



ปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของการประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทย  
KEY SUCCESS FACTORS IN MANAGEMENT UNDER CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY OF GOLF COURSE IN THE EASTERN PART  
OF THAILAND

อมรگانต์ สำเภาเงิน\* และรศ. ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยสถานประกอบการ และศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ด้วยการสัมภาษณ์ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของ หุ้นส่วน เครือญาติหรือผู้จัดการของธุรกิจ ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก และมีขนาดกิจการของสนามกอล์ฟตั้งแต่ 18 หลุมขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 30 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินคุณภาพด้านความตรง และค่าความเชื่อมั่น คอนบาท อัลฟา เท่ากับ .99 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของประชากร

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการสนามกอล์ฟ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการบริการ รองลงมาด้านการบริหารจัดการทั่วไป ด้านการบัญชีและการเงิน ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการจัดการการตลาด

2. ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกมีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านนวัตกรรมการเรียนรู้และการพัฒนาภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม รองลงมาด้านกระบวนการจัดการภายใน ส่วนด้านการจัดการทางการเงินมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

\* นิสิตหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

\*\* รองศาสตราจารย์ประจำคณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

### 3. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของประชากร พบว่า

3.1 ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน มีขนาดกิจการ (จำนวนหลุม) มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนพนักงานประจำ มีการบริการที่เกี่ยวข้อง มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

3.2 ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟที่มีการประเมินศักยภาพการจัดการอยู่ในระดับต่ำ ปานกลาง และสูงมีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมแตกต่างกัน คือผู้ประกอบการสนามกอล์ฟที่มีการประเมินศักยภาพการจัดการอยู่ในระดับต่ำ และปานกลางให้ความสำคัญในด้านนวัตกรรมการเรียนรู้และการพัฒนา ส่วนผู้ประกอบการสนามกอล์ฟที่มีการประเมินศักยภาพการจัดการอยู่ในระดับสูง ให้ความสำคัญในการจัดการทางการเงิน

### Abstract

This research aimed to study and compare the key success factors in terms of potential management under Corporate Social Responsibility (CSR) of golf course in the Eastern Part of Thailand through the factors related to potential management and entrepreneurial potentiality. Data were collected from population who was the operator or the owner or manager of a business partner relationship who authorities decided to implement a golf course in the Eastern. And the size of the business is from 18 holes up total of 30 golf courses. Research instrument was the questionnaire which was qualified through the Index of Consistency and Cronbach Alpha 0.99. Data were analyzed by descriptive statistics and population means comparative tests.

The results showed that.

1. Entrepreneurs golf course in the Eastern reviews for potential management rated themselves overall high level. Additionally, the service part was rated the highest score, followed by the general management, accounting and finance, human resource management, and marketing management, respectively.

2. Key success factors in management under the Corporate Social Responsible were rated overall high level. In addition to innovative learning and development under Corporate Social Responsibility was rated the highest score and followed by an internal process management, and financial management, respectively.

3. Population means comparative test results as follows.

3.1 Entrepreneurs golf course who possessed the following characteristics: longer duration of operation, larger business size (number of holes), the more average number of customers per month,



more full-time staff, more services relating to the average sales monthly had different opinions on key success factors in management under Corporate Social Responsibility.

3.2 Entrepreneurs golf course clearly evaluated their own potential management was in different levels. Indeed the operators who evaluated their potential management as ranging from low to moderate level generally focused on I-nnovative Learning and Development. However, the operators who assessed their potential management as high level basically focused on the areas of financial management.

