CCS อ้อยในไร่ด้วยเครื่องวิเคราะห์คุณภาพอ้อย.....	78
การทดสอบสมรรถนะเบื้องต้นของอากาศยานไร้คนขับสำหรับการฉีดพ่นฝอยทางการเกษตร.....	87
การศึกษาการประเมินความเสี่ยงต่อฟ้าผ่าในระบบผลิตไฟฟ้าแบบกังหันลม.....	97
เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ผักสลัดแบบอัตโนมัติสำหรับสภาพเพาะกล้า.....	106
โดรนสังเกตการณ์ควบคุมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์.....	114
เครื่องทดสอบคุณสมบัติทางไฟฟ้าเบื้องต้นแบตเตอรี่ขนาดเล็ก.....	123
การออกแบบเครื่องประเมินสภาพของผิวหนังบนอุปกรณ์ไฟฟ้า.....	131
คุณสมบัติการทอริแฟคชันร่วมระหว่างกากกาแฟและชานอ้อย เพื่อปรับปรุงคุณภาพของชีวมวล.....	139

การตอบสนองความต้องการแบบเจาะจง : นวัตกรรมการตลาดสำหรับ	
ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการสมัยใหม่.....	1563
อุปลักษณะเชิงมโนทัศน์ที่ปรากฏในใบเขียนชื่อของจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	1570
กระบวนการจัดกิจกรรมพัฒนานักศึกษาที่พักอาศัยในหอพักนักศึกษา (บ้านมหิดล)	
มหาวิทยาลัยมหิดล.....	1578
การศึกษาสำนวนในงานเขียนของฐิตินาถ ฦ พัทลุง เรื่องเข็มทิศชีวิต.....	1588
ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของพนักงานที่เป็นคนไทยบริษัท	
N&N Foods Company Limited.....	1594
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอำเภอปราณบุรี	
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	1608
ปัญหาและความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษด้านการฟังและพูดของพ่อค้าแม่ค้า	
ณ ตลาดน้ำตลิ่งชัน เขตกรุงเทพมหานคร.....	1617
การประยุกต์ใช้อาคารยานไร่นักบินขนาดเล็กเพื่อการพัฒนาชุมชน.....	1631
ทัศนคติของนิสิตคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	
วิทยาเขตกำแพงแสน ต่อประเด็นการประหารชีวิต.....	1639
ปัจจัยการเปิดรับข้อมูลของผู้บริโภคต่อความตระหนักในการบริโภคสารทดแทนความหวาน.....	1657
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม :	
กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด.....	1664
การสร้างความสามารถด้านนวัตกรรม กรณีศึกษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค.....	1676
การจัดการทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตตำบลกาญจนาภิเษก อำเภอรามัน จังหวัดยะลา.....	1688
ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบยั่งยืน	
กรณีศึกษา ไผ่สีนํ้าปาร์ค จังหวัดเชียงราย.....	1698
การใช้เทคนิคการสอน K-W-D-L ร่วมกับ E-learning เพื่อพัฒนาความเข้าใจใน	
เนื้อหารายวิชาการพยากรณ์การขาย.....	1709
การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต	
สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่ออุตสาหกรรมบริการ.....	1717
สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพและการกีฬา	
การศึกษาข้อมูลแนวทางพัฒนาธุรกิจสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก.....	1726
การวิเคราะห์หลักสูตรสาขาธุรกิจและเทคโนโลยีการกีฬา.....	1731
ผลของการฝึกใช้แสงเลเซอร์เป็นตัวนำทางขณะยืนย่อเข่าต่อความแข็งแรงของกล้ามเนื้ออกข้อ	
สะโพกและความรุนแรงของอาการปวดในผู้ป่วยที่มีอาการปวดเข่าบริเวณผิวสะบ้า.....	1738

การศึกษาข้อมูลแนวทางพัฒนารูธุรกิจสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก
Study of Guidelines for Golf Course Business Development in the Eastern Region

