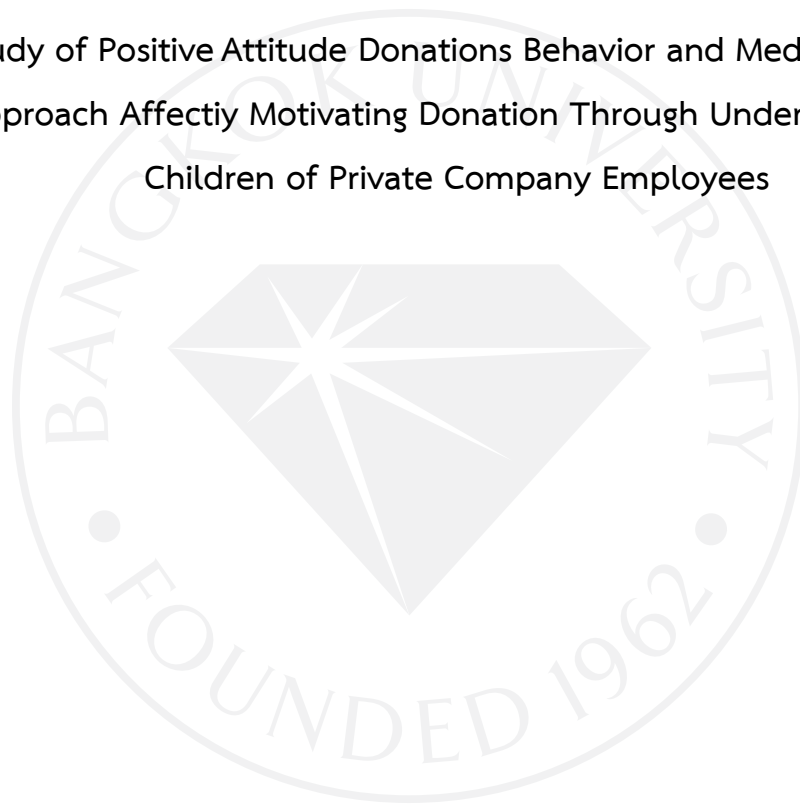


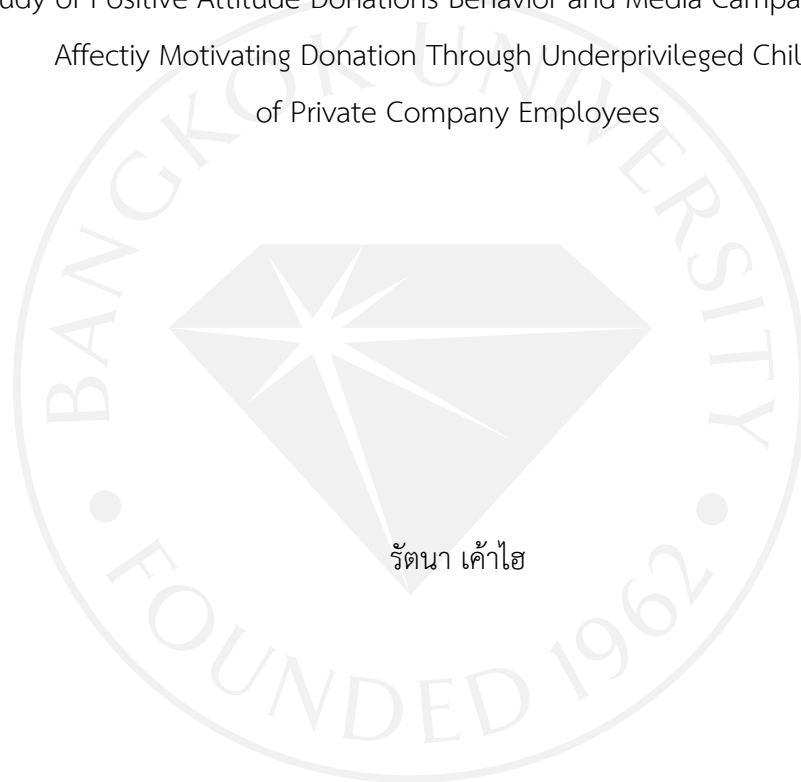
การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อ
ที่มีผลต่อแรงจูงใจในบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส
ของพนักงานบริษัทเอกชน

A Study of Positive Attitude Donations Behavior and Media Campaign
Approach Affectiy Motivating Donation Through Underprivileged
Children of Private Company Employees



การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อ
ที่มีผลต่อแรงจูงใจในบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส
ของพนักงานบริษัทเอกชน

A Study of Positive Attitude Donations Behavior and Media Campaign Approach
Affectiy Motivating Donation Through Underprivileged Children
of Private Company Employees



รัตนา เค้าโฮ

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2560

รัตนา คำไฮ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริการ และการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อ
แรงจูงใจในการบริการให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน

ผู้วิจัย รัตนา คำไฮ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย



อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ จิพพัฒนศิริศักดิ์)



.....
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ...31... เดือน ...มีนาคม... พ.ศ. 2560