## ความสำคัญของปัญหา

สนามกอล์ฟเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจร่วมกับกิจกรรมกีฬาที่มีความสำคัญกับมนุษย์เพื่อให้สุขภาพแข็งแรงและกีฬาที่เล่นได้ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ จึงเป็นแหล่งที่มาของรายได้การท่องเที่ยวที่สำคัญ ในขณะที่เดียวกันสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่มีผลกระทบด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับ สุ่มธ ดันดิเวชกุล (2549) กล่าวว่าทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็ว ปัญหามลพิษสูงขึ้น ทั้งด้านอากาศ ขยะ น้ำเสีย และทรัพยากรดิน ในขณะที่พื้นที่ป่าไม้ลดลง พื้นที่เกษตรกรรมและพื้นที่ชุมชนเพิ่มขึ้น เพราะถูกเปลี่ยนสภาพเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่อาศัย สนามกอล์ฟ รีสอร์ท “ปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการดึงดูดด้านกีฬา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวแก่ภาคตะวันออก โดย วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2551, หน้า 120-121) ได้ศึกษาด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มิติแห่งการแบ่งส่วนตลาด โดยโยงถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของภาคตะวันออก ได้ผลสรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นกับความสนใจของแต่ละบุคคล ความต้องการและแรงจูงใจ ความคาดหวัง สภาพทางสังคม นอกเหนือจากสภาพทางประชากร จากข้อมูลที่ศึกษาโดย ไฮร์ชแมนและฮัลบรอก (Hirshman & Holbrok, 1982 อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2551) พบว่า อิทธิพลของวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มชั้นทางสังคม ซึ่งอาจแบ่งตามงานอดิเรก กีฬาที่ชื่นชอบ อาชีพ รวมถึงความมั่งคั่งในทรัพย์สินสูงๆ ครอบคลุมทั้งประเทศ จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งภาคตะวันออกมีสนามกอล์ฟมากถึง 30 สนาม ประกอบกับการเดินทางสะดวก และยังมีแหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิง โรงแรมที่พัก ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมมากที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวทำให้เกิดโครงการลงทุนในกิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกีฬา กอล์ฟ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่กำลังเพิ่มสูงขึ้น แต่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากขีดความสามารถ และศักยภาพในการประกอบการนั้น ยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) นอกจากนี้ยังมีผลการศึกษาของ คมสัน สุริยะ และกุสุมาลย์ วรงค์สุริติ (2548) พบว่าการกระจัดตัวของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาความไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวของสนามกอล์ฟ ทั้งที่สนามกอล์ฟยังมีความสามารถในการรองรับอยู่เกือบหนึ่งเท่าตัว

ดังนั้นสถานประกอบการกอล์ฟภาคตะวันออกของประเทศไทย จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนา ศักยภาพการจัดการทุกด้าน ตั้งแต่ ด้านการบริหารจัดการทั่วไปของสนามกอล์ฟ ด้านการบัญชีและการเงิน เช่น การที่กรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษีสนามกอล์ฟตามนโยบายรักษาสິงแวดล้อม เป็นการควบคุม จำกัด และ ป้องกันการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากสนามกอล์ฟมีทั้ง พนักงานประจำ และพนักงานชั่วคราวจำนวนมาก เช่น แคดดี้ ด้านการบริการ เนื่องจากเป็นกิจกรรมสำคัญของธุรกิจจึงต้องเน้นคุณภาพการบริการ และด้านการตลาด ต้องดูแลรักษาลูกค้าเก่า และมีความสามารถในการสรรหาลูกค้าใหม่ ซึ่งในการทำให้สนามกอล์ฟมีความสามารถในการรองรับนักกอล์ฟ และบริหารจัดการ ให้มีปริมาณนักกอล์ฟมาใช้สนามกอล์ฟกระจายอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เพื่อให้ผลการดำเนินงานของ ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น

โดยอาศัยปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการ ด้วยการนำเครื่องมือบริหารจัดการ Balanced Scorecard ที่มีดัชนีชี้วัดที่มุ่งมองด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน มาเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม Corporate Social Responsibility หรือ มาตรฐาน ISO 26000 คือ แนวปฏิบัติสำหรับลูกค้า ทั่วโลก ที่ออกโดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ตามที่ พิพัฒนา ยอด พุทธิการ (2550) กล่าวว่า CSR เป็นองค์ประกอบหนึ่งในเศรษฐกิจพอเพียงตามรอยพระราชาดำริ ที่เน้นให้เกิด การพัฒนาภายใต้รูปแบบของการพึ่งพิงอิงกัน แ่งปันกัน ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน ซึ่ง หากองค์กรธุรกิจ นำหลักการนี้ไปประยุกต์ใช้ก็จะเกิดความสมดุล และความยั่งยืนในตัวกิจการ ผลที่ธุรกิจ ได้รับกลับคืนมาเป็นกำไรอยู่คู่กับองค์กรตลอดไป แต่สำหรับสังคมได้รับมากกว่าองค์กรธุรกิจ นั่นคือ ผลตอบแทนนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร โดยอัตโนมัติ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน คือ 1) ด้านนวัตกรรม การเรียนรู้และพัฒนา ของสถานประกอบการสนามกอล์ฟ 2) ด้านกระบวนการจัดการภายในของสถาน ประกอบการสนามกอล์ฟ 3) ด้านการจัดการทางการเงินของสถานประกอบการสนามกอล์ฟ และ 4) ด้านการ รับรู้คุณค่าการบริการของสถานประกอบการสนามกอล์ฟ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การศึกษาเรื่องนี้ จึงเห็นความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จด้านการ จัดการของสถานประกอบการ โดยประเมินผลการดำเนินงานด้วยระบบ Balanced Scorecard เฉพาะ 3 ด้าน ที่ประเมินในมุมมองของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟ ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม จะไม่ประเมินใน มุมมองลูกค้า ทั้งนี้เพื่อนำคำตอบที่ได้ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย กำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการ พัฒนา ศักยภาพของธุรกิจ และใช้ประโยชน์จากสนามกอล์ฟ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เต็มศักยภาพ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้ประสบความสำเร็จและสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนต่อไป



## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

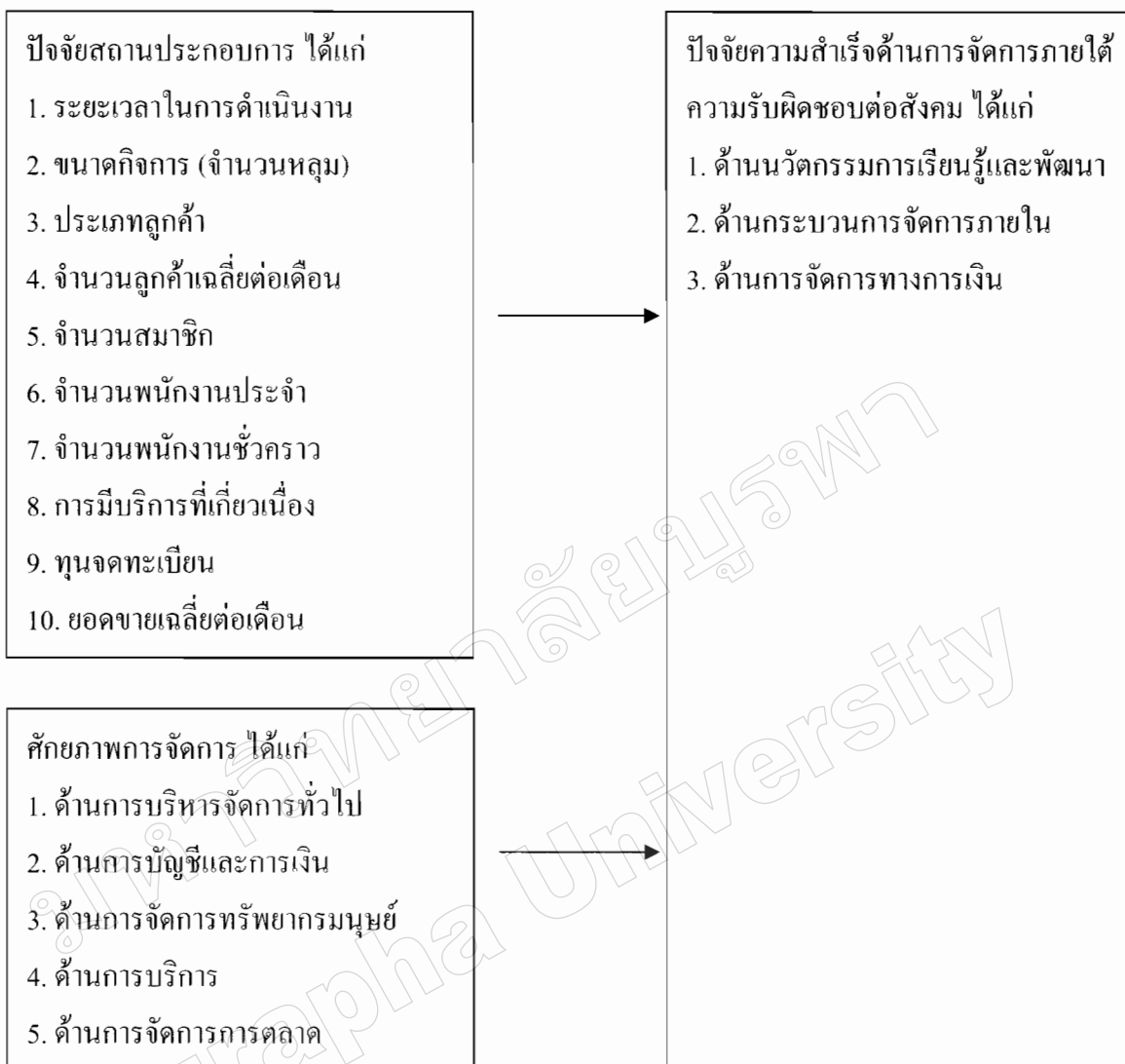
1. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยสถานประกอบการ และศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการ
3. เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของประชากร ดังนี้
  - 3.1 สถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่มีปัจจัยสถานประกอบการที่ต่างกันจะมีปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน
  - 3.2 สถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่มีศักยภาพการจัดการที่ต่างกันจะมีปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัยนี้ (ภาพที่ 1) เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกของประเทศไทย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มุ่งให้ผู้ประกอบการนำผลที่ได้จากการศึกษาเป็นข้อมูลในการเพิ่มศักยภาพการจัดการ ใช้ศักยภาพสนามกอล์ฟให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนไว้ดังนี้

