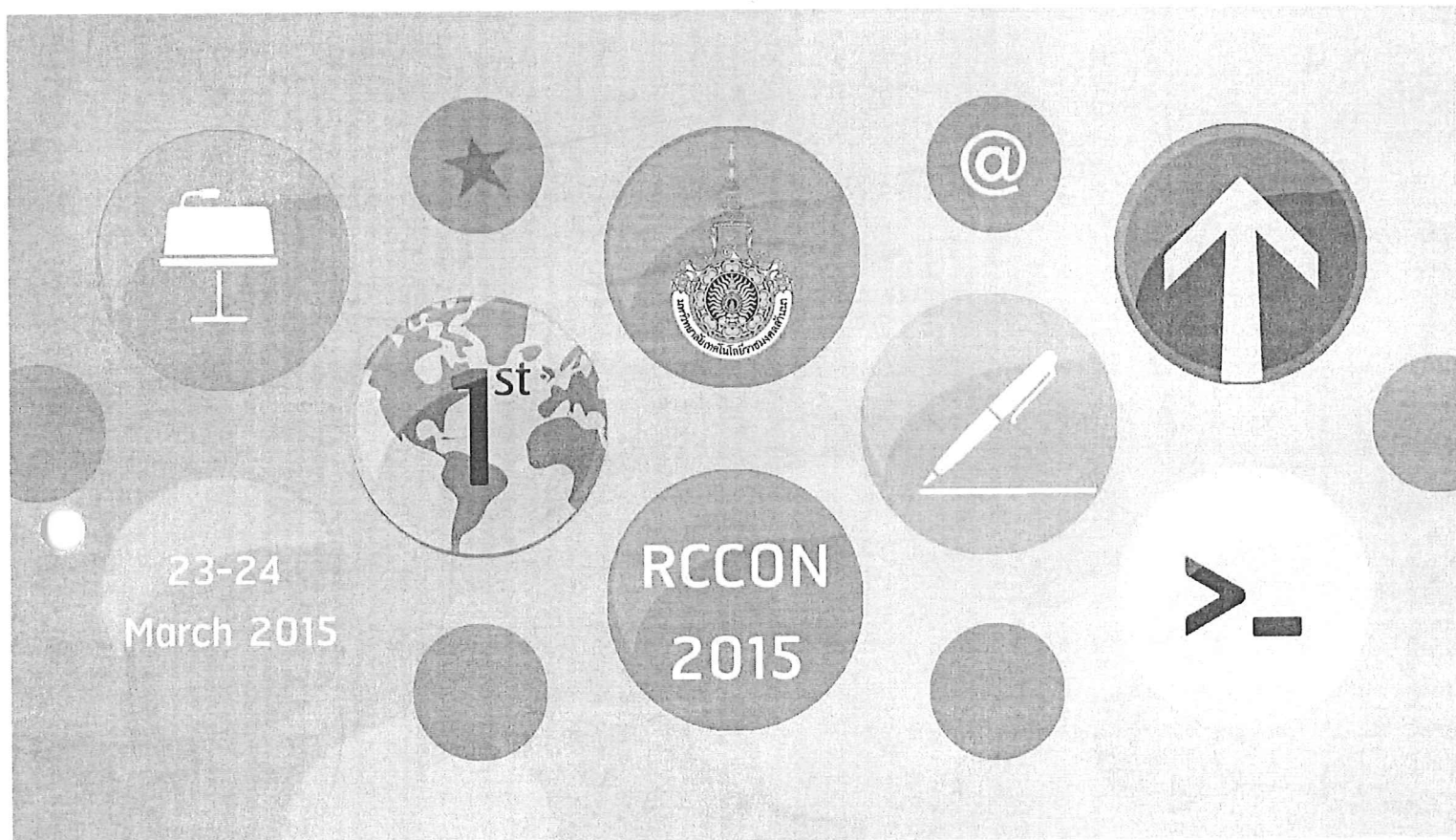


เอกสารแนบท้ายข้อผูกพัน  
คุณครู วิชา ฟิสิกส์ บทบาทตาม.

