

การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม  
ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

Perception of Customers in Mueang Chiang Rai District Towards Corporate Social  
Responsibility Activities of Krung Thai Bank Public Company Limited

อันธิกา ศรีวิสัย\* และก้องภู่ นิมานันท์\*\*

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมุ่งเสริมสร้างทุนทางปัญญาใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา โดยจะทำการศึกษาการรับรู้ของลูกค้าเฉพาะกิจกรรมภายนอก (CSR-after-Process) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ในส่วนการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงราย จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการศึกษาการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการกรุงไทยยุววานิชมากที่สุด ด้านศิลปวัฒนธรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทยมากที่สุด ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการกรุงไทย หัวใจสีเขียวมากที่สุด ด้านกีฬาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการสนับสนุนสมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทยมากที่สุด

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ โครงการกรุงไทยสานฝันสู่บัณฑิตและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของ

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์ ด้านศิลปวัฒนธรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทยและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการ KTB CSR KIDS CAMP และผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์ ด้านกีฬา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ โครงการ KTB เยาวชนคนรักบอลและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์

## ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the perception of customers in Mueang Chiang Rai District towards corporate social responsibility activities of Krung Thai Bank Public Company Limited based on the concept and theory of customer perception towards corporate social responsibility by Krung Thai Bank, which aimed at creating knowledge in 4 dimensions namely education, arts and culture, society and the environment, and sports. The study focused on CSR-after-Process by Krung Thai Bank, which was in line with CSR by corporates for the development of communities and society, as well as the environment. The data for this study was collected using questionnaire distributed to 400 Krung Thai Bank's customers in Mueang Chiang Rai District. The data was analyzed using descriptive statistics namely frequency, percentage and mean.

From the study, it was found that most questionnaire respondents were female, 40-49 years old, single, and are government officials or state enterprise employees. Their monthly income was 10,001-20,000 baht and 20,001-30,000 baht. Most held Bachelor's degree.

The results of the study of customer perception towards the 4 dimensions of Krung Thai Bank's CSR activities showed that in Education, the questionnaire respondents perceived about Krung Thai Young Business People Project the most. In Arts and culture, the respondents perceived about the Conservation of Thailand's Traditions and Important Religious Days Project the most. In society and the environment, the respondents perceived about Krung Thai Green Heart Project the most. In sports, the respondents perceived about Supports for Thailand's International Boxing Association Project the most.

From the study of customer opinion towards CSR activities in the 4 dimension, it was found that in education, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the

highest was Krung Thai Weaving Dream for New Graduates Project, and the respondents agreed with all project's objectives. In arts and culture, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was the Conservation of Thailand's Traditions and Important Religious Days Project, and the respondents agreed with all project's objectives. In society and the environment, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was KTB CSR Kids Camp Project, and the respondents agreed with all project's objectives. In sports, the respondents ranked the overall CSR activities at the "agree" level. The project that was ranked the highest was KTB Young People Loving Balls Project, and the respondents agreed with all project's objectives.