รัตนา คำไฮ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ
บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน (102 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) อิทธิพลของทัศนคติเชิงบวก ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ
บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส 2) ความแตกต่างของพฤติกรรมการบริจาค ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ
บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส และ 3) ความแตกต่างของการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ
บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ
รวบรวมข้อมูล ทดสอบความตรงของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับพนักงาน
บริษัทเอกชน จำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.848 โดยแจกให้กับพนักงานบริษัทเอกชนแห่ง
หนึ่ง จำนวน 400 คน วิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน
ได้แก่ การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์การถดถอย
แบบง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) อิทธิพลของทัศนคติเชิงบวก มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็ก
ด้อยโอกาสแตกต่างกัน โดยมีภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก คิดเป็นร้อยละ 66.30 ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับ
การแบ่งปันในสิ่งที่เราพอมี เป็นการกระทำที่เหมาะสม 2) ความแตกต่างของพฤติกรรมการบริจาค มี
ผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสแตกต่างกัน ได้แก่ ความสำคัญในการบริจาค
ประเภทของเด็กด้อยโอกาสที่ต้องการบริจาค และความสนใจในการเลือกให้ทุนการศึกษาแก่เด็กที่
ด้อยโอกาส นอกนั้นไม่แตกต่างกัน 3) ความแตกต่างของการรณรงค์ผ่านสื่อ มีผลต่อแรงจูงใจในการ
บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ทัศนคติเชิงบวก, พฤติกรรมการบริจาค, การรณรงค์ผ่านสื่อ.

Kawhai, K M.B.A., March 2017 Graduated School, Bangkok University.

A Study of Positive Attitude Donations Behavior and Media Campaign Approach
Affectiy Motivating Donation through Underprivileged Children of Private Company
Employees in Thailand (102 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Sutinan Pomsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) To study the influence of a positive attitude that affects the incentive to donate to underprivileged children, 2) To study the difference of donation behaviors that affect the incentive to donate to underprivileged children, and 3) To study the difference of the campaign through the media that affect the incentive to donate to the underprivileged children by employees in private companies. Questionnaires were used for data collection. The validity and reliability of the content was tested with Cronbach's method on 30 employees at private companies in Thailand and the reliability was at .848. The questionnaires were handed out to 400 employees at a private company. The statistics were separated into 2 types: descriptive statistics and inferential statistics such as t-test, F-test, multiple regression analysis and simple regression analysis.

The study found that 1) Positive attitude affects the incentives to donate to underprivileged children differently with the overall was at a high level at 66.30 %. The majority agreed to appropriately share the things that have, 2) The differences in donor behavior affect the incentives to donate to underprivileged children to be different such as the importance of donation, type of underprivileged children, the selection to donate to scholarships for underprivileged children. Other than that there was no difference, 3) the difference of the campaign through the media affects the incentives to donate to underprivileged children to be different.

Keywords: Positive Attitude, Donation Behavior, Campaigns Through the media.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบพระคุณ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้ความรู้ความเข้าใจ คำแนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆทุกขั้นตอน ที่เกิดขึ้นในระหว่างการจัดทำ เพื่อให้การเขียนรายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ห้องบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้ความช่วยเหลืออย่างเป็นกันเองมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณภาควิชาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้ความอนุเคราะห์การใช้เครื่องมือ และสถานที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูล สำหรับทำรายงานการศึกษาค้นคว้าอย่างอิสระฉบับนี้

และสุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา รวมถึงผู้มีจิตกุศลทุกท่านที่คอยให้การสนับสนุนมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำโครงการศึกษาเฉพาะบุคคลในครั้งนี้ได้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