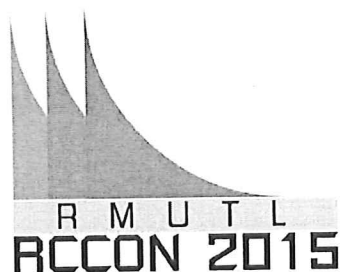
R M U T L  
**RCCON 2015**

The 1<sup>st</sup> Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai Conference 2015

# การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย ครั้งที่ 1 ประจำปี 2558 “สหวิทยาการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”



วันที่ 23-24 มีนาคม 2558 ณ โรงแรมเวียงอินทร์ จังหวัดเชียงราย



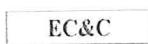
## การประชุมวิชาการระดับชาติ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย ครั้งที่ ๑ ประจำปี ๒๕๕๘  
“สกวทยาการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

The 1<sup>st</sup> RMUTL Chiangrai Conference, (RCON2015)

๒๓ - ๒๔ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๘

ณ โรงแรมเวียงอินทร์ จังหวัดเชียงราย



### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนา	ข้าสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตติ	คำเมืองลือ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฏิรูป	ผลจันทร์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พฤกษ์	อักษะรังสี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานะ	แช่ต่าน	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.ภาสกร	เข้มประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ยุทธนา	มูลกลาง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาตยา	คล้ายเรือง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.ธานินทร์	คงศิลา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.ณัฐวิจิตร	เลิศพงศ์รุจิกร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทสพล	เขตเจนการ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์	เจษฎาลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตินงค์	โสภณพงศ์พิพัฒน์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระศักดิ์	หุดากร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์กิตติธัช	พาพลเพ็ญ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำเร็จ	อินท่าไม้	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ดร. ชีวัน	ทองสอดแสง	มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร	ราชกิจ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันจักร	สาทสนิท	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ	สัมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดาราร	ภูสง่า	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จินตนา	จุมวงษ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เยาวลักษณ์	คงธรรม	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนพงศ์	เทียนชัย	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.จิรวรรณ	แช่เล่า	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.บุรุษกร	นันทติลก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.พิลาศลักษณ์	ศรแก้ว	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.ปริศญารัตน์	สังกะเทศ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.อุไรลักษณ์	สิงห์ทอง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.อุกฤษณ์	มารังค์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายนอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสร	ลีลาสันติธรรม	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์	เกียรติสิน	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช	สมกันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์	อินตะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์	หนูสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร	อาการักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธมน	บุญยราศรัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิไลพร	กุลตั้งวัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณัฐนันท์	ฐิติยาปราโมทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุขเกษม	กลางกุลเสน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาสนา	แก้วโพธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิทย์	ไวยกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุยงยา
ดร.หาญศึก	เล็บครุฑ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ดร.เพ็ญพิชชา	ศิริวัฒนากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
อาจารย์สุรพล	ชุ่มกลีน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยทิพย์	คัตสุระ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ดร.อรวรรณ	จำพุดม	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ	พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์	ดำรงวิริยะนุภาพ	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา	ไชยมหาวัน	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.ดำรง	อมรเดชาพล	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.ธนาทิพย์	จันทร์คง	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.จิราพร	ไชยวงศ์สาย	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.ปรีมพัฒน์	สัทธรรมนวงศ์	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.วีระพงษ์	กิตติวงศ์	มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกฤตย์	ชมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ดร.ธีรยุทธ์	เจนวิทยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ดร.รุ่งโรจน์	สงค์ประกอบ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสิทธิ์	นางทิน	สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สัญญา	เครือหงษ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.พิสิษฐ์	มณีโชติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายนอก

ดร.อัจฉริยา	อิสสระไพบูลย์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.สรียา	พันธุ์ณรงค์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ดร.อริยะ	นามวงศ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่นวิทยาเขตหนองคาย
อาจารย์สุรศักดิ์	ยะกัน	วิทยาลัยเทคนิคตาก

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.กานนท์	เกิดขึ้น	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์	จิตต์น้อม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติเดช	บัวใหญ่	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์วี	ระวีกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.นิธิโรจน์	พรสุวรรณเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.พรเทพ	ปัญญาแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสุธิดา	นฤตมนต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุพธนา	กันทะพะเยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประมุข	อุณหเลขกะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงวิทย์	เจริญกิจจนลาภ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.วัชรี	เพ็ชรวงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์	พันธนะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.ณัฐโชติ	รักไทยเจริญชีพ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ชนม์	ภูมิภิตติพิชญ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยัง	ปลั่งกลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์	ธีรวิสิฐพงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชจรี	พิเชษฐกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.ธิดารัตน์	จอนนอก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.กุลกนิษฐ์	ทองเงา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.ณัฐภัทร	พันธ์คง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิสุทธิ์	พงศ์พิฤกษ์ชาติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ดร.กัลยาณี	ทองเหลี่ยมภาค	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ดร.เสาวคนธ์	ชูบัว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปราโมทย์	อนันต์วรภาพงษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีโรจน์	เพชรพันธุ์ศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ดร.วุฒิววัฒน์	คงรัตนประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ดร.สายชล	ชุดเจือจิ้น	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ดร.สุรียา	แก้วอาษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสกลนคร

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายใน

อาจารย์ภัทรพงศ์	อัญชันภาติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
ดร.มนตรี	ฉายสว่าง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.จินตนา	ฉัตรบูรภานันท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.สุรภกิจ	ปรางสร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.สมใจ	สืบเสาะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.ประสพโชค	โห้ทองคำ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พานิช	อินตะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.โกศล	โอฬารไพโรจน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.สิริโฉม	พิเชษฐบุญเกียรติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ เพ็ญจันทร์	รวิยะวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ	ชิตบุรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันไชย	คำแสน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา	ยิ่งขยัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย	เดชธรรมรงค์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ	มูลป่า	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุเทน	คำน่าน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์	สิทธิเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา	ยีนยงกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร	พัชรประภิติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์	ปงลังกา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนิดา	โชติเสถียรกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์หฤทัย	อาษากิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดิเรก	มณีวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชฎาพร	ปุกแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิเชษฐ	ทิพย์ประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิติพงษ์	สมไชยวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเชษฐ์	เวศนารัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานัส	แสวงงาม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายใน

ดร.รัตนพล	พนมวัน ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.กัญญณัช	ศิริธัญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ธีระศักดิ์	สมศักดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ปัญญาพร	ศรีชนาพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.กัญญาภาญจน์	ไชเออร์ส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ก้องเกียรติ	ชนะมิตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.จักรกฤษณ์	เคลือบวัง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.กัญฐณา	ดิษฐ์แก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.เผด็จ	ทุกข์สุญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ลัดดา	ปินตา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ริญาภาภัทร์	เขจรนันท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.รัฐนันท์	พงศวิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.จัตตุฤทธิ์	ทองปรอน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ขวัญชัย	เอื้อวิริยานุกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ศุภกิต	แก้วดวงตา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ทวีชัย	กาฬสินธุ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ภาคภูมิ	จารุภูมิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.แมน	ตุ้ยแพร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.วรวิทย์	เลาหะเมทนี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.กุลทรัพย์	ผ่องศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ฟ้าใส	วิวัฒน์วงศ์วนา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ยุพดี	หัตถสิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.พลกฤษณ์	ทูนคำ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ปุณยสิริ	บุญเป็ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.หริพล	ธรรมนาร์กษ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.พรรณีภา	เกสัชพิพัฒนกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ธัญญรัตน์	จิตรพีระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.นิอร	สิริมงคลเลิศกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา



### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายใน

ดร.พิเชษฐ	เหมยคำ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.นิติศักดิ์	เจริญรูป	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.มงคลกร	ศรีวิชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.วิวัฒน์	ทิพจร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.อนนท์	นำอิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.อุสิทธิ์า	จันทาเวียง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.วิฑูรย์	พรหมมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.สุรัชย์	อำนวยการเลิศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ณรงค์	เมตไตรพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.รัตนพร	นรรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.อังกูร	ว่องตระกูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ปองสุข	ศรีชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ธเนษ	เร็วการ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์กนกอร	จิตต์จ้านงค์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ภัทราพร	สมเสมอ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์สุจิตตา	หงษ์ทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์กรปภา	จันทาพูน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์พิภินันท์	สมไชยวงค์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อัญชนา	พรหมปิ่น	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อาริยา	พนมไพร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์สริน	สุภารัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อรรธรณ	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ศุภลักษณ์	จิรรัตน์สถิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์มลลักษณ์	ชัยดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์สุวิสา	ทะยะธง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ณัฐมน	ทรัพย์บุญโต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อวยพร	ตะวัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ ภายใน

อาจารย์ชนนพร	ยะใจมั่น	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ภีรวิชัย	ชัยมาลา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์วรรณะรัตน์	ไชยวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์สุภัทรจิตต์	มะโนสด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ปราชาติ	อำนวยการเลิศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ศิรินาฏ	จันทนะเปลิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์กัญญาชญา	สังสิตสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์จิรภัทร	คำแพง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อัมพร	ชัยโชค	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์จรัสศรี	โนมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ปรีชา	พลชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์นวัฒน์	บุญสัมฤทธิ์ผล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์สิริสาสน์	พันธ์มณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ธนากร	สร้อยสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์รจนา	บุญฤพ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ปภาวดี	เนตรสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์อัศรา	โรจนพิบูลธรรม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์กรรณา	ใจนันทถ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม  
 ในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร  
 Relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) with image of Drinking water  
 business in the Viewpoint of Consumer in Bangkok

ธีระวัฒน์ จันทิก และ สุวิตา เกิดนวล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี  
 เลขที่ 1 หมู่ 1 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทน้ำดื่ม ตลอดจนศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้บริโภคน้ำดื่มทั่วไป จำนวน 400 คน ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า ด้านทัศนคติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำดื่ม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย ด้านทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย และระดับทัศนคติของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม

คำสำคัญ: ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ทัศนคติผู้บริโภค

**Abstract**

The objective of independent study was to study general information of consumer, corporate social responsibility with image of drinking water business. The sample used in study consisted of 400 general consumers in Bangkok by using the questionnaire as data collection. Statistics analyses used were Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation and Pearson Product Moment Correlation analysis. The result found that the opinions of consumers on attitude of drinking water business consist of most of had “agree” with corporate social responsibility and “agree” with image of drinking water business respectively. The opinions of consumers on attitude and the corporate social responsibility correlated with image drinking water business

Keyword: Corporate social responsibilities, image of drinking water business, attitude of the consumer

**1. บทนำ**

ตลอดระยะเวลา 60 ปีที่ผ่านมา ตัวแปรด้านการตลาดได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากการยึดถือรูปแบบตัวผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ มาเป็นการยึดถือเอาความต้องการของผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง แต่เมื่อเวลาผ่านไปจนถึงปัจจุบันตัวแปรทางด้านการตลาดได้มีการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง โดยจะเห็นได้ว่า องค์กรที่ประกอบธุรกิจในหลายแห่งเริ่มให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ รอบตัวมากขึ้น นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์และบริโภค โดยผู้บริโภคเริ่มมีพฤติกรรมที่ตื่นตัวและเริ่มให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม (Philip Kotler, 2000) โดยการตลาดในยุค 3.0 เป็นแนวคิดที่บริษัทเปลี่ยนวิธีการทำการตลาดจากการยึดถือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง มาสู่การให้ความสำคัญต่อมนุษย์ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) และกำไรของบริษัทที่ต่อมีความสมดุลกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่ง “ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ หรือ Corporate Social Responsibility หรือ CSR หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข (วรพลโสคติยานุรักษ์เลขหา, 2556)

ในปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจทั่วโลกกลับมาให้ความสนใจกันเป็นอย่างมาก เพราะการเป็นองค์กรที่ดี ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้น การทำกำไรให้ได้สูงสุดอย่างเดียวคงไม่พอ แต่จะต้องมีการเรียนรู้ที่จะทำสิ่งดี ๆ ตอบแทนให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้วยเหตุผลนี้ความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากที่องค์กรธุรกิจควรจะต้องใส่ใจ และพัฒนาธุรกิจของตนเองเพื่อสร้างความไว้วางใจและเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจ ชุมชน และ สังคมสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเกื้อกูล และสามารถพัฒนาเติบโตไปด้วยกันได้อย่างยั่งยืน (CSR กับการตลาดเพื่อสังคม, 2557)

บริษัทน้ำดื่มได้มีการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือเป็นองค์กรที่ไว้ใจเริ่มโครงการกิจกรรมเพื่อสังคมภายใต้แนวคิด “Live positive ร่วมทำสิ่งดี ๆ เพื่อน้ำ...เพื่อโลก” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจภายใต้ความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอันเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสังคม ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจตามแนวมาตรฐานสากล (พรวิฑู สสารสิน, 2557)

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคในด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่มในมุมมองของผู้บริโภค เพราะการ

ดำเนินธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับต่อสังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ การวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงและพัฒนาในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

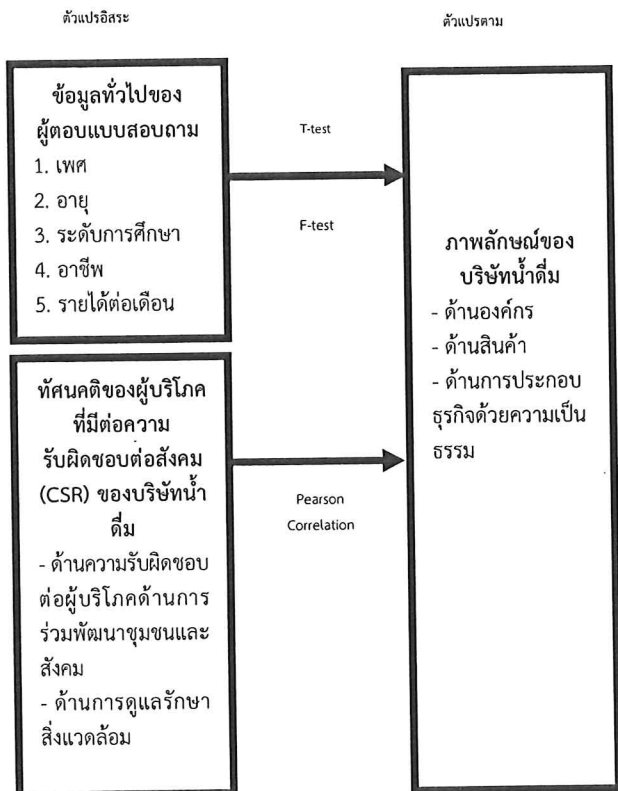
## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

## 3. สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีมุมมองภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ที่แตกต่างกัน
2. ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทน้ำดื่ม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม

## 4. กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 5. ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้ในวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มสะอาด โดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างและได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดตามความเชื่อมั่นที่

95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) คำนวณตามสูตรได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึง “ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ในมุมมองของผู้บริโภค”

โดยแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริงโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จากนั้นนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบัต (Cronbach) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายให้เห็นถึงลักษณะของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติ F-test t-test และ Pearson Correlation Coefficient (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549)

## 6. ผลการวิเคราะห์

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุในช่วง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มยี่ห้อ Nestle

### ส่วนที่ 2 ทัศนคติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของบริษัทน้ำดื่ม 3 ด้าน

#### ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย กับข้อบริษัทน้ำดื่มได้ผลิตน้ำดื่มที่มีคุณภาพสูงคุ้มค่าในราคาที่เหมาะสม มีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และไม่ปิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ผู้บริโภค และบริษัทน้ำดื่มมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้า

#### ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและช่วยเหลือสังคม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อบริษัทน้ำดื่ม สนับสนุนการศึกษาโดยการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กยากไร้ ได้ร่วมพัฒนาชุมชนโดยการสร้างศูนย์การเรียนรู้นอกห้องเรียนให้แก่เด็ก และเยาวชน ได้ช่วยเหลือสังคมในการบริจาคสิ่งบรรเทาสาธารณภัย ในรูปแบบของการช่วยเหลือด้านทรัพยากร เช่น น้ำดื่ม ได้ยึดหลักจรรยาบรรณ ร่วมสร้างสรรค์ชื่อเสียงต่างๆ เพื่อปลูกจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และบริษัทน้ำดื่มได้เปิดโอกาสและช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆ เช่น โครงการ “แฟนตัวยงทูตแห่งประเทศไทย

#### ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อบริษัทน้ำดื่มน้อมนำแนวพระราชดำริ รักษาสิ่งแวดล้อม เช่น “Live positive ร่วมทำสิ่งดีๆ เพื่อน้ำ...เพื่อโลก” โครงการอนุรักษ์แม่น้ำวังเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว และคืนชีวิตสู่สายน้ำมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริมการร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยใช้แนวคิด “โครงการธนาคาร recycle เพื่อสิ่งแวดล้อมสีเขียว” มาใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น การนำกลับมาใช้

ใหม่และบริษัทน้ำดื่ม ได้ออกสื่อโฆษณา ขวนให้ทุกคนได้ตระหนักถึงการ  
ใช้ทรัพยากรและระบบนิเวศที่มีอยู่อย่างจำกัด

ส่วนที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของบริษัทน้ำดื่ม

**ด้านองค์กร**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยกับ  
ข้อบริษัทน้ำดื่มเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ทำให้  
บุคคลภายนอกอยากเข้ามาร่วมงานด้วยเป็นองค์กรที่มีเงินลงทุนและเงิน  
หมุนเวียนแข็งแกร่งและบริษัทน้ำดื่มเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจประสบ  
ความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

**ด้านสินค้า**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยกับ  
ข้อบริษัทน้ำดื่ม ได้ผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่มสะอาด ซึ่งเป็นที่รู้จักดีและ  
ได้รับการยอมรับในคุณภาพของสินค้าได้ผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่ม  
สะอาด ซึ่งผู้บริโภคจดจำได้เป็นอย่างดีเพราะมีความเป็นเอกลักษณ์  
สวยงาม และจดจำง่ายได้ผลิตสินค้าประเภทน้ำดื่มสะอาด ซึ่งผู้บริโภค  
ให้ความไว้วางใจ เชื่อมันผูกพัน และคุ้นเคยละบริษัทน้ำดื่ม ได้ผลิต  
สินค้าประเภทน้ำดื่มสะอาด ซึ่งผู้บริโภครู้สึกภูมิใจเมื่อได้บริโภคสินค้า

**ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยกับ  
ข้อบริษัทน้ำดื่มได้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า  
และบริษัทน้ำดื่ม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้วยราคาที่เป็นธรรม ไม่  
เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงอนุมานจากการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับเพศที่แตกต่างกันมี  
ทัศนคติความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระ (เพศ)	
ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม	ค่าSig.
ภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม	0.584
ด้านองค์กร	0.137
ด้านสินค้า	0.889
ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	0.885

ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานด้านเพศแตกต่างกันมี  
ระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม พบว่าค่า Sig. มีค่า  
มากกว่า 0.05 หมายความว่าเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
ภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่มโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับเพศที่แตกต่างกันมี  
ทัศนคติความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ที่แตกต่างกัน

	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อ เดือน
ภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม Sig.	0.481	0.457	0.367	0.499
ด้านองค์กร Sig.	0.281	0.145	0.984	0.373
ด้านสินค้า Sig.	0.896	0.758	0.671	0.438
ด้านการประกอบธุรกิจด้วย ความเป็นธรรม Sig.	0.498	0.746	0.344	0.835