กานาธิป จิระสัจญานสกุล¹, ณิชศรียา จักรสมศักดิ์² และ ประจักษ์ อินทรโต³

Khanathip Jirasayansagul¹, Natthasiriya Chaksomsak² and Prajak Into³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และกำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนารูธุรกิจสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก โดยใช้แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มาใช้บริการสนามกอล์ฟในเขตภาคตะวันออกของไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกในด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย และ ด้านรายการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.19, 4.08, 4.04 และ 3.70 ตามลำดับ โดยแนวทางในการพัฒนารูธุรกิจสนามกอล์ฟควรดำเนินการโดยโดยใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อให้เกิดการรับรู้และกระตุ้นการใช้บริการ โดยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ควรใช้ตามลำดับได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดรายการส่งเสริมการขาย การเป็นผู้สนับสนุน และการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยให้เกิดความสอดคล้องและต่อเนื่อง

คำสำคัญ: รูธุรกิจสนามกอล์ฟ ภาคตะวันออก

Abstract

The purpose of this research is to study the marketing factors affecting the service selection. To set as a guideline for the development of golf business in the eastern region. By using the questionnaire created by the researcher to collect data and suggestions from golf course users in the eastern region of Thailand, 400 samples. Marketing factors in deciding to use the golf course in terms of products and services, price, place, and promotion is a factor in deciding to use the service at a high level with an average of 4.19, 4.08, 4.04 and 3.70 respectively. On the development of the golf course business in the East. Should operate by using integrated marketing communication to create awareness and stimulate service use the engine marketing communications, including advertising, which should be used by the public. Sales promotion sponsorship and organizing marketing activities to achieve consistency and continuity.

Keyword: Golf Course Business Eastern Region

Corresponding author; e-mail address: khanathipchira@hotmail.com

¹ สาขาวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Department of General Education, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

² สาขาวิชาศึกษาทั่วไป คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Department of General Education, Faculty of Humanity and Social Sciences, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

³ งานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

Division of student affair, Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Chakrabongse Bhuvanart Campus

คำนำ

ปัจจุบันกีฬากอล์ฟได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ดังจะสังเกตได้จากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬากอล์ฟ ไม่ว่าจะเป็น สนามกอล์ฟ ร้านค้า รายการทางสื่อการกีฬา โรงเรียนสอนกอล์ฟ และอื่นๆ ซึ่งกระแสของกีฬากอล์ฟในประเทศไทยมีการเติบโตของธุรกิจสนามกอล์ฟอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนับจนถึงปัจจุบัน มีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานในประเทศไทย มากกว่า 200 แห่ง ซึ่งถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรทางด้านสถานที่จำนวนมาก โดยกอล์ฟเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติในภูมิภาคเอเชียให้ความสนใจเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด เนื่องจากต้นทุนในกีฬากอล์ฟในเขตภูมิภาคเอเชีย ประกอบกับศักยภาพในธุรกิจสนามกอล์ฟของไทยอยู่ในระดับมาตรฐานสากล จึงทำให้ส่วนหนึ่งของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟเป็นชาวต่างชาติเป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศได้อย่างมากมาย ซึ่งจากข้อมูลมีธุรกิจกอล์ฟในประเทศไทยมีมูลค่ากว่า 4,000 ล้านบาท

ในภาคตะวันออกของไทย มีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ เหมาะแก่การเป็นศูนย์กลาง เชื่อมโยงกับภูมิภาคอื่น และกลุ่มประเทศอินโดจีน โดยมีโครงข่ายบริการพื้นฐาน ที่พร้อมรองรับการพัฒนาสูง มีความหลากหลาย และมีความโดดเด่น ทั้งการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การท่องเที่ยวและบริการ สามารถสร้างรายได้สูง ให้ประชากรในพื้นที่ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติ อุดมสมบูรณ์ และมีความหลากหลายทางชีวภาพสูง มีแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติสวยงามติดระดับนานาชาติ นำรายได้สูงเข้าสู่พื้นที่ ประกอบกับมีสนามกอล์ฟที่มีคุณภาพมาตรฐานจำนวน 25 แห่ง ซึ่งเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง จึงเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพในธุรกิจท่องเที่ยวของไทย

จากนโยบายการส่งเสริมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว จากการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โดยมีมาตรการยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ เพื่อการ สนับสนุนและสร้างมาตรฐานสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก ดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติที่หลงใหลในกีฬากอล์ฟ

สนามกอล์ฟในปัจจุบันมีการพัฒนาศักยภาพโดยการพยายามการวิเคราะห์อุปสรรค และโอกาสแก่ธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่ โยส่วนใหญ่มีสภาพการดำเนินการธุรกิจในปัจจุบันที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับนโยบายการบริหารของเจ้าของธุรกิจ ดังนั้นปัญหาในการดำเนินงานจึงอาจมาจากระบบของการบริหารงานและการบริหารบุคคลในองค์กร ซึ่งหากวิเคราะห์ถึงโอกาสของธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทยมีความได้เปรียบนานาประเทศในภูมิภาคเอเชียเป็นอย่างมาก ซึ่งหากธุรกิจประเภทนี้สามารถพัฒนาธุรกิจให้ศักยภาพในการบริการได้ดีขึ้นก็จะส่งผลดีต่อรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสู่ประเทศ และรวมทั้งเป็นการพัฒนานักกีฬากอล์ฟในประเทศ ให้มีมาตรฐานได้อีกทางหนึ่งด้วย และจากการวิเคราะห์จากผลการสำรวจในเวทีไทยกอล์ฟเฟอร์ที่ผลการโหวตพบว่า สนามกอล์ฟที่อยู่ในภาคตะวันออกทั้ง 27 สนาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นระดับที่มีการประเมินผลถึงองค์ประกอบของคุณภาพและความคุ้มค่าในการใช้บริการสนามกอล์ฟ

ดังนั้นการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาธุรกิจสนามกอล์ฟ จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดเป็นแนวทางหรือนโยบายในการบริหารจัดการต่อไป ซึ่งจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลที่สามารถสนับสนุนหรือเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ถึงแนวทางในการพัฒนาจะต้องเริ่มที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สนามกอล์ฟ เพื่อเป็นข้อมูลนำไปสู่การวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศโดยใช้หลักการด้านการตลาดเพื่อให้เกิดความทัดเทียม

วิธีการ

ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรได้แก่ นักกอล์ฟ หรือผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก โดยใช้ตัวอย่างในการศึกษาคือนักกอล์ฟ หรือผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ จำนวน 400 คน โดยมีวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multiple Sampling) โดยเลือกสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกด้วยวิธีแบบเจาะจง จำนวน 8 สนาม ซึ่งได้แก่ 1) อุทยานกอล์ฟวังจันทร์ จังหวัดระยอง 2) อีสเทิร์นสตาร์ กอล์ฟ คอร์สจังหวัดระยอง 3) เขาเขียว คันทรี คลับ จังหวัดชลบุรี 4) บุปผา กอล์ฟ คลับ จังหวัดชลบุรี 5) ฟินิกซ์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จังหวัดชลบุรี 6) สนามกอล์ฟพัฒนา สปอร์ต คลับ จังหวัดชลบุรี 7) ศรีราชา อินเตอร์เนชั่นแนล กอล์ฟ คลับ จังหวัดชลบุรี และ 8) สนามกอล์ฟสอยดาวไฮแลนด์ กอล์ฟคลับ แอนด์ รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการในสนามกอล์ฟ สนามละ 50 คน ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน ณ สนามกอล์ฟที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเป็นแบบสอบถามสำหรับนักกอล์ฟหรือผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ โดยผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นโดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ .863

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS For Window และทำการแปลผลการวิจัย นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (X) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคำตอบแต่ละข้อ โดยนำเสนอการแปลผลในรูปของตารางและเรียงความ โดยกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 มีสภาพ / ปัญหา / หรือความต้องการในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.40-4.19 มีสภาพ / ปัญหา / หรือความต้องการในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.60-3.39 มีสภาพ / ปัญหา / หรือความต้องการในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.80-2.59 มีสภาพ / ปัญหา / หรือความต้องการในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.79 มีสภาพ / ปัญหา / หรือความต้องการในระดับน้อยที่สุด