## บทนำ

จากสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ทุกภาคธุรกิจหันมาให้ความสนใจและความสำคัญกับเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) มากขึ้น เพราะเปรียบเสมือนเป็นกลไกและกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจได้ ภาคธุรกิจต้องมีความใส่ใจกับผู้ที่มีส่วนได้เสียที่สามารถสร้างผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจ หรือผู้ที่สร้างผลกระทบทางอ้อมต่อธุรกิจนั้น รวมไปถึงพนักงาน ลูกค้าหรือคู่ค้าต่างๆ ตลอดจนชุมชนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมของธุรกิจนั้น ยิ่งธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและมีการมีส่วนร่วมที่ดี ธุรกิจก็จะได้รับการยอมรับจากสังคมและจะสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง องค์กรต่างๆ จึงทำกิจกรรมในเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการปรับตัว ปรับแนวคิดให้มุ่งไปสู่องค์กรที่มีส่วนต่อความรับผิดชอบต่อสังคม นอกเหนือจากการแสวงหาผลกำไรอันเป็นวัตถุประสงค์หลักของกิจการโดยทั่วไป ซึ่งถือเป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการกำกับที่ดีควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (ผศ.ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่เป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำที่มีความมั่นคงยาวนานกว่า 40 ปี ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประชาชนทั่วไป ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายและมีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ ธนาคารเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนนโยบายของรัฐ เพื่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ธนาคารมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล (CG : Corporate Governance) มีความโปร่งใสบนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม ด้วยการตระหนักถึงความสำคัญของการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้อง ธนาคารยังคงดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR : Corporate Social Responsibility) และกำหนดเป็นพันธกิจสำคัญที่ส่งเสริมการลงทุนทางปัญญา เพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ในสังคมไทยอย่างจริงจัง มาตั้งแต่ปี 2545 โดยธนาคาร สนับสนุนและส่งเสริมให้สังคมมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวนโยบายของผู้บริหารทุกระดับ ความร่วมมือของพนักงานทุกภาคส่วน ต่างมีส่วนร่วมในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับสังคมและมีส่วนร่วมสร้างกระบวนการคิด อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งผลดีต่อสังคมในวงกว้าง โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างทุนทางปัญญา ด้วยการดำเนินกิจกรรมผ่านโครงการต่างๆ โครงการ CSR ของธนาคารมุ่งการเสริมสร้างทุนทางปัญญาใน 4 มิติ ทั้งมิติในด้านการศึกษา

ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา เช่น โครงการกรุงไทยสานฝันสู่บัณฑิต กรุงไทยสานฝันโรงเรียนดีใกล้บ้าน กรุงไทยยุวอาณิข โครงการปลูกต้นกล้าความดี กรุงไทยต้นกล้าสีเขียว โครงการ CSR Kids Camp และโครงการ KTB เยาวชนคนรักกีฬา เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมและโครงการต่างๆ ของธนาคารเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม อีกทั้งยังทำให้ประชาชนรู้จักธนาคารมากยิ่งขึ้นและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคารอีกด้วย (ธนาคารกรุงไทย, 2555: ออนไลน์)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงราย เป็นธนาคารที่มีผลประกอบการทางด้านเศรษฐกิจที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพและโอกาสที่ดีในตำแหน่งยุทธศาสตร์ทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากมีความได้เปรียบจากระบบคมนาคมขนส่งเครือข่ายโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงกับประเทศ พม่า ลาว และจีนตอนใต้ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ และเป็นเมืองหน้าด่านเศรษฐกิจ (Gateway) ของประเทศไทย ทำให้การค้าปริมาณชายแดนมีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้นจากปี 2554 มูลค่า 29,771.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.25 อีกทั้งเป็นศูนย์กลาง GMS ในด้านการพาณิชย์ การศึกษา แหล่งที่อยู่อาศัยและธุรกิจบริการส่งผลให้มีการใช้บริการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมากจากลูกค้าในจังหวัดและลูกค้าจากต่างประเทศ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย, 2556: ออนไลน์)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ทั้ง 8 สาขา สังกัดสำนักงานเขตเชียงราย มีการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสาขาหลักของสำนักงานเขตเชียงรายในการรับนโยบายจากสำนักงานใหญ่ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเรื่อง CSR มาดำเนินงานตามแผนงาน และจากข้อมูลจากธนาคารกรุงไทย สำนักงานเขตเชียงราย (2556) ในการจัดกิจกรรม CSR ของธนาคารกรุงไทย เช่นโครงการกรุงไทยสานฝันโรงเรียนดีใกล้บ้าน โครงการกรุงไทยอาสา โครงการต้นกล้าสีเขียว โครงการ CSR Kids Camp โครงการยุวอาณิข เป็นต้น พบว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปี 2554 และ 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 43 และร้อยละ 57 ตามลำดับ และจากการจัดกิจกรรมดังกล่าวทำให้ธนาคารเห็นว่าการศึกษารับรู้ของลูกค้าต่อการดำเนินกิจกรรม CSR มีความสำคัญ เนื่องจากการทำ CSR เป็นรากฐานสำคัญที่จะทำให้ธนาคารเติบโตทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง รวมถึงส่งเสริมการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายของธนาคาร โดยเฉพาะลูกค้าที่มีความสำคัญที่จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการเติบโตทางธุรกิจของธนาคารโดยตรง ธนาคารเห็นถึงความสำคัญในการเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมภายใต้การดำเนินโครงการต่างๆตามกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณชน ธนาคารตระหนักและให้ความสำคัญกับเสียงตอบรับจากการร่วมกิจกรรม CSR ของลูกค้า อีกทั้งยังมีการดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการทางธุรกรรมการเงิน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม รวมถึงการออกแบบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามโครงการ CSR ที่มีประโยชน์และตรงต่อความต้องการของลูกค้า อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารในระยะยาว อีกทั้งยังเกิดผลในด้านการสื่อสารและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารกับลูกค้า และในปัจจุบันการสร้างธุรกิจให้เติบโตแบบยั่งยืนในภาวะที่มีการแข่งขันจำเป็นต้องอาศัยกลุ่มลูกค้าที่ภักดีต่อองค์กรอย่างเหนียวแน่น สำหรับองค์กรที่สามารถยึดครองใจและความภักดีจากลูกค้าได้ยาวนาน ย่อมต้องมี “ความดี” อยู่ในตัวที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจนั้นๆ ดังนั้นธนาคารจึงนำความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในองค์กร เพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนและส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารอีกด้วย