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของ  
บริษัทน้ำดื่ม พบว่าด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ค่า Sig. ประกอบด้วย  
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีค่ามากกว่า 0.05

หมายความว่าผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อ  
เดือน ที่แตกต่างกันมีทัศนคติความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำ  
ดื่ม ด้านองค์กร ด้านสินค้า และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความ  
เป็นธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 3 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน ทัศนคติผู้บริโภคในด้านความ  
รับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม

ภาพลักษณ์บริษัทน้ำดื่ม		
ความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทน้ำดื่ม	Pearson Correlation(r)	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านความรับผิดชอบต่อ ผู้บริโภค	0.737	สูง
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและ ช่วยเหลือสังคม	0.921	สูงมาก
ด้านการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม	0.847	สูงมาก

ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน ทัศนคติผู้บริโภคในด้านความ  
รับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่มพบว่า ความ  
รับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำดื่ม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์  
บริษัทน้ำดื่มอยู่ในระดับ สูง (0.737) และด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและ  
ช่วยเหลือสังคมมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์บริษัทน้ำดื่มอยู่ในระดับ  
สูงมาก (0.921) ในขณะที่ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์  
กับภาพลักษณ์บริษัทน้ำดื่มอยู่ในระดับ สูงมาก (0.847)

**7. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย**

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อ  
สังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ในมุมมองของผู้บริโภคใน  
เขตกรุงเทพมหานครนำมาอภิปรายได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง  
มากกว่าเพศชาย มีอายุในช่วง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มี  
อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า  
หรือเท่ากับ 10,000 บาท และส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม  
ยี่ห้อ Nestle

โดยผลการวิจัยความคิดเห็นความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR)  
ของบริษัทน้ำดื่ม ในมุมมองผู้บริโภคให้ความสนใจกับเรื่องความ  
รับผิดชอบต่อผู้บริโภคอยู่ในระดับที่ เห็นด้วย สำหรับด้านการร่วม  
พัฒนาชุมชนและช่วยเหลือสังคมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่  
ในระดับเห็นด้วยรวมถึงด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมผู้ตอบ  
แบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย เช่นกัน

สำหรับการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำ  
ดื่ม ในด้านองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ  
เห็นด้วยในด้านสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็น  
ด้วยและสำหรับด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมผู้ตอบ  
แบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยเช่นกัน

จากการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกรณี  
ประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (t-test)พบว่า เพศที่แตกต่างกันมี  
ระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกันและ  
การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่มขึ้นไป  
(F-test) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อ  
เดือน ที่แตกต่างกันมีทัศนคติความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำ  
ดื่ม ด้านองค์กร ด้านสินค้า และด้านการประกอบธุรกิจด้วยความ  
เป็นธรรม ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน ทศนคติผู้บริโภคในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่มพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทน้ำดื่ม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์บริษัทน้ำดื่มอยู่ในระดับ สูง และด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและช่วยเหลือสังคม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์บริษัทน้ำดื่มอยู่ในระดับ สูงมาก ในขณะที่ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์บริษัทน้ำดื่มอยู่ในระดับ สูงมาก สอดคล้องกับพัทธรศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) และ จริยาวัต อัยวงษ์(2552)ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์พบว่า มีความสัมพันธ์กัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของรุจิพัชร เรืองธาร์พงค์. (2549) และจิริญา โยธากิริกษณ์ (2552)ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่าสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมทำให้มีภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น

### 8. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ของบริษัทน้ำดื่ม ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค จากการวิจัยพบว่าโดยรวมมีระดับความเห็นด้วยเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ บริษัทน้ำดื่มได้ผลิตน้ำดื่ม ที่มีคุณภาพสูง คุ้มค่าในราคาที่เหมาะสม มี การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ผู้บริโภค และบริษัทน้ำดื่ม มีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้า ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า บริษัทน้ำดื่มทำได้ดีอยู่แล้ว และควรทำการกระจายข่าวให้ไปในทิศทางที่กว้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้

