

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

สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการหาคำตอบสำหรับการศึกษาปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จะมีการอภิปรายผลตามตารางที่ 1. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อศักยภาพการจัดการสนามกอล์ฟ ในภาพรวมและรายด้านดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางความคิดเห็นของผู้ประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อศักยภาพการจัดการสนามกอล์ฟ ในภาพรวมและรายด้าน ซึ่ง μ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย และ σ แทนค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ศักยภาพการจัดการ	μ	σ	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

เพื่อให้การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการภายในได้ความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานประกอบการสนามกอล์ฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นไปอย่างกว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

2.1 การศึกษาศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนของการประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟ

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.

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

มีงสรรพ์ 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

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



วิทู 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 ชูประถม. (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§ionid=0221

พิพัฒน์ ยอดพฤติกการ. (2550). บริษัทบริหาร คัมภีร์สู่องค์กรธุรกิจแบบยั่งยืน วันที่ค้นข้อมูล 23 ตุลาคม
2555, เข้าถึงได้จาก 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)