ดังนั้นจากข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรม CSR และผลประกอบการของธนาคารที่เพิ่มขึ้นจากยุทธศาสตร์ทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัด ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธนาคารมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยส่งเสริมและสร้างการรับรู้ที่มีคุณค่าของลูกค้าต่อองค์กรได้ดียิ่งขึ้น

## กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ศึกษาการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆตามโครงการ CSR ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมุ่งเสริมสร้างทุนทางปัญญาใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านกีฬา โดยจะทำการศึกษากการรับรู้ของลูกค้าเฉพาะกิจกรรมภายนอก (CSR-after-Process) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมภายนอกเหล่านี้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ในส่วนการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากลูกค้าจะทราบเฉพาะกิจกรรมภายนอก (CSR-after-Process) มากกว่าการรับรู้กิจกรรมภายใน (CSR-in-Process) และกิจกรรมภายนอกจะสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้และมุมมองของลูกค้าในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้โดยตรง อีกทั้งศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

## วิธีการศึกษา

### 1. ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะศึกษาการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆตามโครงการ CSR ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมุ่งเสริมสร้างทุนทางปัญญาใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านกีฬา โดยจะทำการศึกษากการรับรู้ของลูกค้าเฉพาะกิจกรรมภายนอก (CSR-after-Process) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมภายนอกเหล่านี้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ในส่วนการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

### 2. ขั้นตอนการศึกษา

1. การกำหนดหลักการและเหตุผลในการศึกษา
2. กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษา
3. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
4. กำหนดกรอบแนวคิด กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
5. ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม

6. รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผลและอภิปรายผลการศึกษา

7. นำเสนอผลการศึกษา

### 3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 8 สาขา ได้แก่ สาขาเชียงราย สาขาห้าแยกพ่อขุนเม็งราย สาขาบึงสีเชียงราย สาขาตลาดป่าก่อ สาขาตลาดบ้านคู้ สาขาเด่นห้า สาขาเซนทรัลพลาซ่าเชียงราย และสาขาศูนย์ราชการเชียงราย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนเนื่องจากธนาคารไม่ได้เก็บข้อมูลตามรายชื่อลูกค้า และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างของ Seymour Sudman โดยเปิดตารางเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นสาขาละ 50 ราย (กุนทลี รื่นรมย์, 2549: 187) โดยจะทำการเก็บข้อมูลแบบตามสะดวกจากกลุ่มตัวอย่าง

### 4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงราย ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 ราย โดยใช้ในการตอบแบบสอบถาม

## ผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเพศชายจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ สถานภาพแต่งงานจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 โดยประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้าง/อาชีพอิสระ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ 30,001 – 30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)**

**ตอนที่ 2.1 การรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา**

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อมและด้านกีฬา โดย

**ด้านการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการกรู๋ไทยยูวาวาณิชมากที่สุด จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมา คือ โครงการต้นกล้าสีขาว จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 โครงการกรู๋ไทยสาธิต จำนวน 212 คนคิดเป็นร้อยละ 53.0 และโครงการกรู๋ไทยสาธิตโรงเรียนดีใกล้บ้าน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ตามลำดับ

