

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
- แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติผู้บริโภค	4
- แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม	5
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 แผนการดำเนินงาน ขอบเขตและวิธีการศึกษา	12
3.1.1 ขอบเขตการศึกษา	12
3.1.2 วิธีการศึกษา	13
3.2 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
3.3 ระยะเวลาในการศึกษา	16

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อรูปแบบกิจกรรม ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ	23
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่มีต่อกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ	46
ส่วนที่ 4 องค์ประกอบของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อรูปแบบกิจกรรมแสดงถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกลึก และด้านแนวโน้มพฤติกรรม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ	49
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	129
5.1 สรุปผลการศึกษา	129
5.2 อภิปรายผล	146
5.3 ข้อค้นพบ	149
5.4 ข้อเสนอแนะ	151
บรรณานุกรม	156
ภาคผนวก	158
แบบสอบถาม	158
ประวัติผู้เขียน	171

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จัก	18
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	20
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม	21
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม องค์กรที่เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรม	22
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรม	23
ตารางที่ 10	สรุประดับความรู้ความเข้าใจโดยเฉลี่ย ตามรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมของ องค์กรธุรกิจ ทั้ง 6 รูปแบบ	25
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบถูก จำแนกตาม ระดับความรู้ความเข้าใจต่อรูปแบบกิจกรรม	26
ตารางที่ 12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกรูปแบบที่ 1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	27
ตารางที่ 13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกรูปแบบที่ 2 การตลาดเชิงการกุศล	28
ตารางที่ 14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกรูปแบบที่ 3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคม	29
ตารางที่ 15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกรูปแบบที่ 4 การบริจาคเพื่อการกุศล	31
ตารางที่ 16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกรูปแบบที่ 5 การอาสาช่วยเหลือชุมชน	32

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 6 การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	33
ตารางที่ 18 สรุประดับความรู้สึก ตามรูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ	34
ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับแนวโน้มนวัตกรรม การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 1 การส่งเสริม การรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	35
ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับแนวโน้มนวัตกรรม การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 2 การตลาดเชิงการกุศล	37
ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับแนวโน้มนวัตกรรม การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 3 การตลาด เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	38
ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับแนวโน้มนวัตกรรม การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 4 การบริจาคเพื่อการกุศล	40
ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับแนวโน้มนวัตกรรม การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 5 การอาสาช่วยเหลือชุมชน	41
ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับแนวโน้มนวัตกรรม การมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 6 การประกอบธุรกิจ อย่างรับผิดชอบต่อสังคม	43
ตารางที่ 25 สรุประดับแนวโน้มนวัตกรรมการมีส่วนร่วม ตามรูปแบบกิจกรรม ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ	44
ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม	46
ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะ จำแนกตาม การตลาดเชิงการกุศล	46
ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะ จำแนกตาม การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะ จำแนกตาม การบริจาคเพื่อการกุศล	45
ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะ จำแนกตาม การอาสาช่วยเหลือชุมชน	48
ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะ จำแนกตาม การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	48
ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจต่อรูปแบบกิจกรรม ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 1 การส่งเสริม การรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 2 การตลาด อಂಗการกุศล จำแนกตามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 3 การตลาด เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 4 การบริจาค เพื่อการกุศล จำแนกตามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 5 การอาสา ช่วยเหลือชุมชน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 6 การประกอบธุรกิจ อย่างรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
ตารางที่ 41 สรุประดับความรู้สึกต่อรูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68
ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 2 การตลาดเชิงการกุศล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 4 การบริจาคเพื่อการกุศล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 5 การบริจาคเพื่อการกุศล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 6 การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
ตารางที่ 48 สรุประดับแนวโน้มนวัตกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอาชีพ	82
ตารางที่ 50 สรุประดับความรู้ความเข้าใจต่อกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ จำแนกตามอาชีพ	88
ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความรู้ความเข้าใจต่อรูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอาชีพ	90

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม จำแนกตามอาชีพ	92
ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 2 การตลาดอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามอาชีพ	94
ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม จำแนกตามอาชีพ	96
ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 4 การบริจาคเพื่อการกุศล จำแนกตามอาชีพ	99
ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 5 การอาสาช่วยเหลือชุมชน จำแนกตามอาชีพ	101
ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความรู้สึกในรูปแบบที่ 6 การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอาชีพ	103
ตารางที่ 58 สรุประดับความรู้สึกต่อรูปแบบกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ จำแนกตามอาชีพ	105
ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 1 การส่งเสริมการรับรู้ประเด็นปัญหาทางสังคม จำแนกตามอาชีพ	107
ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 2 การตลาดอสังหาริมทรัพย์ จำแนกตามอาชีพ	111
ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 3 การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคม จำแนกตามอาชีพ	114
ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 4 การบริจาคเพื่อการกุศล จำแนกตามอาชีพ	117

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 5 การบริจาคเพื่อการกุศล จำแนกตามอาชีพ	120
ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมรูปแบบที่ 6 การประกอบธุรกิจอย่าง รับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอาชีพ	123
ตารางที่ 65 สรุประดับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรม ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้ง 6 รูปแบบ จำแนกตามอาชีพ	126



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved