

การพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

The forecast of decision-making to becoming members of golf clubs in Chon Buri Province by using logistic regression analysis

ศราวุธ ยังเจริญยืนยง^{1,*} และสมพร ไตยวงศ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟ และเพื่อสร้างสมการพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก ปัจจัยที่นำมาพิจารณาประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยทางด้านของสนามกอล์ฟ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้เล่นกอล์ฟในจังหวัดชลบุรีจำนวน 200 คน พบว่า ผู้เล่นกอล์ฟเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ คิดเป็นร้อยละ 39.00 โดยให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกทำสมาชิกสนามกอล์ฟ คือ ปัจจัยทางด้านความสะดวกในการเดินทาง จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก พบว่า สมการที่ได้สามารถนำไปทำนายการตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการได้ถูกต้องร้อยละ 79.17

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

Abstract

The purposes of this study were to investigate the factors influencing decision-making to become members of golf clubs in Chon Buri Province and to construct the equation modeling to forecast the decision-making by using logistic regression analysis. The factors taken into consideration consisted of gender, age, education, average monthly income, and the factors related to golf courses. The data was collected by distributing questionnaires to 200 golfers in Chon Buri Province. The result of the survey revealed that 39.00 percent of the golfers belonged to golf clubs. The most influencing factor for them to decide to become the club members was that the golf course locations were easy to travel. By using logistic regression with Enter: LR method to analyze the data, the constructed equation was able to correctly forecast 79.17 percent of the golfer's decision-making on becoming members of the clubs.

Keywords: decision making, logistic regression analysis

บทนำ

ในปัจจุบันกีฬาอล์ฟเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกีฬาชนิดนี้มีประโยชน์ในการออกกำลังกายแล้ว ยังถือว่าเป็นอีกอาชีพหนึ่งที่สามารถหารายได้มหาศาลให้กับนักกอล์ฟฝีมือดีทั้งคนไทยและต่างชาติ จึงทำให้คนเริ่มที่จะสนใจจะเรียนรู้และฝึกตีกอล์ฟกันมากขึ้น และเป็นโอกาสที่ดีที่จะส่งเสริมระบบการให้บริการของสนามกอล์ฟเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนที่มีเวลาไม่มากที่จะไปตีกอล์ฟหรือออกรอบในเวลาจำกัด คนส่วนมากจึงหันมาใช้บริการสนามกอล์ฟใกล้บ้านกันมากขึ้น [1] กอล์ฟเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีความสนใจอย่างสูงในปัจจุบัน เนื่องจากการบริหารจัดการส่วนใหญ่ระบบของสนามกอล์ฟยังไม่สามารถบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และรายได้ที่ไม่แน่นอน สนามกอล์ฟยังไม่มีระบบในการตัดสินใจซึ่งถือเป็นระบบที่ตอบสนองความต้องการของธุรกิจสนามกอล์ฟซึ่งธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นสถานที่ให้บริการที่ได้รับ