**ด้านศิลปวัฒนธรรม** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทยมากที่สุด จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา คือ โครงการหอศิลป์กรู๋ไทย จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 โครงการกรู๋ไทยสาธิตศิลปวัฒนธรรม จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และโครงการสวนประติมากรรมกรู๋ไทย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

**ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการกรู๋ไทย หัวใจสีเขียว มากที่สุด จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.0 รองลงมาคือ โครงการกรู๋ไทยอาสา จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 โครงการกรู๋ไทยสนับสนุนอาหารกลางวัน สำหรับโรงเรียนขาดโอกาส จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 และโครงการ KTB CSR KIDS CAMP จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ตามลำดับ

**ด้านกีฬา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้โครงการสนับสนุนสมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทยมากที่สุด จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมา คือ โครงการ KTB เยาวชนคนรักบอล จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และโครงการสนับสนุนสมาคมฟันดาบสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2.2 ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรู๋ไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา**

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรู๋ไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรู๋ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้แบ่งเป็นด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรู๋ไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ มิติด้านการศึกษา มิติด้านศิลปวัฒนธรรม มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และมิติด้านกีฬาโดย

**ด้านการศึกษา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านการศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อพิจารณาแต่ละโครงการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านการศึกษามากที่สุดได้แก่ โครงการกรู๋ไทยสาธิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 รองลงมา คือโครงการกรู๋ไทยยูวาวาณิช มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 โครงการกรู๋ไทยสาธิต โรงเรียนดีใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 และโครงการต้นกล้าสีขาว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ของโครงการต่างๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์

**ด้านศิลปวัฒนธรรม** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านศิลปวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อพิจารณาแต่ละโครงการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านศิลปวัฒนธรรมมากที่สุดได้แก่ โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 รองลงมา คือโครงการสวนประติมากรรมกรุงไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 โครงการหอศิลป์กรุงไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 และโครงการกรุงไทยสถานศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ของโครงการต่างๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์

**ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อพิจารณาแต่ละโครงการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการต่างๆในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากที่สุดได้แก่ โครงการKTB CSR KIDS CAMP มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 รองลงมา คือโครงการกรุงไทยสนับสนุนอาหารกลางวัน สำหรับโรงเรียนขาดโอกาส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 โครงการกรุงไทยอาสา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และโครงการกรุงไทยหัวใจสีเขียว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ของโครงการต่างๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์

**ด้านกีฬา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านกีฬาในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อพิจารณาแต่ละโครงการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ โดยโครงการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านกีฬามากที่สุด ได้แก่ โครงการKTBเยาวชนคนรักบอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 รองลงมา คือโครงการสนับสนุนสมาคมฟันดาบสมัครเล่นประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 และโครงการสนับสนุนสมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 ตามลำดับ

และเมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ของโครงการต่างๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ของแต่ละโครงการในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ทุกวัตถุประสงค์



### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมด้านสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คือ

1. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านสังคมภายในพื้นที่สาขาเพิ่มขึ้น เนื่องจากสาขาเป็นสถานที่ที่ลูกค้ามีโอกาสเกิดการรับรู้ในกิจกรรมต่างๆมากที่สุด
2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านสังคมผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และเน้นประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
3. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรมีการนำเสนอภาพกิจกรรมหรือความสำเร็จจากการทำกิจกรรมด้านสังคม นำจัดแสดงที่สาขาเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ความสำเร็จของกิจกรรมต่างๆ มากยิ่งขึ้น
4. กิจกรรมด้านสังคมในบางโครงการ ควรจะปรับให้เข้ากับวิถีชีวิตของลูกค้าในแต่ละพื้นที่
5. ควรเน้นการมีส่วนร่วมของลูกค้าในกิจกรรมด้านสังคมต่างๆ ให้มากขึ้น

### การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 มิติ พบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ดังนี้

