

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ โควตา (Quota Sampling) และวิธีสุ่มตามความสะดวก (Convenient Sampling) จากประชากรนักศึกษา 21 คณะ จำนวน 400 คน หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

วัตถุประสงค์ของการวิจัยมี 3 ประการ คือ

1. ศึกษาระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. หาอำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 4 ชนิด คือ

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา คณะที่ศึกษา เกรดเฉลี่ยเทอมล่าสุดและ รายได้ต่อเดือน
2. แบบวัดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยดัดแปลงจากแบบวัดของ ดุสิต อุทิศพงษ์ (2547) แบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ความรับผิดชอบต่อครอบครัว ความรับผิดชอบต่อเพื่อน ความรับผิดชอบต่อชุมชน ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา และความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 50 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.92

3. แบบวัดเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แบ่งเป็น 7 องค์ประกอบ คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติด้านแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อมจำนวน การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม การใส่ใจต่อนักศึกษาและการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 14 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.94

4. แบบวัดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แบ่งเป็น 7 องค์ประกอบ คือ การกำกับดูแลกิจการที่ดี การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน การดูแลสิ่งแวดล้อม การดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นธรรม การใส่ใจต่อนักศึกษา และการแบ่งปันสู่สังคมและชุมชน มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.09

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการเสนอผลงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยคำนวณค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อหาอำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยกำหนดนัยสำคัญไว้ที่ระดับ 0.01

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาอำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากจำนวน 400 คน พบว่า

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.2 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.8 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 61.7 และช่วงอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา อยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 20.5 อยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ



ละ 17.8 อยู่ในระดับชั้นปีที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 11.0 อยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 10.8 และ อยู่ในระดับชั้นปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อยู่สายศิลป์ คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา อยู่สายวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 34.2 และอยู่สายวิทยาศาสตร์การแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ได้เกรดเฉลี่ยเทอมล่าสุดอยู่ในช่วง 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาได้เกรดเฉลี่ยเทอมล่าสุดอยู่ในช่วง 2.51 – 3.00 คิดเป็นร้อยละ 32.2 ได้เกรดเฉลี่ยเทอมล่าสุดอยู่ในช่วง 2.01 – 2.50 คิดเป็นร้อยละ 18.5 ได้เกรดเฉลี่ยเทอมล่าสุดอยู่ในช่วง 3.51 – 4.00 คิดเป็นร้อยละ 12.5 และได้เกรดเฉลี่ยเทอมล่าสุดอยู่ในช่วงต่ำกว่า 2.00 คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มียอดเงินเดือนที่ได้รับอยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมามีเงินเดือนที่ได้รับอยู่ในช่วงน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีเงินเดือนที่ได้รับอยู่ในช่วงมากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์สถิติทั่วไปของตัวแปร

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา

ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาโดยรวมมีค่าอยู่ในระดับสูง ($M = 2.7$) โดยองค์ประกอบด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนมีค่าอยู่ในระดับสูงสุด ($M = 3.0$) รองลงมาคือ ความรับผิดชอบต่อครอบครัว ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ และความรับผิดชอบต่อชุมชนตามลำดับ ($M = 2.9, M = 2.7, M = 2.6, M = 2.4$) โดยมีเพียงองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อชุมชนอยู่ในระดับต่ำ

ด้านการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรโดยรวมมีค่าอยู่ในระดับสูง ($M = 2.8$) โดยองค์ประกอบด้านการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนมีค่าอยู่ในระดับสูงสุด ($M = 3.0$) รองลงมาคือ การดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นธรรม การใส่ใจต่อนักศึกษาและการแบ่งปันประโยชน์สู่สังคมมีระดับคะแนนเท่ากัน ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน และการดูแลสิ่งแวดล้อมมีระดับคะแนนเท่ากัน และการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตามลำดับ ($M = 2.9, M = 2.8, M = 2.7, M = 2.6$)

ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับดี โดยการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน และการดูแลสิ่งแวดล้อมมีค่าเท่ากันอยู่ในระดับสูงสุด ($M = 3.0$) รองลงมาคือข้อปฏิบัติ

ด้านแรงงานและการดำเนินกิจกรรมอย่างเป็นธรรม มีค่าเท่ากัน การกำกับดูแลกิจการที่ดี การใส่ใจต่อนักศึกษาและการแบ่งปันประโยชน์สู่สังคมและชุมชนมีค่าเท่ากัน ตามลำดับ ($M = 2.9$, $M = 2.8$)