ศักยภาพการจัดการ (Potential management) หมายถึง ชีดความสามารถ ในการบริหารจัดการ สนามกอล์ฟ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งประกอบด้วย ศักยภาพ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการทั่วไป หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการ ที่ทำให้สถานประกอบการ สนามกอล์ฟบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย

2. ด้านการบัญชีและการเงิน หมายถึง การบริหารจัดการด้านการบัญชีการเงิน และการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การกำหนดนโยบาย การวางแผนการดำเนินงานต่าง ๆ ของสถานประกอบการ สโมสรกอล์ฟ

3. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การบริหารจัดการบุคลากรทั้งพนักงานประจำ และพนักงานชั่วคราว เช่น แคนดี้ ของสถานประกอบการสโมสรกอล์ฟ ให้ทำงานอย่างมีความสุข ส่งผลถึงคุณภาพการบริการ ทำให้นักกอล์ฟพึงพอใจ

4. ด้านการบริการ หมายถึง กระบวนการดูแลนักกอล์ฟให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น แคนดี้ มีความรู้ความสามารถ ในการช่วยเหลือนักกอล์ฟ ทั้งด้านการเล่นกอล์ฟ และอำนวยความสะดวกเป็นต้น

5. ด้านการจัดการการตลาด หมายถึง การบริหารและดำเนินการส่วนผสมทางการตลาด ของสถานประกอบการสโมสรกอล์ฟ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว นักกอล์ฟ ทั้งชาวไทยและต่างชาติ ทั้งนี้ ต้องมีความสามารถในการรักษาลูกค้าเก่า และหาลูกค้าใหม่

ปัจจัยความสำเร็จ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ระบบการจัดการที่มีศักยภาพ ทำให้สถานประกอบการสโมสรกอล์ฟ มีความสามารถในการแข่งขัน มีความสามารถในการรองรับลูกค้าบรรลุวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ มีความมั่นคง และมั่นคง ดำเนินกิจการอยู่ได้ในระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านนวัตกรรมการเรียนรู้และพัฒนา ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานประกอบการสโมสรกอล์ฟ เช่น การนำ การเพิ่ม ทักษะความรู้ ให้สามารถใช้ในการปฏิบัติงานได้เต็มศักยภาพ ตรงตามความต้องการ พร้อมทั้ง มีการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสีย เช่น พนักงาน นักกอล์ฟ สโมสรกอล์ฟ สังคม ชุมชน เป็นต้น

2. ด้านกระบวนการจัดการภายใน ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานประกอบการสโมสรกอล์ฟ เช่น กระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นที่พึงพอใจ โดยให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียกับสโมสรกอล์ฟ ทุกภาคส่วน เช่น นักกอล์ฟ พนักงาน ผู้บริหาร เป็นต้น

3. ด้านการจัดการทางการเงิน ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ของสถานประกอบการสโมสรกอล์ฟ เช่น นักกอล์ฟเพิ่มขึ้น นักกอล์ฟกลับมาใช้บริการซ้ำ ทำให้รายได้เพิ่มขึ้น ต้นทุนเหมาะสม ทั้งนี้ต้องเกิดความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร เช่น พนักงาน ผู้ถือหุ้น นักกอล์ฟ สังคม ชุมชน หน่วยงาน ภาษี เป็นต้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาเฉพาะปัจจัยที่ประเมินทางด้านมุมมองของผู้ประกอบ 3 ด้าน จะไม่ศึกษาในมุมมองของลูกค้า ด้านการรับรู้คุณค่าการบริการ

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของการประกอบการสโมสรกอล์ฟนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยสังเขป เช่น

ปัจจัยความสำเร็จ (นวัตกรรมการเรียนรู้ กระบวนการจัดการภายใน การจัดการทางการเงิน) จิตินา ตะโกพร (2543) ศึกษาผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจสนามกอล์ฟที่มีต่อชุมชนชนบท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีทั้งผลกระทบทางด้านบวก (ด้านดี) และผลกระทบทางด้านลบ (ผลเสีย) ต่อชุมชนชนบทที่ศึกษา ดังนี้ ผลกระทบทางด้านบวก คือ ด้านการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านที่เข้าไปประกอบอาชีพรับจ้างในสนามกอล์ฟ ชาวบ้านที่เป็นนายหน้าซื้อขายที่ดินและขายที่ดินให้กับนายทุน ผลกระทบทางด้านลบ คือ ระบบความคิดที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ชาวบ้านมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อเชื่อมโยงทำให้ชาวบ้านมีหนี้สินเพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับชุมชนลดน้อยลง และยังคงส่งผลกระทบต่อทรัพยากรในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรป่าไม้ มีข้อเสนอแนะว่า ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือให้ธุรกิจสนามกอล์ฟกับชุมชนได้ทำงานร่วมกันในการที่จะวางแผนปรับปรุงการใช้ที่ดินในพื้นที่ของชุมชน

ศึกษาการจัดการ (ด้านการบริการ ด้านการจัดการทั่วไป ด้านการบัญชีและการเงิน ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการการตลาด) วิทยา เหมพันธ์ (2555) พบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวกอล์ฟในประเทศไทย มีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ คือ 1. องค์ประกอบด้านองค์การ ได้แก่ สายการบังคับบัญชา การมอบหมายอำนาจหน้าที่ หลักระเบียบงานกันทำ การกระจายอำนาจและเทคโนโลยี 2. องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านการแข่งขันและการได้เปรียบทางการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมภายในองค์การ ประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรมองค์การ 3. องค์ประกอบด้านพนักงาน ได้แก่ การรักษาไว้ซึ่งพนักงาน พฤติกรรมบุคลากร แรงจูงใจในการทำงาน ความสามารถของบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การมีส่วนร่วมของพนักงาน 4. องค์ประกอบด้านนโยบายและแนวทางการจัดการ ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ การติดต่อสื่อสาร ภาวะผู้นำและการตัดสินใจ พฤติกรรมผู้นำ และการได้มาซึ่งทรัพยากรและการใช้ให้เป็นประโยชน์ 5. องค์ประกอบด้านประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวกอล์ฟในประเทศไทย ได้แก่ ความสามารถของสถานประกอบการ การทำงานเป็นทีม ความยืดหยุ่นในการทำงาน การปรับตัวของสถานประกอบการ และความพึงพอใจที่มีอยู่ในสถานประกอบการ ซึ่งองค์ประกอบที่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ สภาพแวดล้อมและองค์การ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลทางอ้อม คือ นโยบายและแนวทางการจัดการ และสภาพแวดล้อม