มิติด้านการศึกษา การรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ในมิติด้านการศึกษาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงว่าลูกค้ารับรู้หรือไม่รับรู้ในกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR พบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ในภาพรวมของทุกโครงการจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 3 โครงการ โดยโครงการกรุงไทยยูวาณิช มีการรับรู้ร้อยละ 85.0 โครงการต้นกล้าสีขาว มีการรับรู้ร้อยละ 70.0 และโครงการกรุงไทยสานฝันสู่บัณฑิต มีการรับรู้ร้อยละ 53.0

มิติด้านศิลปวัฒนธรรม การรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการCSR ในมิติด้านศิลปวัฒนธรรมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงว่าลูกค้ารับรู้หรือไม่รับรู้ในกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR พบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ในภาพรวมของทุกโครงการจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 3โครงการ โดยโครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทย มีการรับรู้ร้อยละ 100.0 โครงการหอศิลป์กรุงไทย มีการรับรู้ร้อยละ 69.0 และโครงการกรุงไทย สานศิลปวัฒนธรรม มีการรับรู้ร้อยละ 50.0

มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงว่าลูกค้ารับรู้หรือไม่รับรู้ในกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR พบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ในภาพรวมของทุกโครงการจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 3 โครงการ โดยโครงการกรุงไทย หัวใจสีเขียว มีการรับรู้ร้อยละ 92.0 โครงการกรุงไทย

อาสา มีการรับรู้ร้อยละ 74.0 และโครงการกรุงไทยสนับสนุนอาหารกลางวัน สำหรับโรงเรียนขาดโอกาส มีการรับรู้ร้อยละ 67.0

มิติด้านกีฬา พบว่า การรับรู้ของลูกค้านอกกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ในมิติด้านกีฬาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงว่าลูกค้านับหรือรับรู้ในกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR พบว่า ลูกค้านับหรือรับรู้ในภาพรวมของทุกโครงการจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 2 โครงการ โดยโครงการสนับสนุนสมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทย มีการรับรู้ร้อยละ 77.0 และโครงการ KTB เยาวชนคนรักบอล มีการรับรู้ร้อยละ 57.0

ในส่วนของความคิดเห็นของลูกค้านอกกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้านอกกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของลัดดา ห้าหาบ (2553) เรื่องภาพลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และการศึกษาของพัชร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กร เครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

มิติด้านการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติทางการศึกษาในภาพรวมของแต่ละโครงการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพัชร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กร เครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อเครือซีเมนต์ไทยที่ได้ช่วยเหลือสังคมโดยการสร้างมูลนิธิที่สนับสนุนด้านการศึกษาอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งการศึกษาของลัดดา ห้าหาบ (2553) ไม่ได้มีการศึกษาไว้

มิติด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านศิลปวัฒนธรรมในภาพรวมของแต่ละโครงการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของลัดดา ห้าหาบ (2553) เรื่องภาพลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทในด้านการประพฤติปฏิบัติภายในกรอบของกฎหมายและขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคมไทยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งการศึกษาของพัชร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) ไม่ได้มีการศึกษาไว้

มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในภาพรวมของแต่ละโครงการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของลัดดา ห้าหาบ (2553) เรื่องภาพลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบริษัทด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมและด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพัชร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อองค์กรเครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับเห็นด้วย

มิติด้านกีฬา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติด้านกีฬาในภาพรวมของแต่ละโครงการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของพัทตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อองค์กรเครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในด้านพัฒนาชุมชนและช่วยเหลือสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งการศึกษาของ ลัดดา ห้าหาบ (2553) ไม่ได้มีการศึกษาไว้

สำหรับในส่วนของการรับรู้และในส่วนของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อกิจกรรมด้านต่างๆ ตามโครงการ CSR ที่พบว่าบางโครงการในด้านต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้และมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาที่นำมาอภิปรายผลการศึกษา เนื่องจากโครงการ CSR เป็นโครงการเฉพาะของแต่ละองค์กร ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีนโยบาย วัตถุประสงค์และแผนการดำเนินงานที่เน้นในการทำกิจกรรม CSR ในด้านต่างๆ ที่มีความแตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องการรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษาขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อแนวทางในการกำหนดทิศทางการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคาร ดังนี้

