

วิทยานิพนธ์เรื่อง	การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความ รับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟน คลับกีฬาฟุตบอล
คำสำคัญ	รูปแบบ / ความรับผิดชอบต่อสังคม / ความไว้วางใจ / แฟนคลับ / การรับรู้
นักศึกษา	สุกัญญา ทิพหา รหัสประจำตัว 53562106
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.จรรยา พุคยาภรณ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ดร.ปรางทิพย์ ยูวานนท์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความ
รับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬาฟุตบอล (2) เพื่อตรวจสอบรูปแบบ
ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬา
ฟุตบอล (3) เพื่อสร้างแนวทางการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬา
ฟุตบอล ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและการ
เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณครั้งนี้คือ แฟนคลับใน
สโมสรฟุตบอลทีม ปตท. ระยอง ทั้งสิ้น 514 คน และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพคือ ผู้บริหารที่
รับผิดชอบด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม
ด้านกีฬาฟุตบอล จำนวน 6 คน ผู้บริหารทีมสโมสรฟุตบอลและผู้เชี่ยวชาญด้านความรับผิดชอบต่อ
สังคม จำนวน 7 คน ตัวแปรที่ศึกษาการพัฒนาแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความรับผิดชอบ
ต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬาฟุตบอล ประกอบด้วย (1) การรับรู้ความรับผิดชอบต่อ
สังคม (2) การรับรู้คุณภาพการบริการ (3) ความพึงพอใจ (4) ความไว้วางใจ เครื่องมือที่ใช้ในการ
วิจัยครั้งนี้ได้แก่ (1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้าง โมเดล โครงร่าง (2) แบบสอบถาม

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไค-สแควร์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และ โปรแกรมลิสเรลในการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (3) แบบประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบ โมเดล โครงสร้างในการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ (1) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกีฬาฟุตบอล จำนวน 6 คน ผลการวิจัยพบว่าได้ โครงสร้างรูปแบบ โดยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องคือ (1) การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคม (2) การรับรู้คุณภาพการบริการ (3) ความพึงพอใจ และ (4) ความไว้วางใจ (2) รูปแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬาฟุตบอล ซึ่งพัฒนาขึ้นมีค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์รูปแบบสุดท้ายมีค่าสถิติดังนี้ ค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 85.11 ที่ค่าองศาอิสระ เท่ากับ 67 ค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.06696 ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย เท่ากับ 0.023 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง เท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้ไขแล้ว เท่ากับ 0.96 ดัชนีวัดความเหมาะสมเชิงเปรียบเทียบ เท่ากับ 1.00 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ พบว่าตัวแปรที่นำมาศึกษาในรูปแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของรูปแบบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬาฟุตบอล ได้ร้อยละ 73 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬาฟุตบอล (1) การรับรู้คุณภาพการบริการ เท่ากับ .95 (2) ความพึงพอใจ เท่ากับ .94 (3) การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคม เท่ากับ .85 ตามลำดับ (3) แนวทางการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความไว้วางใจของแฟนคลับกีฬาฟุตบอลที่ได้จากการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ และผ่านการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า พบว่าผู้บริหาร ทีมสโมสรฟุตบอล และผู้เชี่ยวชาญด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจำนวน 7 ท่าน มีการนำเสนอปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมคือ โมเดล LOCAL ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านผู้บริหาร/ผู้นำ (L: Leader) (2) ปัจจัยด้านองค์กร/ทีมสโมสร (O: Organization) (3) ปัจจัยด้านความใส่ใจ/ความสนใจ (C: Concentration) (4) ปัจจัยด้านกิจกรรม (A: Activity) (5) ปัจจัยด้านความร่วมมือ (L: Linkage) โดยประกอบด้วยแนวทางการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความสัมพันธ์ 5 แนวทาง ได้แก่ (1) การสนับสนุนด้านสังคม (2) การสนับสนุนด้านการศึกษา (3) การสนับสนุนด้านสาธารณสุข (4) การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม (5) การสนับสนุนด้านกีฬา ซึ่งกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของกีฬาฟุตบอลส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่เพิ่มทักษะทางด้านกีฬาและด้านศิลปวัฒนธรรมในระหว่างช่วงปิดภาคฤดูร้อน กิจกรรมสนับสนุนการบริจาคสิ่งของแก่ชุมชนและสถานศึกษา รวมถึงกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือมูลนิธิและองค์กรอิสระต่าง ๆ ในสังคมตามลำดับ