นอกจากนี้ สุภาพ สุทธิรักษ์ (2549) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการเกษตร กรณีแปรรูปอาหาร พบว่า ความสามารถในการจัดการ ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน กระบวนการผลิต การบริการเชิงคุณภาพ ความภักดีของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร ส่วนความยั่งยืนของธุรกิจนั้น พิจารณาจากดัชนีชี้วัด 2 กลุ่ม คือ ความสามารถในการเชิงประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ และความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับประเทศและนานาชาติ สำหรับปัญหาและอุปสรรคได้แก่ ด้านการตลาด กฎระเบียบและนโยบายของภาครัฐการเรียนรู้ ระบบสารสนเทศและด้านการเงิน ดังนั้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ





ขนาดย่อมกรณีแปรรูปอาหาร ในส่วนของผู้ประกอบการนั้นควรรวมกลุ่มเพื่อหาตลาดพัฒนาความสามารถ ในด้านการจัดการของผู้ประกอบการ พัฒนาความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงานพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต ศึกษาและปรับปรุงระบบ ข้อมูลข่าวสารรวมทั้งการวิจัยและพัฒนา สำหรับภาครัฐนั้น ต้องให้การ สนับสนุนปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ตั้งศูนย์พัฒนาบุคลากร ปฏิรูประบบภาษีธุรกิจไม่ให้ซับซ้อน พัฒนาศูนย์ กระจายสินค้า จัดตั้งศูนย์ข้อมูลทางธุรกิจและคำแนะนำทางการเงิน

อีกทั้ง ราชกรินทร์ พรชัยวิเศษกุล และคณะ (2546) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาวิจัยคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การศึกษานี้ใช้ข้อมูลจากผู้ประกอบการในทุกภาคธุรกิจหลักทั้งในเขต กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล และภูมิภาคที่ดำเนินธุรกิจไม่เกิน 10 ปี ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีคุณลักษณะที่สำคัญตามลำดับดังนี้ คือมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่น ในตนเอง มีความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มี วุฒิกะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค นอกจากนี้คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในแต่ละปัจจัยในแต่ละภาค ไม่มีความ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นความเชื่อมั่นในตนเอง สำหรับปัจจัยรองคือจำนวนปีที่ผู้ประกอบการมี ประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำมาก่อนมีผลต่อความเฉลียวฉลาด การพัฒนาฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง แตกต่างกัน แต่ไม่มีผลต่อปัจจัยอื่นที่เหลือ เช่นเดียวกับระดับการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อปัจจัยการ มีมนุษยสัมพันธ์มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ประหยัด และการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานแตกต่างกัน

สำหรับการศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทั้งในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล พบว่าไม่มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการในเขตภูมิภาคในภาพรวม แต่มีความแตกต่างกันใน เรื่องลำดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวร่วมในผู้ประกอบการทุกภาค ได้แก่ มี จริยธรรม คุณธรรม ซื่อสัตย์ และความเชื่อมั่นในตนเอง นอกจากนี้ในส่วนของภาคธุรกิจ ได้แก่ ภาคการผลิต บริการ การเกษตร ค้าปลีก และค้าส่ง พบว่าคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในแต่ละ ภาคธุรกิจ ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวม แต่แตกต่างกันในลำดับความสำคัญของคุณลักษณะ ทั้งนี้ปัจจัย สำคัญที่เป็นตัวร่วมกันของผู้ประกอบการทุกภาคธุรกิจ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มี ความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ และเชื่อมั่นในตนเอง

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ของการประกอบการสนามกอล์ฟในประเทศไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งเครื่องมือ ที่ใช้จะเป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure questionnaire) ที่ปรับปรุงจากแบบสอบถามของวุฒิชาติ สุนทรสมัย (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ OTOP และ SMEs ภาคตะวันออก โดยแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการ ดำเนินการของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออก ที่มีตั้งแต่ 18 หลุมขึ้นไป จำนวน 30 ราย และ

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการเปรียบเทียบข้อมูลของประชากร

### สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการหาคำตอบสำหรับการศึกษาปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จะมีการอภิปรายผลตามตารางที่ 1. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อศักยภาพการจัดการสนามกอล์ฟ ในภาพรวมและรายด้านดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางความคิดเห็นของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อศักยภาพการจัดการสนามกอล์ฟ ในภาพรวมและรายด้าน ซึ่ง  $\mu$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย และ  $\sigma$  แทนค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ศักยภาพการจัดการ	$\mu$	$\sigma$	ระดับ	อันดับ
ด้านการบริหารจัดการทั่วไป	3.70	.90	มาก	2
ด้านการบัญชีและการเงิน	3.60	.87	มาก	3
ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	3.50	.80	ปานกลาง	4
ด้านการบริการ	3.84	.93	มาก	1
ด้านการจัดการการตลาด	3.34	.75	ปานกลาง	5
รวม	3.59	.77	มาก	

จากตารางที่ 1 เป็นการศึกษาคำตอบความคิดเห็นของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟต่อการประเมินความสามารถในการบริหารจัดการสนามกอล์ฟของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการสนามกอล์ฟในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการบริการ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะธุรกิจสนามกอล์ฟยังสามารถขยายตัวได้ต่อไป อีกทั้งจำนวนสนามกอล์ฟที่มีอยู่ไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับจำนวนนักกอล์ฟที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต การที่ธุรกิจกอล์ฟจะประสบความสำเร็จนั้น จะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการประกอบกัน นอกจากการออกแบบสร้างสนามกอล์ฟให้ได้ตามมาตรฐานสากลระดับนานาชาติแล้ว ทำเลที่ตั้งของสนาม การให้บริการที่ดี การบำรุงรักษาสนามอยู่เสมอ ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ต่างเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นเครื่องชี้ว่า การดำเนินธุรกิจนี้จะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใดมักจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม



ปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาองค์กรตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอข้อเสนอแนะดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะด้านเนื้อหา

1.1 ด้านนวัตกรรมการเรียนรู้และพัฒนา ได้แก่ ผู้ประกอบการต้องเพิ่มศักยภาพและทักษะในเชิงการบริหารและการจัดการต่าง ๆ ให้แก่ตนเอง โดยเข้ารับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ใหม่ ๆ จากสถาบันของรัฐหรือเอกชนที่ให้การสนับสนุน เพราะสังคมของธุรกิจทุกคนต้องมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต หน่วยงานต่าง ๆ ที่ฝึกอบรม เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรม รวมทั้งสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจของตนให้ชัดเจน โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม เช่น ด้านการตลาด การเงิน การผลิตแรงงานและทรัพยากรบุคคล รวมทั้งต้องมีการประเมินผลความสำเร็จขององค์กรโดยมีการจัดทำตัวชี้วัดต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงองค์กรหรือธุรกิจให้พัฒนายิ่งขึ้น

1.2 ด้านกระบวนการจัดการภายในนั้น ผู้ประกอบการควรร่วมมือกันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือทำ R&D ร่วมกัน ทั้งนี้อาจขอความร่วมมือจากภาครัฐในการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดต้นทุน

1.3 ด้านการจัดการทางการเงิน ได้แก่ ผู้ประกอบการมีการวางแผนการเงินที่ชัดเจน มีเป้าหมายกำหนดงบประมาณ การบริหารการหมุนเวียนของเงินที่มีเป้าหมายตามแผนการใช้จ่ายประสานงานการหาแหล่งเงินทุนที่มีปริมาณเพียงพอกับธุรกิจและมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ และผู้ประกอบการมีวินัยทางการเงิน การใช้จ่ายเงินต้องตรงตามวัตถุประสงค์ และผู้ประกอบการต้องแสวงหาความรู้ในด้านการบริหาร/การจัดการทางการเงินจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน และ การบริหารการเงินต้องโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการขอเงินกู้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายในได้รับความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสมาคมกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นไปอย่างกว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

2.1 การศึกษาศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนของการประกอบการธุรกิจสมาคมกอล์ฟ

2.2 การศึกษาการรับรู้คุณค่าการบริการของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟ

2.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการกับการรับรู้คุณค่าการบริการของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม

## เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2555). *นิยามของสินค้า*. วันที่ค้นข้อมูล 23 ตุลาคม 2555, เข้าถึงได้จาก

<http://old.excise.go.th/index.php?id=129>

กิตติ ลักขณาวงศ์. (2548). *พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่*.

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จตุพร ลาภเจริญ. (2551). *ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟบางปะกง แอนด์คันทริคคลับ*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชานาภา จันทนะภาพ. (2548). *ศึกษาปัจจัยทางด้านบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้เล่นกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ไทว์ บุญเฉลย. (2539). *ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นกุล เครือฟู และอักรพงศ์ อ้นทอง. (2548). *มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นกุล เครือฟู และอักรพงศ์ อ้นทอง. (2548). *รายงานพิเศษอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2550). *บรรษัทบริบาล คัมภีร์สู่องค์กรธุรกิจแบบยั่งยืน*. วันที่ค้นข้อมูล 23 ตุลาคม 2555, เข้าถึงได้จาก [http://www.thaicr.com/2007/03/blog-post\\_6046.html](http://www.thaicr.com/2007/03/blog-post_6046.html)

สุเมธ ตันติเวชกุล. (2549). *การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตามแนวพระราชดำริ*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ. วันที่ค้นข้อมูล 23 ตุลาคม 2555, เข้าถึงได้จาก [http://www.deqp.go.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1269%3A2006-05-25&catid=12%3A2010-02-17-11-32-15&Itemid=50&lang=th](http://www.deqp.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1269%3A2006-05-25&catid=12%3A2010-02-17-11-32-15&Itemid=50&lang=th)



วิฑู สรเพชญ์พิสัย. (2546). ศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัด  
เชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2550). ความมีศักยภาพทางการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: ศึกษากิจการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำหรือแปรรูป  
จากสมุนไพรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2551). ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มิติแห่งการแบ่งส่วนตลาด. *STRATEGY +  
MANAGEMENT Magazine*, 07(082).

อนันตชัย ชูประดม. (ม.ป.ป.). โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันที่ค้นข้อมูล 23 ตุลาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.matichoa.co.th/>

[prachachat/prachachat\\_detail.php?s\\_tag=02csr04130850&day=2007-08-13&sectionid=0221](http://prachachat/prachachat_detail.php?s_tag=02csr04130850&day=2007-08-13&sectionid=0221)

พิพัฒน์ ยอดพฤติกการ. (2550). บริษัทบริหาร คัมภีร์สู่องค์กรธุรกิจแบบยั่งยืน วันที่ค้นข้อมูล 23 ตุลาคม  
2555, เข้าถึงได้จาก [http://www.thaicr.com/2007/03/blog-post\\_6046.html](http://www.thaicr.com/2007/03/blog-post_6046.html)

SOCIAL LEGITIMACY VERSUS BUSINESS PERFORMANCE IN THE ENVIRONMENTAL  
SOCIAL RESPONSIBILITY POLICIES OF ANDALUSIAN GOLF COURSES

Francisco José, Riquel Ligeró; Alfonso, Vargas Sánchez "Visión de Futuro" Año 9, Volumen  
Nº16, Nº 2, Julio - Diciembre 2012, Retrieved from [http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/  
index.php?option=com\\_content&view=article&id=302](http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=302)