1. จากการศึกษารายชื่อ การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะเห็นได้ว่าโครงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้จำนวนมากที่สุดคือ โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการที่ธนาคารให้ความสำคัญและดำเนินโครงการมาตลอดทั้งปี ธนาคารจึงควรดำเนินการในโครงการนี้อย่างต่อเนื่องต่อไป เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมในโครงการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ลูกค้าเห็นความสำคัญของประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทย และถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคาร ส่วนโครงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ โครงการสวนประติมากรรมกรุงไทย ลูกค้าเกิดการรับรู้กิจกรรมและรายละเอียดของโครงการนี้น้อย เนื่องจากเป็นโครงการที่มีการจัดแสดงนิทรรศการต่างจังหวัด ดังนั้นธนาคารควรจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่รายละเอียดของกิจกรรมในโครงการนี้เพื่อสร้างการรับรู้ที่ดีขึ้น ทั้งนี้ธนาคารอาจนำเสนอโครงการที่อยู่ในพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้โครงการในมิตินั้นๆ มากยิ่งขึ้น และเป็นการกระตุ้นความสนใจอยากมีส่วนร่วมในโครงการของลูกค้ามากขึ้นด้วย

2. จากการศึกษารายชื่อ การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะเห็นได้ว่า โดยภาพรวมผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีจำนวนมากกว่าร้อยละ 50 อย่างน้อย 2 โครงการในแต่ละมิติ ซึ่งถือได้ว่าลูกค้าเกิดการรับรู้ในการดำเนินงานของแต่ละโครงการของแต่ละมิติได้เป็นอย่างดี ดังนั้นธนาคารควรส่งเสริมและพัฒนาโครงการอื่นๆ ให้ดีขึ้นและดำเนินการในแต่ละโครงการอย่างต่อเนื่อง แต่มีบางโครงการที่การรับรู้ของ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากอาจจะมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่นๆ เช่น การประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ที่ไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง ความรู้ความเข้าใจและการจดจำได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นต้น ดังนั้น อนาคตอาจจะต้องมีการแนะนำโครงการ หรือมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในแต่ละโครงการเพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้โครงการต่างๆ ในแต่ละมิติมากขึ้น ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารของโครงการ ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในสาขา การจัดพื้นที่กิจกรรมภายในสาขาและเจ้าหน้าที่ธนาคารให้คำแนะนำ เป็นต้น จะช่วยสร้างการรับรู้ของลูกค้าต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในมิติต่างๆ ได้ดีมากขึ้น อีกทั้งธนาคารควรปรับรูปแบบการดำเนินงานกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการสร้างจุดเด่นของแต่ละกิจกรรม การนำเสนอรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งสามารถถ่ายทอดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนของโครงการในแต่ละมิติได้ดี เพื่อสร้างการรับรู้ของลูกค้าได้ง่ายขึ้น ช่วยกระตุ้นและดึงดูดให้ลูกค้าอยากมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ มากขึ้น

3. จากการศึกษาเรื่อง การรับรู้ของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงรายต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในส่วนของความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านกีฬา ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อด้านกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมต่างๆ ตามโครงการ CSR ใน 4 มิติของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวมของแต่ละโครงการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาและดำเนินการในแต่ละโครงการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและสนับสนุนวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ สำหรับโครงการที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ใน 5 ลำดับสุดท้ายนั้น ธนาคารควรปรับรูปแบบการดำเนินงานกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในโครงการต่างๆ นี้ โดยอาจจะมีการกำหนดรูปแบบกิจกรรมที่สามารถถ่ายทอดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนของแต่ละโครงการให้สอดคล้องกับความเป็นไปได้มากขึ้น เพื่อสื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและความเชื่อมั่นในโครงการมากขึ้น อีกทั้งธนาคารควรพิจารณาความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับโครงการต่างๆ เพื่อธนาคารสามารถนำความคิดเห็นนั้นๆ มาปรับเพื่อนำเสนอรูปแบบกิจกรรมให้หลากหลายและตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ ความสนใจ ความเข้าใจและอยากมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ มากขึ้น

4. จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกโครงการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ทุกกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สามารถก่อให้เกิดผลดีและประโยชน์ต่อสังคม โดยโครงการกรุงไทยสานฝันสู่บัณฑิตและโครงการ KTB เยาวชนคนรักบอลถือได้ว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้งสองโครงการเป็นโครงการที่ได้สร้างโอกาสให้กับคน โดยมอบโอกาสและการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่เยาวชน ดังนั้นธนาคารจึงควรมีการดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและเป็นการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของประเทศสืบต่อไป

5. ธนาคารควรส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆ มิติอย่างต่อเนื่อง โดยอาจกำหนดรูปแบบของโครงการต่างๆ ให้ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและจัดกิจกรรมต่างๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการและสอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่

6. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรมีการนำเสนอภาพกิจกรรมหรือความสำเร็จจากการทำกิจกรรมด้านสังคมในทุกๆ มิติ โดยนำจัดแสดงภายในพื้นที่สาขา เพื่อให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมและทราบความสำเร็จของโครงการต่างๆ ของธนาคารมากขึ้น

7. จากการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งประเภทของกิจกรรมต่างๆ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใน 4 มิติ คือ การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม และกีฬา ตามรูปแบบการทำ CSR ในเชิงยุทธศาสตร์และเชิงสร้างสรรค์ โดยพัฒนากิจกรรมที่เกิดความร่วมมือทั้งจากส่วนขององค์กร พนักงานในองค์กร และบุคคลภายนอกองค์กร ตามนโยบายและแผนการจัดกิจกรรม CSR ของธนาคาร จะพบว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลนี้มาประยุกต์ใช้ในการปรับรูปแบบของกิจกรรมจาก CSR-after-Process เป็น CSR-in-Process เพื่อให้บรรลุผลทางการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

ตารางแสดงรายละเอียดการประยุกต์กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามรูปแบบ CSR-in-Process

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	CSR-in-Process
<b>มิติด้านการศึกษา</b>	
โครงการกรุงไทยสานฝันโรงเรียนดีใกล้บ้าน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ธนาคารสามารถคัดเลือกผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการต่างๆ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรหรือร่วมงานกับธนาคารในอนาคตเนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ มีทัศนคติที่ดี</li> <li>• การปลูกฝังเยาวชนให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส และให้เยาวชนเข้าใจในหลักการทำธุรกิจผ่านการเข้าร่วมโครงการ จะเป็นพื้นฐานในการสร้างบุคลากรที่ดีแก่องค์กรต่างๆ ได้ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานและการบริหารงานที่ดีตามหลักปรัชญาภิบาลของธนาคาร</li> </ul>
โครงการกรุงไทยต้นกล้าสีขาว	
โครงการกรุงไทยสานฝันสู่บัณฑิต	
โครงการกรุงไทยยุววานิช	
<b>มิติด้านศิลปวัฒนธรรม</b>	
โครงการกรุงไทยสานศิลปวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พนักงานธนาคารสามารถมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยให้พนักงานผ่อนคลายจากการทำงาน</li> </ul>
โครงการสวนประติมากรรมกรุงไทย	
โครงการหอศิลป์กรุงไทย	