¹สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

*Corresponding author, E-mail: saravut_y@yahoo.com

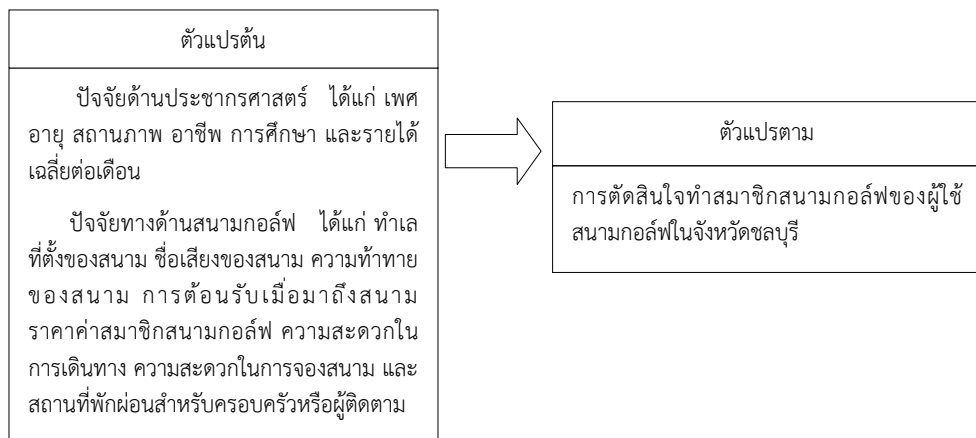
ความนิยมมากในหมู่ผู้เล่นกอล์ฟซึ่งในการลงเล่นในสนามต้องมีการจองเวลาในการออกรอบ การเข้าใช้บริการ และการชำระเงินค่าสนามซึ่งค่าใช้จ่ายของลูกค้ายิ่งแตกต่างกันออกไปตามแต่สถานะของลูกค้ายิ่งและโปรโมชั่นของสนาม ซึ่งสถานะของลูกค้ายิ่งมีเพียง 2 สถานะด้วยกันคือ สมาชิก และบุคคลทั่วไป โดยลูกค้ายิ่งที่เป็นสมาชิกจะมีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าลูกค้ายิ่งที่เป็นบุคคลทั่วไปในการซื้อแพ็คเกจ แต่ต้องมีการชำระเงินในการจดทะเบียนเป็นสมาชิกต่อปีกับทางสนาม ในส่วนของระบบการค้นหาข้อมูลลูกค้ายิ่งยังเป็นระบบการประมวลผลด้วยมือ ถึงแม้ว่าจะมีการใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยจัดเก็บข้อมูล แต่ก็ไม่เป็นระบบเนื่องจากต้องค้นหาข้อมูลประวัติเก่าซึ่งยังมีบางขั้นตอนซ้ำซ้อนอยู่ ทำให้ลูกค้ายิ่งไม่ได้รับความสะดวกในด้านการบริการ ประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการติดต่อธุรกิจกับนานาประเทศ และเป็นอีกประเทศหนึ่งที่นักธุรกิจชาวต่างชาติให้ความสนใจในการเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจแต่เนื่องจากขาดระบบการจัดเก็บที่ดีพอ จึงเกิดความความล่าช้า ข้อมูลไม่ทันสมัย รวมถึงการพยากรณ์ทางการตลาดในการทำธุรกิจ จังหวัดชลบุรีเป็นที่ตั้งของสนามกอล์ฟจำนวนมากการแข่งขันทางการตลาดเพื่อชิงลูกค้ายิ่งอยู่สูง โดยเป็นจังหวัดทางภาคตะวันออกที่มีการพัฒนาและการลงทุนเป็นจำนวนมาก ทั้งทางด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวจากรัฐบาล ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้มีคนไทยและชาวต่างประเทศท่องเที่ยวในจังหวัดสนามกอล์ฟจึงเป็นส่วนหนึ่งของผู้ที่ชื่นชอบในกีฬากอล์ฟ เนื่องจากภูมิประเทศ ทัศนียภาพอันสวยงาม และความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคของจังหวัดเหมาะสมที่จะสร้างสนามกอล์ฟไว้ต้อนรับผู้มาเยือน และจากการเจริญเติบโตของบ้านเมืองตามยุคสมัย ทำให้จังหวัดชลบุรีนับเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทางธุรกิจของประเทศ เป็นจุดกำเนิดแหล่งท่องเที่ยว เป็นศูนย์รวมความบันเทิง และมีเมืองพัทยาเป็นเมืองธุรกิจที่แวดล้อมไปด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สถานการศึกษา ที่อยู่อาศัย โรงแรมชั้นนำ สถานที่แข่งกีฬาทางน้ำ และเป็นจุดเชื่อมหลักความทันสมัยรายล้อมด้วยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจากหลาย ๆ ประเทศ นำวัฒนธรรมแบบใหม่เข้ามาสู่เมืองชลบุรี [2]

จากโอกาสและอุปสรรคดังกล่าวธุรกิจสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยพบว่า ยังมีงานวิจัยน้อยมากที่ทำการศึกษาศึกษาวิจัยทางด้านสนามกอล์ฟที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของสนามกอล์ฟโดยเฉพาะปัจจัยด้านของสนามกอล์ฟที่มีผลต่อการทำสมาชิกสนามกอล์ฟ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่บอกถึงผลการดำเนินการของธุรกิจ ดังนั้น การศึกษาการพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรีในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจึงเป็นสิ่งสำคัญและเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาในงานวิจัยนี้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อผลการตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้เล่นกอล์ฟที่ใช้บริการสนามกอล์ฟที่ตั้งในจังหวัดชลบุรี จำนวน 6 สนาม เลือกมาแบบเจาะจง (purposive sampling) จากจำนวนทั้งหมด 21 สนามกอล์ฟที่ตั้งในจังหวัดชลบุรี โดยกำหนดตัวอย่างของแต่ละกลุ่มของตัวแปรตามควรมีจำนวนอย่างน้อย 10 เท่าของพารามิเตอร์ที่ประมาณ [3] ซึ่งในการศึกษานี้มีพารามิเตอร์ จำนวน 8 พารามิเตอร์ จึงควรสุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 80 ตัวอย่าง ดังนั้น เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลจากกลุ่มไม่น้อยกว่า 80 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยเลือกมาแบบเจาะจง เป็นผู้เล่นกอล์ฟจำนวน 200 คน ได้แก่ สนามกอล์ฟแหลมฉบัง อินเตอร์เนชั่นแนล คันทรีคลับ จำนวน 35 คน สนามกอล์ฟเขาเขียว คันทรีคลับ จำนวน 33 คน สนามกอล์ฟเทรชเชอร์ฮิลล์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำนวน 33 คน สนามกอล์ฟสยาม คันทรีคลับ จำนวน 33 คน สนามกอล์ฟราชนาวี พลุตาหลวง จำนวน 33 คนและสนามกอล์ฟบูรพาออล์ฟคลับ จำนวน 33 คน

2. ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้บริหารสนามกอล์ฟและผู้เล่นกอล์ฟที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ จำนวน 5 คน เลือกมาแบบเจาะจง (purposive sampling)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) แบ่งได้ดังนี้

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบไม่เป็นทางการ โดยผู้วิจัยใช้ประเด็นคำถามกว้าง ๆ มีลักษณะใช้แนวทางคำถามไปสู่การสนทนา และมีลักษณะร่วมสนทนาในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลบอกหรือเล่าให้ฟัง ในการนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้บริหารสนามกอล์ฟและผู้เล่นกอล์ฟที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟจำนวน 5 คน (แบบเจาะจง) ผู้วิจัยโทรนัดสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลด้วยวาจาทางโทรศัพท์

2) แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้เล่นกอล์ฟที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน (6 สนาม) โดยเลือกแบบเจาะจง โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ การเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านของสนามกอล์ฟในการตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรีจำนวน 8 ด้าน ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งของสนาม ชื่อเสียงของสนาม ความท้าทายของสนาม การต้อนรับเมื่อมาถึงสนาม ราคาค่าสมาชิกสนามกอล์ฟ ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจองสนาม และสถานที่พักผ่อน สำหรับครอบครัวหรือผู้ติดตามสมาชิกสนามกอล์ฟ

3) คุณภาพเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสัมภาษณ์ ผู้บริหารสนามกอล์ฟและผู้เล่นกอล์ฟที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟจำนวน 5 คน (แบบเจาะจง) ผู้วิจัยโทรนัดสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลด้วยวาจาทางโทรศัพท์ ใช้วิธีสังเคราะห์ข้อมูลจากส่วนย่อยไปยังส่วนใหญ่ (inductive approach) จากข้อมูลทั้งหมด จากนั้นไปจัดทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ตรวจสอบข้อคำถามและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผู้วิจัยได้คำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ .95 และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เล่นกอล์ฟที่ใช้บริการสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี จำนวน 30 ชุด แล้วจึงนำมาประมวลผลการหาความเชื่อถือได้ (reliability) ของข้อมูล โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach) ค่าที่ได้ คือ 0.799 ซึ่งค่าความเที่ยงตรงโดยปกติมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ การเก็บรวบรวมข้อมูลของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งเจ้าหน้าที่เก็บข้อมูลแบบสอบถามไปยังสนามกอล์ฟทั้ง 6 สนาม แบ่งเป็นสนามละ 1 คน เพื่อเก็บและแจกแบบสอบถามให้กรอกในการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (convenience sampling) หรือแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเล่นกอล์ฟ โดยไม่จำกัดเพศหรืออายุ และให้ตอบแบบสอบถามได้อย่างอิสระตามความสมัครใจจำนวนทั้งสิ้น 200 คน และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จนครบทั้ง 200 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean)

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และสถิติอนุมาน (inferential statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (logistic regression analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน ไม่เป็นสมาชิกกอล์ฟ จำนวน 122 คน เป็นสมาชิกกอล์ฟ จำนวน 78 คน เป็นชายจำนวน 195 คน หญิง จำนวน 5 คน โดยส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส คุณวุฒิทางการศึกษาส่วนใหญ่วุฒิในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก การจำแนกตามปัจจัยด้านของสนามกอล์ฟ ผู้ที่ใช้บริการสนามกอล์ฟ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.687 และความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความสำคัญปานกลาง ราคาค่าสมาชิกสนามกอล์ฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.053 และผลการพยากรณ์ในการจำแนกกลุ่ม จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก ใช้ Step 1 พบว่า สามารถทำนายกลุ่มไม่ทำสมาชิกสนามกอล์ฟถูกต้อง ร้อยละ 79.31 และสามารถทำนายกลุ่มทำสมาชิกสนามกอล์ฟถูกต้องร้อยละ 78.95 โดยสามารถทำนายถูกต้องร้อยละ 79.17