ในส่วนของการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามกอล์ฟผู้วิจัยดำเนินการโดย นำผลของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาในด้านต่างๆ โดยนำเสนอในรูปของความเรียง

ผลการทดลองและวิจารณ์

ระดับปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกในด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านรายการส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.19, 4.08, 4.04 และ 3.70 ตามลำดับ

โดยปัจจัยด้านสินค้าและบริการสนามกอล์ฟ และการให้บริการของพนักงานในสนามกอล์ฟ หากมีสนามกอล์ฟที่มีมาตรฐานและมีการบริการที่ดี จะทำให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น เช่น มีแคดดี้ที่ดี ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ แนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 1997. p 92 อ้างอิงใน ปรวิทย์ ทองคำ, 2547) นำไปสู่การบรรลุ

วัตถุประสงค์ทางการตลาด ซึ่งเกิดขึ้นจากการตัดสินใจในการผสมผสานองค์ประกอบ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ และการบริการ ที่ดี โดยสิ่งเหล่านี้ต้องมีการผสมผสานอย่างถูกต้องและให้เกิดความแตกต่าง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดยุคการสื่อสารไร้พรมแดน และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของดลชัย ปิ่นปัก (2547) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ซึ่งปรวิทย์ ทองคำ (2547) ที่อธิบายว่า การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก แคดดี้ และสถานที่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ที่เป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการ กับกลุ่มเป้าหมายเช่น ราคาสมาชิก ค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถตอบสนองเป้าหมาย นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด การตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดราคาหรือองค์ประกอบสนับสนุนอื่นๆ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ไทวี่ บุญเฉลย (2541) ที่พบว่าปัจจัยด้านการตลาด ราคา ซึ่งได้แก่ ราคาสมาชิก ค่าสนามในวันหยุดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ โดยผู้วิจัยจึงมีความเชื่อว่าปัจจัยด้านราคาที่กำหนด จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ ส่งผลให้มีพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟที่มีจำนวนครั้งเพิ่มมากขึ้นหากผู้ใช้บริการวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าและเหมาะสมกับตัวผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายเป็นไม่ว่าจะเป็น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดลชัย ปิ่นปัก (2547) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟ และยังสอดคล้องกับ กิตติ วัฒนาวงศ์ (2548) ที่พบว่านักกอล์ฟส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคาตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเชื่อว่า ช่องทางในการจัดจำหน่ายของสนามกอล์ฟเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคมักจะต้องการความสะดวกสบายทั้งในการ สั่งจอง หรือสั่งซื้อและความสะดวกในการเดินทางด้วย และมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เป็นจัดรายการที่ช่วยเพิ่ม หรือกระตุ้นกระบวนการตัดสินใจใช้บริการง่ายละรวดเร็วขึ้น ด้วยข้อเสนอที่คุ้มค่า หรือการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูล เช่น มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือการลด แลก แจก หรือแถมสิ่งของหรืออื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดลชัย ปิ่นปัก(2547) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นไปในการทำงานเดียวกันกับผลการวิจัยของปรวิทย์ ทองคำ (2547) ที่พบข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ ว่า ควรมีรายการส่งเสริมการขายเป็นระยะๆ และผู้วิจัยมีความเชื่อว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากผู้บริโภคพบว่า เกิดความคุ้มค่าและเหมาะสม

และทั้งนี้แนวทางในการพัฒนารูทกิจสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก โดยใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการควรรีใช้ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดรายการส่งเสริมการขาย การเป็นผู้สนับสนุน และการจัดกิจกรรมทางการตลาด อย่างสอดคล้องและต่อเนื่อง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ การบริการอื่นๆ โดยใช้แนวคิดในการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการมาใช้เพื่อพัฒนางานธุรกิจหรือองค์กรอื่นๆ ได้

ในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ก่อนการนำแนวทางการพัฒนาไปใช้ควร ศึกษาลักษณะธรรมชาติของธุรกิจให้ชัดเจน ควรมีการวิเคราะห์ตามกระบวนการการใช้การสื่อสารการตลาดเชิง บูรณาการ

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ ลักษณะวงศ์. 2548. พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการ ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดลชัย ปิ่นปัก. 2547. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สนามกอล์ฟของผู้เล่นกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ปรวิทย์ ทองคำ. 25 47. สภาพและปัญหาการให้บริการสนามกอล์ฟ แนนเซอร์พัลพาร์ค รามอินทรา กอล์ฟ คลับ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- Armstrong, Gary & Philip Kotler. 2003. Marketing and Introduction. 6thed. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Belch, George & Belch, Michale. 2001. Advertising and Promotion. Singapore: McGraw-Hill International.

13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุวรรณ บุญพัฒน์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษา น้อยทิม
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี รามัญญ์
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณา เพ็ชรกิจ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บารมี เขียววิชัย
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ญาณิสสา บุรณะชัยทวี
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รินดา วรารุณี
21. ดร.ประสงค์ กัลยาณะธรรม

ผู้ทรงคุณวุฒิ สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพและการกีฬา

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิตร สมานิติโต
2. รองศาสตราจารย์วัลลีย์ ภัทโรภาส
3. รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ ธีรสรณ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพร ศศิมนทลกุล
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภ.อรอุมา บุญยารมย์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราตรี เรืองไทย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรอมลีย์ มะกาเจ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุพร เพิ่มทรัพย์ทวี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์จันทร์ อยู่แพทย์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ไถ่อ่อน ชินธเนศ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ดร.อรุณวรรณ สุขสม
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม
5. รองศาสตราจารย์ ดร. นฤมล ลีลาบุญวัฒน์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศิลาเลิศเดชกุล
7. อาจารย์ ดร.ทศพร ยิ้มลมัย
8. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งทิภา วัจฉลະฐิติ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพ.ภาสกร วัฒนธาดา
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต สุวรรณจำรัส
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยงค์ จรเกตุ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณา ชลายนเดชะ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวัฒน์ ลิ้มรุ่งเรืองรัตน์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤพนธ์ วงศ์จตุรภัทร

15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัชรีน เขมรัตน์
16. อาจารย์ ดร.คุณัตว์ พิธพรชัยกุล
17. อาจารย์ ดร.วรรณิ์ เจิมสุรวงศ์
18. อาจารย์ ดร.พิชิต เมืองนาโพธิ์
19. อาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ ชูสกุล
20. รองศาสตราจารย์ ดร.อภิลักษณ์ เทียนทอง
21. รองศาสตราจารย์ ดร.มยุรี ถนอมสุข
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกษม นครเขต
23. รองศาสตราจารย์ ดร.ปนิดา เตชทรัพย์อมร
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธยา สีละมาต
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரามภรณ์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพิ่มศักดิ์ สุริยจันทร์
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารมย์ ตริราช
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถาวร กมฺุทศรี
29. ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิลมณี ศรีบุญ
31. ดร.นนชัย ศานติบุตร
32. อาจารย์ ดร.เอกชัย พวงกลิน
33. อาจารย์ ดร.มาลี กิตติกัมปนาท
34. รองศาสตราจารย์ ดร.อาทิตย์ พวงมะลิ
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญรชัย คำวงษ์
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ ศรีสุภกรกุล
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติอาภา ตั้งคำวานิช
38. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ต้นดิโพธิ์พิพัฒน์
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินตนา ศิริวราศัย
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนันท์ศิลป์ รุจิเรข
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ทองธีรภาพ
42. อาจารย์ ดร.ภนิดา วามนตรี
43. รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาวี หีบแก้ว
44. Prof.Dr.David Kent Stotlar

ผู้ทรงคุณวุฒิ สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และความหลากหลายทางชีวภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัฐสิทธิ์ ทับทิมแท้
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริประภา เปรมเจริญ