<p>โครงการร่วมสืบทอดประเพณีและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาของประเทศไทย</p>	<p>เกิดความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจที่ดีในการทำงานมากขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การอนุรักษ์ประเพณีและวันสำคัญของประเทศไทยผ่านโครงการต่างๆ จะทำให้ลูกค้ำมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน รวมทั้งธนาคารมากขึ้น</li> <li>● การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมกิจกรรมทางศาสนาเพื่อให้พนักงานใช้เป็นแหล่งรวมจิตใจ มีคุณธรรมและสร้างความสามัคคี ในองค์กรได้</li> </ul>
<p><b>มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม</b></p>	
<p>โครงการกรู๊งไทยหัวใจสีเขียว</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● พนักงานธนาคารสามารถร่วมกิจกรรมใน ชมรมกรู๊งไทยอาสา เพื่อตอบแทนและให้ความช่วยเหลือสังคม ถือเป็นสร้างพลังความดี</li> </ul>
<p>ชมรมกรู๊งไทยอาสา</p>	
<p>โครงการกรู๊งไทยสนับสนุนอาหารกลางวันสำหรับโรงเรียนขาดโอกาส</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ธนาคารควรเป็นต้นแบบในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยอาจมีการเสนอ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมให้พนักงานมีส่วนร่วมมากขึ้น และมีการจัดกิจกรรมโครงการกรู๊งไทย หัวใจสีเขียวเป็นประจำ</li> </ul>
<p>โครงการ KTB CSR KIDS CAMP</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานมีจิตอาสาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น</li> <li>● ควรมีการกำหนดนโยบายหรือข้อปฏิบัติของพนักงานที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมในองค์กรมากขึ้น เช่น การรณรงค์ให้ลดการใช้ไฟฟ้าในช่วงพักกลางวัน การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ภายในองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น</li> <li>● จากโครงการ KTB CSR KIDS CAMP เยาวชนที่เข้าร่วมในโครงการ อาจมีการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนของธนาคารในการช่วยประชาสัมพันธ์ธนาคารในเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</li> </ul>
<p><b>มิติด้านกีฬา</b></p>	
<p>การสนับสนุนสมาคมมวยสากลแห่งประเทศไทย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ธนาคารควรส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมหรือรับรู้กิจกรรมโครงการต่างๆด้านกีฬา เพื่อพนักงานจะได้ช่วยประชาสัมพันธ์หรือกระตุ้นให้ลูกค้ำสนใจในกิจกรรมของโครงการด้านกีฬามากขึ้น</li> </ul>
<p>โครงการ KTB เยาวชนคนรักบอล</p>	
<p>โครงการสนับสนุนสมาคมฟันดาบสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บุคลากรของพนักงานที่เข้าร่วมในโครงการ KTB เยาวชนคนรักบอล จะช่วยสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันที่ดีต่อองค์กรได้</li> </ul>

## บรรณานุกรม

- การเตรียมรับมือเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของจังหวัดเชียงราย. (2556). ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2556, จาก <http://pcoc.moc.go.th/wappPCOC/57/>
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2552). *จิตวิทยาทั่วไป*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กฤษณ์ รื่นรมย์. (2549). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). *แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ*: เมจิกเพลส.
- ความสำคัญของซีเอสอาร์. (2551). ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556, จาก [http://thaicsr.blogspot.com//2005/09/blog-post\\_112746387637126873.html](http://thaicsr.blogspot.com//2005/09/blog-post_112746387637126873.html)
- จำเนียร ช่างโชติ. (2526). *จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- จิตวิทยากับการรับรู้. (2552). ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556, จาก <http://www.vcharkarn.com/lesson/1455>
- ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน). (2556). *เกี่ยวกับชุมชนของเรา*. ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556, จาก <http://www.cser.ktb.co.th/aboutus/list.page>
- แบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ. (2555). ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556, จาก <http://ejournal.su.ac.th/upload/357.pdf>
- พัชร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์ขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- พัชรา ตันติประภา. (2553). *หลักการตลาด (Marketing Principles)* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). *CSR Corporate Social Responsibility Manangement การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร*. กรุงเทพฯ: ริงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย. (2546). *คู่มือการเขียนวิทยานิพนธ์และการค้นคว้าแบบอิสระ*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตนา ปัญญาดี. (2541). *ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักอัยการสูงสุดในสายตาประชาชนและสื่อมวลชน*. (กรุงเทพมหานคร:วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ลัดดา ห้าหาบ. (2553). *ภาพลักษณ์ด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย*. (การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- โสภณ พรโชคชัย. (2551). *CSR ที่แท้จริง*. กรุงเทพฯ: ส.วีรัชการพิมพ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนันตชัย ยูรประถม และกองบรรณาธิการ. (2550). *Corporate Social Responsibility Csr*. กรุงเทพฯ: มติชน. *CSR คือ?*.

(2556). ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556, จาก <http://www.csrcom.com/csr.php>

*Thai Corporate Social Responsibility: ซีเอสอาร์ คืออะไร*. (2549). ค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2556, จาก

[http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post\\_20.html](http://thaicsr.blogspot.com/2006/03/blog-post_20.html)