ตารางที่ 1 ค่าสถิติผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟ

ตัวแปรอิสระ		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8
Correlation	Q1	1.000							
	Q2	0.165	1.000						
	Q3	0.244	0.308	1.000					
	Q4	0.261	0.158	0.246	1.000				
	Q5	0.048	0.175	0.237	0.284	1.000			
	Q6	0.462	0.136	0.326	0.449	0.089	1.000		
	Q7	0.280	0.233	0.279	0.467	0.383	0.451	1.000	
	Q8	0.032	0.110	0.222	0.347	0.498	0.276	0.411	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (R) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีค่าไม่สูงเกินไป ($r > 0.7$) นั่นคือ ไม่เกิดปัญหา multicollinearity ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ Omnibus tests of model coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step1	Step	45.771	8	0.000
	Block	45.771	8	0.000
	Model	45.771	8	0.000

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เป็นการทดสอบว่าตัวแปรตามไม่ขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระ Step 1 ค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 จึงสรุปได้ว่า โอกาสในการทำสมาชิกสนามกอล์ฟไม่ขึ้นอยู่กับตัวแปรอิสระที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ Model Summary

Step	-2log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	221.729	0.205	0.277

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เป็นค่า $-2LL$ ค่า Cox & Snell R Square และ Nagelkerke R square Step 1 มีค่า $-2LL = 221.729$ Cox & Snell R Square = 0.205 ตัวแปรอิสระมีโอกาสในการทำสมาชิกสนามกอล์ฟได้ร้อยละ 20.5 และ Nagelkerke R square = 0.277 ตัวแปรอิสระมีโอกาสในการทำสมาชิกสนามกอล์ฟได้ร้อยละ 27.7

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ Hosmer and Lemeshow test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6.212	8	0.624

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เป็นการทดสอบความเหมาะสมของโมเดลโดยใช้ Hosmer and Lemeshow test Step 1 ได้ค่า Chi-Square เท่ากับ 6.212 ค่า Sig. เท่ากับ 0.624 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Xp (B)
Step 1						
Q1	-0.433	0.294	2.172	1	0.141	0.649
Q2	0.049	0.247	0.040	1	0.842	1.050
Q3	0.049	0.224	0.048	1	0.826	1.051
Q4	0.251	0.263	0.915	1	0.339	1.286
Q5	-0.930	0.199	21.934	1	0.000	0.394
Q6	0.558	0.316	3.112	1	0.078	1.747
Q7	-0.286	0.295	0.939	1	0.332	0.751
Q8	-0.212	0.231	0.845	1	0.358	0.809
Constant	3.188	1.381	5.330	1	0.021	24.229

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก ด้วยวิธี enter ตัวแปรอิสระ 8 ตัวแปร พบว่า ราคาค่าสมาชิกสนามกอล์ฟ (Q5) ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อผลทางลบ ซึ่งจะมีโอกาสมากในการตัดสินใจ ถัดมาคือความสะดวกในการเดินทางมาสนาม (Q6) เป็นตัวแปรที่ส่งผลในทางบวก นั่นคือ โอกาสสูงจะมีโอกาสตัดสินใจ และทำเลที่ตั้งของสนาม (Q1) เป็นตัวแปรที่ส่งผลในทางลบในการทำสมาชิกสนามกอล์ฟ จะมีโอกาสสูงจะมีโอกาสตัดสินใจมากที่สุดที่จะทำสมาชิกสนามกอล์ฟ ส่วนตัวแปรชื่อเสียงของสนาม (Q2) ความท้าทายของสนาม (Q3) การต้อนรับเมื่อมาถึงสนาม (Q4) ความสะดวกในการจองสนาม (Q7) และเป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับครอบครัวหรือผู้ติดตาม (Q8) ไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าตัวแปรทั้ง 5 ตัวนี้ไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟ

ตารางที่ 6 ค่าสถิติการพยากรณ์กลุ่ม (classification table)