ด้านการพัฒนาช่วยเหลือสังคม จากการวิจัยพบว่าโดยรวมมีระดับความเห็นด้วยเป็นอันดับ 2 ได้แก่บริษัทน้ำดื่ม สนับสนุนการศึกษาโดยการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กยากไร้ได้ร่วมพัฒนาชุมชนโดยการสร้าง ศูนย์การเรียนรู้นอกห้องเรียนให้แก่เด็ก และเยาวชนได้ช่วยเหลือสังคมในการบริจาคสิ่งบรรเทาสาธารณภัย ในรูปแบบของการช่วยเหลือด้านทรัพยากร เช่น น้ำดื่มยี่ห้อหลักจรรยาบรรณ ร่วมสร้างสรรค์สื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อปลูกจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และบริษัทน้ำดื่มได้เปิดโอกาสและช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆ เช่นโครงการ “แฟนด้ายูทูทแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า บริษัทน้ำดื่มไม่ควรทำกิจกรรมกระจายในหลายรูปแบบ แต่ควรเลือกทำกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตน จะทำให้ผู้บริโภคจดจำและส่งผลต่อภาพลักษณ์ได้ดีกว่า

ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จากการวิจัยพบว่าโดยรวมมีระดับความเห็นด้วยเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ บริษัทน้ำดื่มน้อมนำแนวพระราชดำริ รักษาสิ่งแวดล้อม เช่น “Live positive ร่วมทำสิ่งดีๆ เพื่อนี้...เพื่อโลก” โครงการอนุรักษ์แม่ น้ำ้าง เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว และคืนชีวิตสู่สายน้ำมีนโยบายในการดำเนินธุรกิจ ที่ส่งเสริมการร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยใช้แนวคิด “โครงการธนาคาร recycle เพื่อสิ่งแวดล้อมสีเขียว” มาใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น การนำกลับมาใช้ใหม่และบริษัทน้ำดื่ม ได้ออกสื่อโฆษณา ขวนให้ทุกคนได้ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรและระบบนิเวศที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า บริษัทควรดำเนินกิจกรรมที่จะสามารถส่งผลได้ในระยะยาว เพื่อให้สังคมได้เห็นว่าเป็นบริษัทที่ได้ใส่ใจที่จะช่วยเหลือสังคมอย่างแท้จริง

### 9. เอกสารอ้างอิง

- จริยาวัต อัยวงษ์. (2552). ภาพลักษณ์ของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ในมุมมองของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิริญา โยธากิริกษณ์. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และผลต่อทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า ปตท. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้า.
- พรวุฒิ สารสิน. (2557). กิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด “การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต.เข้าถึงได้จาก <http://www.thainamthip.co.th/index.php>, (สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2557)
- พัทธรศุภางค์ ศรีสวัสดิ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กร เครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รุจิพัชร เรืองธาร์พงค์. (2549). อิทธิพลของภาพลักษณ์ของผู้บริหารระดับสูง (CEO) ที่มีต่อภาพลักษณ์ต่อตราสินค้า. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพลโสคติยานุรักษ์เลขา. (2556). สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ “การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต.เข้าถึงได้จาก<http://www.sec.or.th/>, (สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2557)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. (2549). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสารจำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- CSR กับการตลาดเพื่อสังคม.การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaichamber.org/>(สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2557)
- Philip Kotler. (2000). Marketing Management.The Millennium Edition. New Jersey: Prentice Hall.

### 10. ประวัติผู้วิจัย



- ชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อีระวัฒน์ จันทิก (Ph.D.) การศึกษา:ปริญญาเอก สาขาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา (ปร.ด.)มหาวิทยาลัยบูรพา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 โทร 08-2482-2299E-mail thirawat.scb@gmail.com
- สุวิดา เกิดนวล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เลขที่ 1 หมู่ 1 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120