



**อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา
และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

อัจฉริยา บุญเนตร

**วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ**

**บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤษภาคม 2554**

600249674

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



245462

อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา
และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่



อัจฉริยา บุญเนตร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤษภาคม 2554

อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา
และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อัจฉริยา บุญเนตร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

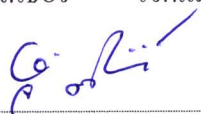


ประธานกรรมการ

อ. ดร. เอสเธอร์ เวคแมน



ผศ. ดร. จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์



กรรมการ

ผศ. ดร. จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์



กรรมการ

รศ. สุธีร์ อินตะประเสริฐ

2 พฤษภาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์อย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ การตรวจสอบแบบวัด ตลอดจนการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.อนงค์ อินตาพรหม หัวหน้างานวิจัยโรงเรียนคาราวิทยาลัย เชียงใหม่ และอาจารย์ธันวา เบญจวรรณ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนานักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่ ที่ให้ความอนุเคราะห์สละเวลาอันมีค่าเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือทำการวิจัยในครั้งนี้

กราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. เอสเธอร์ เวคแมน รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาคุณภาพชีวิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพ และรองศาสตราจารย์สุธีร์ อินตะประเสริฐ รองหัวหน้าภาควิชา จิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธาน และกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระนี้

กราบขอบพระคุณคุณพ่อนิรันดร์ บุญเนตร และคุณแม่สุมาลี บุญเนตร ที่สละเวลา และกำลังทรัพย์มากมายเพื่อให้โอกาสสนับสนุนทางการศึกษา รวมทั้งให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาและทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ พี่ๆ บัณฑิตร่วมชั้นเรียนทุกท่าน และคุณสลิลดา ศุภิตานนท์กุล เจ้าหน้าที่ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่คอยแนะนำ ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือด้วยดีมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ น้องมิ่งค์ น้องตาล น้องเต๋ ไอซ์ พี่หล้า คุณตาประดิษฐ์ นามไชย และทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือให้การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ซึ่งไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด

สุดท้ายนี้หากการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าทั้งตัวบุคคลก็ดี หรือองค์การก็ดี ผู้เขียนขออุทิศคุณงามความดีครั้งนี้ให้กับทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้

อัจฉริยา บุญเนตร

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของ
นักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวอัจฉริยา บุญเนตร

ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
(จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ตั้งกิตติภาภรณ์

บทคัดย่อ

245462

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (3) หาอำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยคือนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ศึกษาอยู่ในทุกคณะ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย (1) แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (2) แบบวัดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา (3) แบบวัดเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และ (4) แบบวัดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($r = 0.360$) ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($r = 0.240$) และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ($r=0.480$)

2. เมื่อพิจารณาความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นตัวพยากรณ์ร่วม พบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา ($B = 0.091$; $t = 1.473$) ไม่มีอำนาจในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ($B = 0.454$; $t = 9.620$) มีอำนาจในการพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีอำนาจพยากรณ์ได้ร้อยละ 23.4 เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรพบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดี ($B = 0.204$; $t = 3.751$) เพียงองค์ประกอบเดียวที่สามารถพยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 27.0

Independent Study Title	Predictive Power of Students' Social Responsibility and Perceived Corporate Social Responsibility on Chiang Mai University's Image
Author	Miss Atchariya Boonnetr
Degree	Master of science (Industrial and Organizational Psychology)
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Jiraporn Tangkittipaporn

ABSTRACT

245462

The purposes of this research were (1) to study level of students' social responsibility, perceived corporate social responsibility and Chiang Mai university's image. (2) to study the relationships among students' social responsibility, perceived corporate social responsibility and Chiang Mai university's image. (3) to study predictive power of students' social responsibility and perceived corporate responsibility on Chiang Mai university's image.