รัตนา คำไฮ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย	4
1.5 สมมุติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	5
1.6 นิยามคำศัพท์	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์	
2.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัย	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม	17
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ	21
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	29
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	41
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	44
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	45
3.4 สมมุติฐานการวิจัย	45
3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	45
3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	48
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	64
บทที่ 5 บทสรุป	
5.1 สรุปผลการวิจัย	77
5.2 การอภิปรายผล	82
5.3 ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	95
ประวัติผู้เขียน	101
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามเพศ	48
ตารางที่ 2 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามอายุ	48
ตารางที่ 3 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา	49
ตารางที่ 4 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามอาชีพ	49
ตารางที่ 5 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	50
ตารางที่ 6 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	50
ตารางที่ 7 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	52
ตารางที่ 8 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของรูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	53
ตารางที่ 9 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของวิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	53
ตารางที่ 10 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของช่องทางในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	54
ตารางที่ 11 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	54
ตารางที่ 12 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของมูลค่าในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	55
ตารางที่ 13 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของประเภทของเด็กด้อยโอกาสที่สนใจบริจาค	55
ตารางที่ 14 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส	56
ตารางที่ 15 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของมูลนิธิต่อเด็กด้อยโอกาสที่คำนึงถึงเป็นลำดับแรก	56
ตารางที่ 16 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์ผ่านสื่อ	57
ตารางที่ 17 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์ที่ไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้า	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 18 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์เกี่ยวกับความสนใจ ที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียล ของมูลนิธิต่างๆ	58
ตารางที่ 19 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์เกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ มีผลทำให้เห็นถึง ความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส	58
ตารางที่ 20 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการร่วมกิจกรรมบริจาค เมื่อมีการออกมารณรงค์	59
ตารางที่ 21 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสม ของบัตรเครดิตต่างๆ	59
ตารางที่ 22 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือ เด็กด้อยโอกาส	60
ตารางที่ 23 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาส	60
ตารางที่ 24 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความต้องการให้มีการรณรงค์ แก่เด็กด้อยโอกาสในด้านใดมากที่สุด	61
ตารางที่ 25 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	61
ตารางที่ 26 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทัศนคติเชิงบวก กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน	64
ตารางที่ 27 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง เหตุที่ทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในการบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาส	65
ตารางที่ 27-1 : แสดงค่าเฉลี่ยของการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของความสำคัญ ในการบริจาคของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 28 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างรูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	66
ตารางที่ 29 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างวิธีการบริจาคกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	66
ตารางที่ 30 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างช่องทางการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	67
ตารางที่ 31 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่างความตั้งใจในการบริจาค กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	67
ตารางที่ 32 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างมูลค่าการบริจาคโดยเฉลี่ยต่อปีให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	68
ตารางที่ 33 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างประเภทความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	68
ตารางที่ 33-1 : แสดงค่าเฉลี่ยของการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ประเภทความสนใจที่จะบริจาคของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	69
ตารางที่ 34 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	70
ตารางที่ 34-1 : แสดงค่าเฉลี่ยของการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	70
ตารางที่ 35 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่างมูลนิธิต่างๆในการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 36 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์ผ่านทางสื่อโซเชียลต่างๆทำให้สนใจที่จะบริจาค กับแรงจูงใจ ในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	72
ตารางที่ 37 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การเห็นด้วยหรือไม่หากการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้าง สรรพสินค้า กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	72
ตารางที่ 38 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ในสื่อโซเชียลของมูลนิธิ กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	73
ตารางที่ 39 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	73
ตารางที่ 40 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง เมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านจะร่วมกิจกรรมเป็นส่วนมาก กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	74
ตารางที่ 41 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเงินบริจาค ผ่านมูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาส กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	74
ตารางที่ 42 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวัน พิเศษต่างๆ กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	75
ตารางที่ 43 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง สื่อการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบ สอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	75
ตารางที่ 44 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ความต้องการด้านการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาส กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	76

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า
4



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังมีกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่เรียกกันว่า “กลุ่มผู้ด้อยโอกาส” ซึ่งคนกลุ่มนี้ไม่สามารถดำรงชีวิตได้เท่าเทียมกับคนอื่น ๆ ในสังคม และคนเหล่านี้ต้องได้รับการดูแล และ พิทักษ์สิทธิ ในการเข้าถึงหลักประกันความมั่นคงในชีวิต และพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งในประเทศไทยจะมีคนไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีจิตกุศลโอบอ้อมอารี มักที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติหรือศาสนาใดโดยไม่แบ่งแยก สามารถเห็นได้ชัดเจนในภาวะภัยพิบัติไม่ว่าจะเกิดขึ้นภายในหรือต่างประเทศ จะมีผู้ที่พร้อมจะให้ความช่วยเหลืออยู่เป็นจำนวนมาก การให้ความช่วยเหลือโดยทั่วไปนั้น สามารถทำได้ 3 รูปแบบดังนี้ 1.การช่วยเหลือด้วยเงิน 2.การช่วยเหลือด้วยข้าวของเครื่องใช้ 3.การช่วยเหลือด้วยความสามารถ แรงกาย และความรู้ (อมรรัตน์ อภินันท์มหกุล, 2559)

โครงสร้างของประเทศไทยที่ประกอบโดยภาครัฐและองค์กรธุรกิจ อาจจะไม่สามารถดูแลให้ประชาชนภายในประเทศมีความมั่นคงได้อย่างทั่วถึง และให้เท่าเทียมกันได้ ดังนั้นคนที่มืทรัพย์สินมากจะสามารถนำไปต่อยอดความมั่งคั่งให้กับตนเอง และครอบครัวได้อย่างต่อเนื่องแบบไร้ขีดจำกัด ตรงกันข้าม ในขณะที่ยังมีกลุ่มคนอีกจำนวนไม่น้อยในสังคมที่ไม่มีทรัพย์สินไว้ครอบครอง หรือมีน้อย ทำให้มีความเสียเปรียบ ซึ่งอาจทำให้คนเหล่านั้นไม่สามารถเข้าถึงปัจจัยปัจจัยขั้นพื้นฐานได้ เช่น โอกาสทางการศึกษา โอกาสทางด้านการประกันสุขภาพ โอกาสทางที่จะมีที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย เป็นต้น ส่งผลทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีคุณภาพชีวิตที่ไม่มีมาตรฐาน ขาดศักยภาพในการพัฒนาตนเอง รวมไปถึงบุคคลในครอบครัว และในที่สุดอาจนำไปสู่ปัญหาทางสังคมได้ โดยเฉพาะปัญหา “เด็กด้อยโอกาส และความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา” ด้วยเหตุนี้จึงมีองค์กรมูลนิธิต่างๆเกิดขึ้นมากมาย เพื่อส่งเสริมให้สังคมมีความสมดุล และช่วยปิดช่องว่างในส่วนที่รัฐบาลไม่สามารถเข้าถึง ทำให้คนกลุ่มนั้นได้มีโอกาสในชีวิตที่ดีขึ้น องค์กรเพื่อสาธารณประโยชน์เหล่านี้ไม่ได้จัดขึ้นเพื่อแสวงหาผลประโยชน์หรือกำไรรายได้หลักจะมาจากกาได้รับบริจาคของภาคเอกชน และบุคคลทั่วไป ซึ่งรายได้ส่วนนี้จะถูกนำไปดำเนินการช่วยเหลือต่างๆตามวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมไปถึงนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขององค์กร (จिरายู แซ่เตีย, 2555)