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน

การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามเพศ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของเพศชาย ($M = 2.6$) และเพศหญิง ($M = 2.8$) มีค่าอยู่ในระดับสูง

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การของเพศชาย ($M = 2.9$) และเพศหญิง ($M = 3.1$) มีค่าอยู่ในระดับสูง และ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของเพศชาย ($M = 2.9$) และเพศหญิง ($M = 3.0$) มีค่าอยู่ในระดับดี

การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามช่วงอายุ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาที่มีอายุในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($M = 2.7$) และอายุมากกว่า 20 ปี ($M = 2.7$) มีค่าอยู่ในระดับสูง

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การนักศึกษาที่มีอายุในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($M = 3.0$) และอายุมากกว่า 20 ปี ($M = 3.0$) มีค่าอยู่ในระดับสูง และ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของนักศึกษาที่มีอายุในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ($M = 3.0$) อายุมากกว่า 20 ปี ($M = 2.8$) มีค่าอยู่ในระดับดี

การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามระดับชั้นปี

ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ($M = 2.8$) ชั้นปีที่ 2 ($M = 2.7$) ชั้นปีที่ 3 ($M = 2.7$) ชั้นปีที่ 4 ($M = 2.7$) ชั้นปีที่ 5 ($M = 2.8$) และชั้นปีที่ 6 ($M = 2.9$) มีค่าอยู่ในระดับสูง

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ($M = 2.9$) ชั้นปีที่ 2 ($M = 3.0$) ชั้นปีที่ 3 ($M = 3.0$) ปีที่ 4 ($M = 3.0$) ชั้นปีที่ 5 ($M = 3.0$) และชั้นปีที่ 6 ($M = 3.0$) มีค่าอยู่ในระดับสูง และ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของนักศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 1 ($M = 3.0$) ชั้นปีที่ 2 ($M = 3.0$) ชั้นปีที่ 3 ($M = 3.0$) ชั้นปีที่ 4 ($M = 2.9$) ชั้นปีที่ 5 ($M = 2.7$) และชั้นปีที่ 6 ($M = 2.7$) มีค่าอยู่ในระดับดี

การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามคณะที่ศึกษา

ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์การแพทย์ ($M = 2.9$) สายวิทยาศาสตร์ ($M = 2.6$) และสายศิลป์ ($M = 2.8$) มีค่าอยู่ในระดับสูง

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์การแพทย์ ($M = 3.1$) สายวิทยาศาสตร์ ($M = 2.9$) และสายศิลป์ ($M = 3.0$) มีค่าอยู่ในระดับสูง และ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์การแพทย์ ($M = 3.1$) สายวิทยาศาสตร์ ($M = 2.8$) และสายศิลป์ ($M = 2.9$) มีค่าอยู่ในระดับดี

การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามเกรดเฉลี่ยต่ำสุด

ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยเทอมต่ำสุดน้อยกว่า 2.00 ($M = 2.5$) มีค่าอยู่ในระดับต่ำ นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยเทอมต่ำสุดในช่วง 2.01 – 2.50 ($M = 2.8$) 2.51 – 3.00 ($M = 2.7$) 3.01 – 3.50 ($M = 2.7$) และ 3.51 – 4.00 ($M = 2.8$) มีค่าอยู่ในระดับสูง

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การของนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยเทอมต่ำสุดน้อยกว่า 2.00 ($M = 2.8$) เกรดเฉลี่ยเทอมต่ำสุดในช่วง 2.01 – 2.50 ($M = 3.1$) 2.51 – 3.00 ($M = 3.0$) 3.01 – 3.50 ($M = 3.0$) และ 3.51 – 4.00 ($M = 2.9$) มีค่าอยู่ในระดับสูง และ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยเทอมต่ำสุดน้อยกว่า 2.00 ($M = 2.8$) เกรดเฉลี่ยเทอมต่ำสุดในช่วง 2.01 – 2.50 ($M = 2.9$) 2.51 – 3.00 ($M = 2.8$) 3.01 – 3.50 ($M = 2.9$) และ 3.51 – 4.00 ($M = 2.9$) มีค่าอยู่ในระดับดี

การเปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามเงินเดือนที่ได้รับ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ($M = 2.8$) และ นักศึกษาที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ($M = 2.8$) มีค่าอยู่ในระดับสูง ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาที่มีรายได้เกิน 10,000 บาท ($M = 2.5$) มีค่าอยู่ในระดับต่ำ

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การของนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ($M = 3.1$) นักศึกษาที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ($M = 3.0$) และนักศึกษาที่มีรายได้เกิน 10,000 บาท ($M = 2.7$) มีค่าอยู่ในระดับสูง และ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ของนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ($M = 2.8$) นักศึกษาที่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ($M = 2.9$) และนักศึกษาที่มีรายได้เกิน 10,000 บาท ($M = 2.9$) มีค่าอยู่ในระดับดี

การเปรียบเทียบการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระหว่างกลุ่มนักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงและต่ำ

นักศึกษากลุ่มที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ($M = 3.11$) และนักศึกษากลุ่มที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ($M = 2.76$) มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ($t = 6.36$, $p < 0.001$)

นักศึกษากลุ่มที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ($M = 2.90$) และนักศึกษากลุ่มที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ($M = 2.67$) มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่แตกต่างกัน ($t = 4.49$, $p < 0.001$)

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระหว่างกลุ่มนักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงและต่ำ

นักศึกษากลุ่มที่มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ($M = 2.84$) และนักศึกษากลุ่มที่มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ($M = 2.48$) มีความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกัน ($t = 9.56$, $p < 0.001$)

นักศึกษากลุ่มที่มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ($M = 3.01$) และนักศึกษากลุ่มที่มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ($M = 2.50$) มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่แตกต่างกัน ($t = 11.02$, $p < 0.001$)

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($r = 0.360$) ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($r = 0.240$) การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($r=0.480$)

สรุปได้ว่าสมมติฐานข้อที่ 1 ได้รับการยอมรับ กล่าวคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีความสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของ ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าทุกองค์ประกอบต่างมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีอำนาจร่วมกันในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า เมื่อร่วมกันพยากรณ์ 2 ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา ($Beta = 0.091$, $t = 1.473$, $P = 0.01$) ไม่มีอำนาจในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วนการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ($Beta = 0.454$, $t = 9.620$, $P = 0.01$) มีอำนาจในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จึงสรุปได้ว่าสมมติฐานข้อที่ 2 ไม่ได้รับการยอมรับกล่าวคือ เมื่อมีเพียง 1 ตัวแปรพยากรณ์นั้นความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาสามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แต่เมื่อร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาไม่สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ยังคงสามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรพบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดี ($Beta = 0.204$, $t = 3.751$, $P = 0.01$) เพียงองค์ประกอบเดียว สามารถพยากรณ์ในเชิงบวกกับ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อภิปรายผลการวิจัยตามความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากร และความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรด้าน เพศ ช่วงอายุ ชั้นปีที่ศึกษา และคณะที่ศึกษา ไม่มีผลทำให้ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาแตกต่างกัน โดยพบว่านักศึกษาที่มี เพศ ช่วงอายุ ชั้นปีที่ศึกษา และคณะที่ศึกษาแตกต่างกัน ต่างก็มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของของพิมพรรณ เทพสุเมธานนท์ (2546) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงมีพฤติกรรมความรับผิดชอบทุกด้านอยู่ในระดับสูง ส่วนขวัญฤดี ขำซ้อนศักดิ์ (2542) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดลมีพฤติกรรมความรับผิดชอบโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับสูง โดยที่นักศึกษาแต่ละชั้นปีมีพฤติกรรมความรับผิดชอบไม่แตกต่างกัน นักศึกษาดังสาขาวิชา มีพฤติกรรมความรับผิดชอบไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ จันทรจิรา มูลเมือง (2535) ที่ไม่พบความแตกต่างของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ กับกลุ่มตัวอย่างที่เรียนต่างสาขาวิชา และต่างระดับชั้นปี โดยขัดแย้งกับผลการวิจัยของขวัญฤดี ขำซ้อนศักดิ์ (2542) ที่พบว่านักศึกษาชายและหญิงมีพฤติกรรมความรับผิดชอบโดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกัน ส่วนพิมพรรณ เทพสุเมธานนท์ (2546) พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ต่างกันมีความรับผิดชอบต่างกัน และงานวิจัยของ Cheat (1986 อ้างถึงใน จันทรจิรา มูลเมือง, 2535) ที่พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความรับผิดชอบต่อสังคม

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเงินเดือนที่ได้รับมีผลทำให้ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาแตกต่างกัน โดยพบว่า นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่า 2.00 จะมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ส่วนนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตั้งแต่ 2.00 จะมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง และนักศึกษาที่ได้รับเงินเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ส่วนนักศึกษาที่ได้รับเงินเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทไปจะมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง สอดคล้องกับขวัญฤดี ขำซ้อนศักดิ์ (2542) พบว่า นักศึกษาที่มีฐานะเศรษฐกิจรอบครัวต่ำ มีพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสถาบันและต่อสังคมสูงกว่านักศึกษาที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวปานกลาง ขัดแย้งกับผลการวิจัยของจันทรจิรา

มูลเมือง (2535) ที่พบว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกัน มีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน และขวัญฤดี จำช่อนสัตย์ (2542) ที่พบว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำมีพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมสูงกว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง

2. ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ส่วนในด้านการพยากรณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีอำนาจในการพยากรณ์การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงก็จะมีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสูง นักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำก็จะมีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่ำเช่นกัน สอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้โดยทั่วไปที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของผู้เลือกรับรู้ กับการรับรู้ วัชรีย์ ทรัพย์มี (2533) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ โดยได้อธิบายไว้ว่า การเลือกรับรู้นั้นอาจขึ้นกับความสนใจ ความคาดหวัง ความต้องการ และการเห็นคุณค่าของบุคคลนั่นเอง คนเราเมื่อเห็นคุณค่าของสิ่งเร้าใด ก็จะเพิ่มความสนใจ ใส่ใจต่อการที่จะรับรู้ และเมื่อสนใจสิ่งเร้าใดก็จะเกิดความตั้งใจขึ้นมาทันที ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้วิจัยในกลุ่มประชากรที่มีคุณลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จึงทำให้นักศึกษาแต่ละคน และบางกลุ่มมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต่างกัน ทำให้ส่งผลต่อการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาและองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้าน การแบ่งปันประโยชน์สู่สังคมชุมชน สูงที่สุด อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน การให้ความรู้ทางวิชาการ แก่สังคม และการเป็นศูนย์กลางในการอนุรักษ์ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ไว้หลายข้อด้วยกัน มหาวิทยาลัยจึงมีการจัดกิจกรรมมากมายในด้านดังกล่าว ทำให้นักศึกษาได้มีโอกาสรับรู้ถึงการแบ่งปันประโยชน์สู่ชุมชนมากกว่าด้านอื่น ๆ

3. การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความสัมพันธ์การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนในด้านการพยากรณ์การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การมีอำนาจในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับสูง ก็จะเห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับดี และนักศึกษาที่มีการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับต่ำ ก็จะเห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในระดับไม่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชญา โยธาทิรกรักษ์ (2551) ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. แต่การรับรู้และความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในสาขาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนวรรณิ งามขจรกุลกิจ(2549) ที่ทำการวิจัยเรื่องการศึกษา การรับรู้ การเข้าร่วม และรูปแบบลักษณะของโครงการพันธกิจความรับผิดชอบต่อสังคมที่พึงประสงค์ เพื่อสนับสนุนแบรนด์สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผลการวิจัยพบว่านักเรียนรับรู้ ชื่นชม และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเพื่อเข้าศึกษาต่อบ้างพอสมควรจนถึงระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ญาดา วิทยาพันธ์ ประชา.(2551) ที่พบว่าการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทในระดับสูง การทำกิจกรรมเพื่อสังคมยังเป็นการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออีกด้วย

เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ และองค์ประกอบย่อยของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า การรับรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ด้านการกำกับกิจการที่ดี ในอันดับที่ 1 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ การรับรู้ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ด้านข้อปฏิบัติด้านแรงงาน ในอันดับที่ 2 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ การรับรู้ด้านการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน มีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ด้านการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ในอันดับที่ 1 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ การรับรู้ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม ในอันดับที่ 2 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ และ การรับรู้ด้านการแบ่งปันสู่สังคม ชุมชน มีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ด้านการแบ่งปันสู่สังคม ชุมชน ในอันดับที่ 3 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ จากความสัมพันธ์ที่กล่าวมานี้จะเห็นได้อย่าง

ชัดเจนว่า การรับรู้ในกิจกรรมด้านใด ก็จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ในด้านนั้นๆ ในส่วนของด้านการดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรม และ ด้านการใส่ใจต่อนักศึกษา ความสัมพันธ์ของการรับรู้และภาพลักษณ์อยู่ในระดับ 4 และ 7 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นๆ ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะสาเหตุจากข้อคำถามไม่ครอบคลุมของแต่ละประเด็น จึงไม่เกิดความสัมพันธ์กันในระดับสูง