กลุ่มตัวอย่าง (observed)	ผลการทำนายจากสมการ (predicted)		percentage correct	
	ทำสมาชิก	ไม่ทำสมาชิก		
Step 1				
การสมัครสมาชิก	ทำสมาชิก	15	4	78.95
overall percentage	ไม่ทำสมาชิก	6	23	79.31
เฉลี่ย			79.17	

จากตารางที่ 6 ผลการพยากรณ์ในการจำแนกกลุ่มจากการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก ใช้ step 1 พบว่าสามารถทำนายกลุ่มไม่ทำสมาชิกสนามกอล์ฟถูกต้อง ร้อยละ 79.31 และสามารถทำนายกลุ่มทำสมาชิกสนามกอล์ฟถูกต้อง ร้อยละ 78.95 โดยสามารถทำนายถูกต้องร้อยละ 79.17

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยการพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นกอล์ฟกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทำสมาธิกอล์ฟ ร้อยละ 61.0 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 97.5 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 47.5 สถานภาพสมรส ร้อยละ 64.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 67.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 35.0 ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของนพวิชญ กนกทรัพย์ [4] ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทางด้านความสัมพันธ์ อายุ รายได้ ระดับแถมต่อมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการค่อนข้างสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุเมธ โรจนอนันต์ [5] ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีระดับรายได้ในช่วงตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสูง ผู้เล่นกอล์ฟกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกทำสมาธิกอล์ฟ ในประเด็นความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของสนาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และน้อยที่สุด ได้แก่ ราคาค่าสมาธิกอล์ฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92

2. จากการศึกษาโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก พบว่า ราคาค่าสมาธิกอล์ฟเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการทำสมาธิกอล์ฟมากที่สุด สมการพยากรณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก ด้วยวิธี enter: LR สามารถนำไปทำนายโอกาสตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟในจังหวัดชลบุรี โดยเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ ได้ดังต่อไปนี้

$$\text{Log (add)} = 3.188-0.433Q1+0.049Q2+0.049Q3+0.251Q4-0.930Q5+0.558Q6-0.286Q7-0.212Q8 \quad (1)$$

สมการความน่าจะเป็นของประสิทธิภาพผ่านสมการที่ (1):

$$P = \frac{1}{1+e^{-3.188-0.433Q1+0.049Q2+0.049Q3+0.251Q4-0.930Q5+0.558Q6-0.286Q7-0.212Q8}} \quad (2)$$

เมื่อค่า P (การทำสมาธิกอล์ฟ) อยู่ระหว่าง 0 และ 1 สามารถคาดการณ์ความน่าจะเป็นของการทำสมาธิกอล์ฟ ประสิทธิภาพการทำกับสมการที่ (2) และ P (การทำสมาธิกอล์ฟ) = 0.5 เป็นแบ่งเขต ถ้าเกินมากกว่า 0.5 จะแสดงความน่าจะเป็นมากขึ้นจากกรณี (Y = 1) ในทางตรงกันข้ามของความน่าจะเป็นของกรณี (Y = 0)

ข้อเสนอแนะ

1. **ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้** ในการทำแผนการตลาดผู้ประกอบการควรเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้สูงกว่า 35,000 บาท เพราะเป็นกลุ่มที่ตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟมากกว่ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า 35,000 บาท ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ สนามกอล์ฟควรให้ความสำคัญ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง และการต้อนรับเมื่อมาถึงสนาม เพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟของผู้บริโภค และผู้ประกอบการควรพัฒนาความมีชื่อเสียงของสนามกอล์ฟให้เป็นที่ยอมรับเพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟของผู้บริโภค

2. **ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป** ควรมีการศึกษาพิจารณาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ดังนี้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมืองและเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับกลยุทธ์ตามความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อทัศนคติ และบุคลิกภาพ และควรมีการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุการตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟเพื่อให้ได้ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมในการตัดสินใจทำสมาธิกอล์ฟที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

[1] สมาคมกอล์ฟแห่งประเทศไทย. (2546). **จดหมายข่าวสมาคม: สนามกอล์ฟในประเทศไทย**. ค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2558 จาก <http://www.tga.or.th>.

- [2] วิชารีย์า เรืองโพธิ์. (2553). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้าสยามพารากอน.** สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [3] Hair, J.F., Jr., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective.** (7th Edition). New York: Pearson Prentice Hall.
- [4] นพวิชญ์ กนกทรัพย์. (2545). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [5] สุเมธ โรจนอนันต์. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสนามกอล์ฟในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.