แรงบันดาลใจที่เลือกหัวข้องานวิจัยนี้เกิดขึ้นจากประสบการณ์ชีวิตจริงของผู้วิจัยในวัยเด็ก ซึ่งจัดได้ว่าเป็นเด็กด้อยโอกาสคนหนึ่ง แต่มีความรู้สึกว่าคุณละเลยมาตลอด ทำให้มีคำถามอยู่ในใจมาจนถึงทุกวันนี้ เพราะเด็กที่ได้รับการช่วยเหลือส่วนใหญ่มักเป็นเด็กเรียนดี แต่งกายสะอาด มีความ

ยากจนในระดับหนึ่ง ส่วนเด็กที่ยากจน แต่งตัวมอมแมม ไม่ค่อยได้ไปเรียน ต้องหยุดเพราะต้องช่วยทางบ้านทำงาน เลี้ยงน้อง รวมทั้งความยากลำบากในการเดินทางและบ้านไกลจากโรงเรียน งานที่ส่งไม่เรียบร้อยเพราะไม่มีเงินซื้อแม่กระทั้งยางลบ กับไม่ค่อยได้รับความสนใจให้ทุนสนับสนุนในการศึกษาและปัจจัยในการเดินทาง แต่สิ่งที่ได้รับการบริจาคเป็นประจำทุกปี ที่ทำให้เด็กด้อยโอกาสคนหนึ่งได้รู้สึกว่าคุณเองก็ได้รับบริจาคที่เท่าเทียมกับคนอื่นเช่นกัน คือ “สมุดและดินสอที่มีพระบรมฉายาลักษณ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” ทำให้เกิดกำลังใจในการสู้ชีวิตต่อไป

จากปัญหาที่เกิดขึ้นนี้จึงต้องการชี้ให้เห็นว่ายังมีกลุ่มเด็กที่ด้อยโอกาสอื่นอีกที่ได้รับความสนใจน้อยกว่าเด็กกลุ่มที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ซึ่งเป็นที่ชื่นชม และสังคมยินดีที่จะช่วยเหลืออยู่แล้ว และคิดว่าปัจจัยที่มาช่วยเสริมให้มีการบริจาคเพิ่มมากขึ้นประกอบด้วย การที่ผู้บริจาคมั่นใจทัศนคติในเชิงบวก พฤติกรรมการบริการ รวมไปถึงการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่จะทำให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กที่ด้อยโอกาสได้ จึงต้องการจะให้ออกาสนี้เป็น การสื่อสารทางอ้อมเพื่อให้มูลนิธิและผู้บริจาคได้เห็นถึงเด็กกลุ่มอื่นที่โอกาสน้อยกว่า และที่สังคมยังมองไม่เห็นหรืออาจจะมองข้ามเด็กกลุ่มนี้ไปบางส่วน ให้ได้รับโอกาสที่ดีขึ้น พร้อมทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข ช่วยเหลือได้อย่างถูกต้อง และเข้าถึงกลุ่มเด็กด้อยโอกาสได้อย่างแท้จริง

จากประเด็นปัญหาและเหตุผลที่กล่าวถึงสามารถนำมาจัดทำเพื่อเป็นแนวทางการศึกษาได้เป็นหัวข้อวิจัยดังนี้ คือ ทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน: กรณีศึกษาผู้บริจาค โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติเชิงบวก ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

1.2.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการบริจาค ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

1.2.3 เพื่อศึกษาความแตกต่างของการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อมูล ดังนี้ ข้อมูลทางด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับระดับทัศนคติเชิงบวก ข้อมูลพฤติกรรมการบริจาค ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ และข้อมูลเกี่ยวกับระดับของแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้จะเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก www.pantip.com เนื่องจากมีจำนวนสมาชิกมาก และมีการแยกห้องในการเข้าชมเป็นหมวดหมู่ รวมถึงมีห้องที่เกี่ยวกับการทำบุญ จิตอาสา วัด และการบริจาค ซึ่งมีจำนวนคนติดตามและสนใจเป็นอย่างมาก ทุกคนล้วนแต่มีจิตสาธารณะ

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนไม่จำกัด ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มเป็นช่วง โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball Sampling โดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ช่วงที่ 1 เวลา 07:00น. วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ห้องการทำบุญ