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร พบว่ามีเพียง องค์ประกอบ การกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยชี้แจงให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบถึงผลการปฏิบัติงาน และมหาวิทยาลัยไม่จำแนกความแตกต่างในเรื่องใด ๆ เช่น เชื้อชาติ สีผิว เพศ ภาษา ศาสนา ความเห็นทางการเมือง และอื่น ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ดังที่กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ(2550) กล่าวไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นการดำเนินกิจกรรมการวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมในระดับใกล้เคียงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และสังคมระดับไกลหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในทางอ้อม ได้แก่ คู่แข่งทางธุรกิจ และประชาชนทั่วไป ดังที่กล่าวมาจะเห็นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความครอบคลุมในหลายด้านรวมถึงองค์ประกอบย่อยตัวอื่นๆด้วย จึงมีความสามารถในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา วีระสัมฤทธิ์ (2553) พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัท ระยะเวลาการใช้โทรศัพท์ และการเปลี่ยนระบบเครือข่ายเคลื่อนที่ ในส่วนของการรับรู้องค์ประกอบย่อยด้านอื่นๆ ที่ไม่สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ได้ อาจเป็นเพราะแต่ละด้านมีความเฉพาะเจาะจง และมีส่วนของรายละเอียดย่อยที่ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงตัวแปรอื่นๆ ทำให้มีเพียงอำนาจในการร่วมกันพยากรณ์ แต่ไม่สามารถเอาองค์ประกอบย่อยมาพยากรณ์ภาพลักษณ์ได้โดยตรง

4. ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ในด้านความสัมพันธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ก็จะเห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในระดับดี และนักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ก็จะเห็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในระดับไม่ดี วาสนา จันทร์สว่าง (2541) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่คนรู้สึกนึกคิด หรือวาดขึ้นในใจ โดย

เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อม บวกกับความรู้สึนึกคิดที่เกิดขึ้นในใจ รวมทั้งหมายถึงชื่อเสียงขององค์กร บุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งอาศัยเครื่องมือเช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ที่ดี เหมาะสมถูกต้อง สร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นภายในจิตใจของคน ในส่วนของความรู้สึนึกคิดของแต่ละบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ รวมไปถึงความรับผิดชอบต่องานของนักศึกษาที่แตกต่างกันด้วย การที่บุคคลจะมีความรับผิดชอบต่องานนั้น ต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาของแรงกระตุ้นทางสังคม และแรงขับของซูเปอร์อีโก้ ส่วนทฤษฎีการเรียนรู้เห็นว่าพฤติกรรมความรับผิดชอบต่องานเป็นผลผลิตของตัวแบบ เงื่อนไขของการฝึกการรู้จักแยกแยะ และรางวัลสำหรับการเสี่ยสละของตนเอง นอกจากนี้ประสบการณ์ที่ได้รับจากการศึกษาก็มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความรับผิดชอบต่องานของแต่ละบุคคลนอกเหนือจากการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว ซึ่งในการพัฒนาจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อต่องานนั้นจะต้องมีพัฒนาการมาตั้งแต่ในวัยเด็กกระทั่งวัยรุ่น(กมลรัตน์ ทวีชาติวิทยากุล, 2531)

เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของความรับผิดชอบต่อต่องานของนักศึกษา และองค์ประกอบย่อยของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าความรับผิดชอบต่อต่องานของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับ องค์ประกอบย่อยของภาพลักษณ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี สูงที่สุดอาจเป็นเพราะว่ามหาวิทยาลัยมีการกำหนดหน้าที่ให้คณะกรรมการฝ่ายจัดการ ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งรวมถึงนักศึกษา สามารถสอดส่องดูแลผลงานและการปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยได้ โดยมีการแสดงถึงความโปร่งใส พร้อมรับการตรวจสอบ และมหาวิทยาลัยสามารถชี้แจงให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบถึงผลการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