The research was done through a sample research group of 400 undergraduate students from all faculty of Chiang Mai University. Research instruments in the form of questionnaires were used, and they were: (1) a demographic questionnaire (2) students' social responsibility questionnaire (3) perceived corporate social responsibility questionnaire and (4) Chiang Mai university's image questionnaire. Data Analysis and hypothesis testing were performed by descriptive statistics including percentage, mean, standard division, pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis, the research finds out the followings:

1. Students' social responsibility were positively rerated to perceived corporate social responsibility at the 0.01 level of significance ($r = 0.360$). Students' social responsibility were positively related to Chiang Mai university's image at the 0.01 level of significance ($r = 0.240$),

and perceived corporate social responsibility was positively related to Chiang Mai university's image at the 0.01 level of significance ($r=0.480$).

2. When considering students' social responsibility and perceived corporate social responsibility as co-predictors, it was found that students' social responsibility ($B = 0.091$; $t = 1.473$) had no predictive power on Chiang Mai university's image, while the perceived corporate social responsibility ($B = 0.474$; $t = 9.620$) had significantly predictive power on Chiang Mai university's Image at the 0.01 level of significance. The predictive variable was accounted for 23.4 %. When considering the dimension of perceived corporate social responsibility, it was found that good business administration ($B = 0.204$, $t = 3.751$) was the only dimension significantly predicting Chiang Mai university's image at the 0.01 level of significance. The predictive variable was accounted for 27.0 %.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา	7
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	18
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร	39
งานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กร	46
กรอบแนวคิดการวิจัย	51
สมมติฐานในการวิจัย	51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	52
รูปแบบการวิจัย	52
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
การแปลผล	58
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	58
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	61
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญตามสมมติฐานที่ 1	73
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์อำนาจพยากรณ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาและการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ตามสมมติฐานที่ 2	84
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	87
สรุปผลการวิจัย	88
อภิปรายผลการวิจัย	94
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	99
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	100
บรรณานุกรม	102
ภาคผนวก	109
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัด	110
ภาคผนวก ข แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	112
ประวัติผู้เขียน	119

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย	53
2	จำนวนร้อยละของลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	61
3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษาทั้ง 5 องค์กรประกอบ	63
4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรการ 7 องค์กรประกอบ	64
5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 7 องค์กรประกอบ	65
6	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามเพศกับตัวแปร	66
7	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามช่วงอายุกับตัวแปร	67
8	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามระดับชั้นปีกับตัวแปร	68
9	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามคณะที่ศึกษากับตัวแปร	69
10	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามเกรดเฉลี่ยล่าสุดกับตัวแปร	70
11	เปรียบเทียบระหว่างลักษณะทางประชากรจำแนกตามเงินเดือนที่ได้รับกับตัวแปร	71
12	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระหว่างกลุ่มนักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงและต่ำ	72
13	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ระหว่างกลุ่มนักศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูงและต่ำ	72
14	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักศึกษาและองค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร	74
16	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบย่อยของการรับรู้ความรับผิดชอบ ต่อสังคมขององค์กร และองค์ประกอบย่อยของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เชียงใหม่	77
17	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบย่อยของความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักศึกษาและองค์ประกอบย่อยของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	80
18	แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยของความรับผิดชอบต่อสังคมของ นักศึกษาที่พยากรณ์การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	82
19	แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยของความรับผิดชอบต่อสังคมของ นักศึกษาที่พยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	83
20	แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยของการรับรู้ความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กรที่พยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	83
21	แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยของความรับผิดชอบต่อสังคมของ นักศึกษา และการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่พยากรณ์ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	84
22	แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยขององค์ประกอบย่อยความ รับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษา ที่พยากรณ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เชียงใหม่	85
23	แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยขององค์ประกอบย่อย การรับรู้ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่พยากรณ์ภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	86

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	กลุ่มต่าง ๆ ที่องค์กรจะต้องรับผิดชอบสภาพแวดล้อมภายนอกในการปฏิบัติงาน	38
2	กรอบแนวคิดการวิจัย	51