ช่วงที่ 2 เวลา 16:00น. วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ห้องจิตอาสา

ช่วงที่ 3 เวลา 07:00น. วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ห้องวัด

ช่วงที่ 4 เวลา 16:00น. วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ห้องการบริจาค

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

- 1.1 ข้อมูลปัจจัยทัศนคติเชิงบวก ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ
- 1.2 ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการบริจาค ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 9 ข้อ
- 1.3 ข้อมูลปัจจัยการรณรงค์ผ่านสื่อ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 9 ข้อ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

- 2.1 แรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

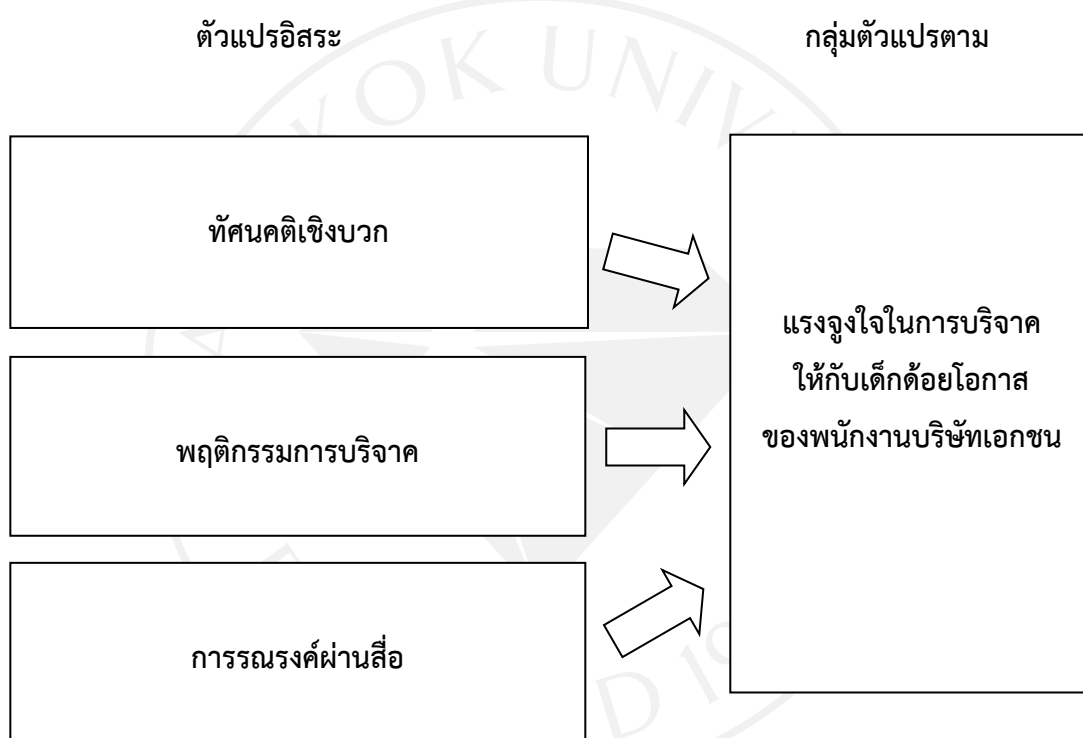
ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ

1.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่ม คือ ตัวแปรทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค การรณรงค์ผ่านสื่อ และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่มีศักยภาพในบริจาค

ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดี่ยว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวความคิดการวิจัยดังนี้

ภาพที่ 1.1 : กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.5 สมมุติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1. สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน มีการกำหนดสมมุติฐานดังนี้

1.1 อิทธิพลของระดับความคิดเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

1.2 ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการบริจาค มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

1.3 ความแตกต่างของปัจจัยการณรงค์ผ่านสื่อ มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

การทดสอบสมมุติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

2.1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

2.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

2.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

1.6 นิยามคำศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

1. **เด็กด้อยโอกาส** หมายถึง เด็กที่อยู่ในสภาวะยากลำบาก เนื่องจากประสบปัญหาต่างๆ มีชีวิตที่ด้อยกว่าเด็กปกติทั่วไป ขาดโอกาสหรือไม่มีโอกาสที่จะได้ศึกษาเล่าเรียน ที่เป็นไปตามปกติของเด็กหรือเป็นไปตามเกณฑ์ รวมทั้งไม่ได้รับพัฒนาทั้ง ทางร่างกาย สติปัญญา จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือเป็นกรณีพิเศษเพื่อให้เด็กเหล่านี้ได้มีชีวิตและมีความเป็นอยู่ในทางที่ดีขึ้น
2. **ทัศนคติเชิงบวก** หมายถึง ทิศทางการมองในทางบวก ในทางสร้างสรรค์ คิดในสิ่งดี ภายใต้อิทธิพลของบุคคลนั้นๆว่ามีการมองชีวิตในทิศทางที่ดี
3. **พฤติกรรม** หมายถึง อาการที่แสดงออกทุกรูปแบบของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ รอบๆตัวทั้งภายในและภายนอก ซึ่งการแสดงออกนี้มีการเชื่อมโยงหรือสัมพันธ์กันกับเหตุการณ์สิ่งแวดล้อมในขณะนั้น
4. **การรณรงค์** หมายถึง การรณรงค์ที่จะสื่อสารซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการรณรงค์สื่อสาร คือ การมีอิทธิพล ต่อ สังคม หรือ สาธารณะชน
5. **แรงจูงใจ** หมายถึง แรงผลักดันให้คนมีพฤติกรรม และยังกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ของการกระทำนั้นด้วย คนที่มีแรงจูงใจสูง จะใช้ความสามารถอดทนในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำ จะไม่แสดงการกระทำ ไม่ก็ล้มเลิกก่อนที่จะบรรลุเป้าหมาย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปแก้ไขปัญหาเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสได้อย่างถูกต้อง และเข้าถึงกลุ่มเด็กด้อยโอกาสได้อย่างแท้จริง
2. ผลการวิจัยนี้จะทำให้มูลนิธิและผู้ที่เกี่ยวข้องแบบสอบถามนี้ได้มองเห็นเด็กที่ด้อยโอกาสดูแลที่โอกาสน้อยกว่า และสังคมยังมองไม่เห็นหรืออาจจะมองข้ามเด็กกลุ่มนี้ไปในบางส่วน ให้รับโอกาสที่ดีขึ้น
3. ผลการวิจัยนี้จะทำให้มูลนิธิ เข้าใจถึงความต้องการของผู้บริจาค ว่าต้องการสนับสนุน เด็กในกลุ่มไหน ช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยที่ทำให้ทำการตัดสินใจ และแนวทาง การประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริจาค และช่องทางการรับบริจาค ที่สะดวก

บทที่ 2

วรรณกรรมปริทัศน์

งานวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน สามารถอธิบายได้ตามรายการดังนี้

- 2.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัย
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้ผู้วิจัยจะอธิบายกรณีศึกษาในรายละเอียด ดังนี้

ความหมายของเด็กด้อยโอกาส

กระทรวงศึกษาธิการ (2546, หน้า 8) ได้กล่าวไว้ว่า เด็กด้อยโอกาส หมายถึง เด็กที่มีปัญหาต่างๆ หรือตกอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีแต่อันตราย ซึ่งทำให้เขามีชีวิตที่ด้อยกว่าเด็กคนอื่นๆ เช่น เด็กในสลัม เด็กในสถานค้าประเวณี เด็กข้างถนนที่ขายพวงมาลัย ซึ่งจะต้องช่วยเหลือเป็นพิเศษ รวมทั้งต้องได้รับพัฒนาการ จึงจะสามารถบรรลุถึงศักยภาพขั้นสูงสุดได้

UNICEF (1989, p. 14) ให้ความหมายว่า เด็กด้อยโอกาส หมายถึง เด็กที่อยู่ในสภาพปัญหาของสังคม อย่างเช่น เด็กที่มีครอบครัวยากจน เด็กพิการ และมีที่อยู่ที่ยากลำบาก หรืออยู่ในชุมชนที่แออัด และสุตท้าย คือ เด็กที่ต้องอพยพหรือ ย้ายถิ่นฐานที่อยู่ตามพ่อแม่และแม่

กัญจนพร อ่วมสำอางค์ (2547, หน้า 36) กล่าวว่า เด็กด้อยโอกาสคือเด็กที่มีสภาพความเป็นอยู่ที่ยากลำบากในขั้นพื้นฐาน ไม่ได้ได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์ จะต้องได้ช่วยเหลือให้การบริการสำหรับเด็ก หรือสังคมอย่างเป็นพิเศษ เพื่อให้เด็กกลุ่มนี้ได้ดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมอยากเป็นปกติ หรือดีขึ้น

Blogger (2012, p. 01) กล่าวว่า เด็กด้อยโอกาสเป็นเด็กที่อยู่ในสภาวะที่ยากลำบาก อาจเกิดจากปัญหาต่าง ๆ ทำให้เด็กเหล่านี้มีความเป็นอยู่ด้อยกว่าเด็กปกติทั่วไป ขาดโอกาส และไม่ได้รับการ

พัฒนา ไม่ว่าจะเป็น สติปัญญา สังคม รวมไปถึงทางด้านจิตใจ ต้องได้รับความช่วยเหลือเป็นกรณีพิเศษ เพื่อให้มีชีวิตมีพัฒนาการที่ดีขึ้น

กระทรวงศึกษาธิการ (2546, หน้า 15) กล่าวว่า เด็กด้อยโอกาสที่มี 3 ลักษณะ ดังนี้

ลักษณะที่ 1 เด็กที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่น่าเป็นห่วง

ลักษณะที่ 2 เด็กที่อยู่ในสถานสงเคราะห์

ลักษณะที่ 3 เด็กที่อยู่ในสถานพินิจ

ซึ่งจะต้องมีลักษณะเด่นดัง 4 ประการ ดังนี้

1. เข้าไม่ถึงสิทธิมนุษยชน
2. ดำเนินชีวิตแบบยากลำบาก มีความเสี่ยงอันตรายจากสังคมรอบข้าง
3. มีสภาพที่เป็นปัญหาด้านร่างกาย จิตใจ
4. การดูแลเอาใจใส่ อบรมสั่งสอนจากทางบ้าน และสถาบันต่างๆไม่ดีเท่าที่ควร