ในด้านอำนาจพยากรณ์เมื่อมีเพียง 1 ตัวแปรพยากรณ์นั้นความรับผิดชอบต่อต่องานของนักศึกษาสามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ แต่เมื่อมี 2 ตัวแปรร่วมกันพยากรณ์ ตัวแปรความรับผิดชอบต่อต่องานของนักศึกษาไม่สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ แม้ว่าความรับผิดชอบต่อต่องานของนักศึกษาจะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ (0.09) และอาจเนื่องจากมีหลายตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความรับผิดชอบต่อต่องานของนักศึกษาจึงไม่สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ได้ อิทธิพลในการเกิดภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นน่าจะมีปัจจัยหลักมาจากอิทธิพลภายนอกและภายในองค์กร มากกว่าอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เห็นภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมากแล้วภาพลักษณ์องค์กรเกิดจากการสร้างภาพลักษณ์โดยองค์กรเอง เพื่อให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีส่งผลต่อการดำเนินงานต่อไป สอดคล้องกับ ญาดา วิทยาพันธ์ประสา (2551) หัวหน้าชุดวิจัย เรื่องการรับรู้ การจดจำได้ และทัศนคติของเยาวชนต่อกิจกรรมเพื่อสังคม ของธุรกิจเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พบว่าการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมของธุรกิจ

เครื่องคัมแอลกอฮอล์ มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่บริษัทในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคส่วนหนึ่ง มองข้ามผลกระทบเชิงลบต่อสุขภาพ โดย 50% บอกว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ 48.8% เชื่อว่าการทำเพื่อสังคมของธุรกิจเครื่องคัมแอลกอฮอล์ มีวัตถุประสงค์อื่นแอบแฝง ดังนั้น การโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ด้วยการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นกลยุทธ์สำคัญที่บริษัทเหล่านี้ใช้ โดยที่เขาวนจะใช้เป็นข้ออ้างในการซื้อสินค้าที่รู้อยู่แล้วว่าไม่ดี มีโทษ ไม่มีประโยชน์ แต่หาเหตุผลเข้าข้างตัวเองว่า ซื้อสิ่งผิดแต่ทำบุญได้ เพราะรับรู้ว่าการทำบุญนำเงินส่วนหนึ่งไปใช้ในทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. เพื่อส่งเสริมระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาให้สูงขึ้น มหาวิทยาลัยควรวางแผนพัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อส่งเสริม จัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ให้นักศึกษาพัฒนาในด้านความรับผิดชอบต่อชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือ ความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ ความรับผิดชอบต่อสถานศึกษา ความรับผิดชอบต่อครอบครัว และความรับผิดชอบต่อเพื่อน ตามลำดับ

2. เพื่อส่งเสริมระดับของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การให้สูงขึ้น มหาวิทยาลัยควรวางแผนพัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยให้มีการส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน และการดูแลสิ่งแวดล้อม การใส่ใจต่อนักศึกษาและการแบ่งปันประโยชน์สู่สังคม และ ด้านการคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ตามลำดับ

3. เพื่อส่งเสริมระดับของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชิงใหม่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การให้ดีขึ้น มหาวิทยาลัยควรวางแผนพัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยให้มีการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี การใส่ใจต่อนักศึกษา และการแบ่งปันประโยชน์สู่สังคมและชุมชน รองลงมาคือ ข้อปฏิบัติด้านแรงงาน และการดำเนินกิจการอย่างเป็นธรรม การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนและการดูแลสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

4. เพื่อส่งเสริมระดับของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชิงใหม่ให้สูงขึ้น มหาวิทยาลัยจะต้องส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรใส่ใจกับกลุ่มนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 และรายได้สูงกว่า 10,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมต่ำ ให้มีการพัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปควรใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม ควรรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล

2. ควรศึกษาสาเหตุของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่าลักษณะประชากรบางด้าน มีผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กร จึงควรศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างนักศึกษาที่มีลักษณะทางจิตวิทยาด้านอื่น ๆ ต่อไป

4. จากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาภาพลักษณ์โดยรวมของมหาลัย โดยอาจเลือกพิจารณาภาพลักษณ์จากปณิธาน หรือวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย และควรพัฒนาแบบวัดภาพลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มข้อคำถามจากการสำรวจและนำมาสร้างแบบวัด เพื่อให้การวัดภาพลักษณ์มีความชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

5. การทำวิจัยเกี่ยวกับ ผู้บริโภค/ลูกค้า กับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในองค์กรสถาบันการศึกษายังมีน้อยมากในประเทศไทย โดยมากจะเป็นการศึกษา ในองค์กรธุรกิจ จึงควรจะมีการศึกษาประเด็นดังกล่าวให้มากยิ่งขึ้นอีก