สรุปได้ว่าเด็กด้อยโอกาส หมายถึง เด็กที่ได้รับปัญหาทั้งด้านสังคม และมีที่อยู่ที่ยากลำบากด้อยกว่าเด็กทั่วไป เข้าไม่ถึงการพัฒนาในขั้นพื้นฐาน จำเป็นที่จะต้องความอบอุ่นจากคนรอบข้าง เพื่อให้เด็กเหล่านี้มีพัฒนาการชีวิตที่ดีขึ้น เหมาะสมกับวัยซึ่งจะทำให้เขาบรรลุถึงศักยภาพขั้นสูงสุดได้ เด็กด้อยโอกาสที่ผู้วิจัยใช้ทำการศึกษาในครั้งนี้ จะมีความด้อยโอกาสหลายลักษณะ ดังนี้ เด็กที่มีความยากจน เด็กที่มีอยู่ที่แออัด เด็กแร่ร้อน และเด็กกำพร้า

สาเหตุของเด็กด้อยโอกาส

บงกชมาศ เอกเอี่ยม (2550, หน้า 33) ได้บอกว่า สาเหตุของการเป็นเด็กด้อยโอกาสนั้น สามารถสรุปได้เป็น 5 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่มาจาก ครอบครัว ได้แก่

1. พ่อแม่ ผู้ปกครอง มีค่านิยมที่ไม่ถูกต้อง รวมถึงไม่มีความรู้ในเรื่องการเลี้ยงดูบุตร จึงมีวิธีการในการเลี้ยงดูลูกในแบบที่ผิดวิธี เช่น มีการลงโทษดุด่าทุบตี การเลี้ยงดูแบบเข้มงวด โดยไม่มีเหตุผล พ่อแม่ ผู้ปกครอง ปล่อยปละละเลยไม่เอาใจใส่
2. ความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่ดี มีการทะเลาะเบาะแว้งประจำ พ่อแม่อย่าร้างแยกทางกัน มีพ่อเลี้ยง แม่เลี้ยงเกิดขึ้น หรือพ่อแม่เสียชีวิต ทำให้ครอบครัวไม่อบอุ่น
3. ฐานะทางเงินของครอบครัวที่ไม่ดี มีความยากจน รายได้ที่หามาได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่ต้องใช้ จึงทำให้ต้องไปกู้หนี้ยืมสิน หรือต้องทำการขายทรัพย์สินสมบัติที่ทำกิน รวมทั้งขายลูกของตนเอง
4. การมีบุตรแบบไม่ตั้งใจ พ่อแม่ ผู้ปกครองจึงมีทัศนคติไม่ดีต่อลูก เกลียดชังเพราะคิดว่าเป็นภาระในการใช้ชีวิตจึงมักทอดทิ้ง ไม่ดูแลเอาใจใส่ หรือไม่เกิดการรักบุตรของตน ซึ่งอาจจะทุบตีและทำร้ายเด็ก
5. พ่อ แม่ มีบุตรตั้งแต่อายุน้อย ไม่มีวุฒิภาวะพอที่จะพร้อมมาอยู่กินกันแบบครอบครัว

ประเด็นที่มาจาก สภาพแวดล้อมและสังคม ได้แก่

1. การอพยพย้ายถิ่นตามพ่อ แม่ ผู้ปกครอง จากต่างจังหวัดเข้ามาในเมืองใหญ่ ส่วนใหญ่แล้วจะอาศัยอยู่ตามชุมชนแออัด เสี่ยงต่ออันตราย และสิ่งล่อแหลมอื่นๆ เช่น ยาเสพติด แต่เลี้ยงไม่ได้ จึงจำเป็นต้องหาเงินเพื่อดำรงครอบครัว จึงต้องแสวงหางานอื่นทำในเมืองใหญ่ที่มีโอกาสมากกว่า
2. สภาพแวดล้อมในตัวเมืองซึ่งมีสถานบันเทิง เสียง สี เสียง อบายมุขต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งยั่วยุทำร้ายให้เด็กเหล่านี้ยิ่งอยากรู้ อยากทดลอง เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ หรือเป็นแหล่งที่เด็กสามารถเข้าไปหารายได้ได้ง่าย
3. สื่อต่างๆ ที่นำเสนอลามก รุนแรง อนจาร และทำให้เกิดการฟุ้งเฟ้อ
4. สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย เป็นแหล่งที่มีอบายมุข ล่อแหลม ไม่มีระเบียบแผนและมีค่านิยมในแบบผิดๆ จึงก่อให้เกิดการซึมซับสิ่งต่างๆ เหล่านี้เข้ามาโดยไม่รู้ตัวหรือไม่ได้ตั้งใจ

ตัวเด็กเอง

1. เป็นเด็กที่มีความอ่อนไหวง่าย พร้อมที่จะได้รับการอบรม ประพฤติปฏิบัติจึงทำให้เด็กมีโอกาส มีการกระทำที่เบี่ยงเบนได้โดยง่าย และกลายเป็นเด็กด้อยโอกาสในอนาคต
2. ช่วงวัยเด็กซึ่งเป็นวัยที่ชอบเอาแต่ใจตัวเองทำในสิ่งที่ตนเองอยากจะได้ และอยากรู้ อยากลอง หรืออาจถูกหลอกล่อลวง บังคับให้ทำในสิ่งที่ไม่ดี ไม่เหมาะสมเด็กเหล่านั้นก็มีโอกาสกลายเป็นด้อยด้อยโอกาสได้
3. เด็กที่ด้อยโอกาสส่วนใหญ่ เขาจะต้องการความเห็นใจ การดูแล ซึ่งเด็กกลุ่มนี้ล้วนแต่มีจิตใจที่อ่อนแอ และเอาแต่ใจตนเอง จนดูเหมือนเป็นคนที่รักอิสระ แต่สภาพลักษณะเช่นนี้ เอื้อให้เด็กกลายเป็นเด็กด้อยโอกาสได้มาก

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก

ความหมายของทัศนคติ

Roger (1978, p.208 – 209) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติ คือ ดัชนีที่คอยบอกว่าคนนั้น เขาคิดและรู้สึกแบบไหน กับคนที่อยู่รอบตัวของเขา ไม่ว่าจะเป็นสสารณ์ ทัศนคติอาจมีผลถึงการ เพื่อบอกให้รู้ว่าชอบหรือไม่ชอบจากการรับข้อมูลนั้น แล้วมีผลกระทบต่อการแสดงออกต่อไป

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นนามธรรม เป็นส่วนที่แสดงออกด้านการปฏิบัติ ซึ่งอยู่ภายใน แต่ทัศนคติไม่ใช่แรงผลักดัน ทัศนคติจะต้องบังเกิดขึ้นกันสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นวัตถุ สิ่งของ หากแต่เป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะโต้ตอบ

Rosenberg & Hovland (1960, p. 01) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติ เป็นการโน้มน้าวเพื่อให้คล้อยตามแนวโน้มน ที่เฉพาะเจาะจงเพื่อให้ได้รับปฏิกริยาตอบกลับต่อสิ่งที่เกิดขึ้น รวมทั้งทำที่ที่แสดงออกที่บ่งบอกถึงสภาพจิตใจ

Howard (1963, p. 572) ได้บอกเอาไว้ว่า ทักษะคิดเป็นสภาวะความพร้อมของคน ที่จะแสดง ความนึกคิดออกมาไม่ว่าจะเป็นการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

ไพศาล ลุนใต้ (2550, หน้า 11) กล่าวว่าทักษะคิด หมายถึง การที่มีใจไปในทิศทางต่าง ในการโต้ ต่อสิ่งเหล่านั้น อาจจะมีความคิดเห็นที่เห็นด้วย หรืออาจจะไม่เห็นด้วย

นภาพรณ์ แก้วพรหม (2552, หน้า 21) บอกว่าทักษะคิด คือ มนุษย์ในการตอบสนองจากภาวะ ต่างๆ อาจเกิดจากเรื่องราวในอดีตที่เคยประสบมา ทำให้เปลี่ยนเป็นพฤติกรรมออกมา ทั้งในทาง สนับสนุนหรือในทางต่อต้าน

Newcomb (1854, p. 128) ได้ให้ความหมายของคำว่า ทักษะคิด ว่าคือสิ่งที่มีอยู่ในตัวของแต่ ละคนนั้น จะขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม จึงทำให้แสดงออก ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะที่มีความคิดเห็นชอบ จึงทำให้คนรอบข้างเกิดความรักใคร่ และอยากอยู่ใกล้
2. ลักษณะที่มีความคิดเห็นไม่ชอบหรือไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากอยู่ใกล้สิ่งนั้น

Norman (1971, p. 71) กล่าวว่า ทักษะคิด ซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นของคนที่มีต่อสิ่งต่างทั้ง มนุษย์ เหตุการณ์ องค์กร และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะเห็นตรงกันหรือต่างกัน ส่งผลทำให้พร้อมที่ จะแสดงต่อการตอบสนองด้วยการกระทำอย่างเดียวกันตลอด

Newcomb (1973, p. 887) ได้ให้ความหมายของคำว่า ทักษะคิด หมายถึง การชอบ หรือไม่ ชอบ พอใจหรือไม่พอใจที่คนจะแสดงออกมาต่อสิ่งต่างๆ

เดโช สนวนานนท์ (2512, หน้า 28) ได้ให้ความหมายของคำว่า ทักษะคิด ว่าเป็นการกระทำที่ สร้างขึ้นมาเองได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงเองได้ จนกลายเป็นแรงจูงใจ ที่สามารถกำหนดการกระทำ ของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆได้

ศักดิ์ สุนทรเสถียร (2531, หน้า 2) กล่าวถึง ทักษะคิด ว่าเป็นการที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของ มนุษย์ว่าทักษะคิด หมายถึง ดังนี้

1. ทักษะคิดเป็นความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของคน พร้อมที่จะกระทำในสิ่ง ที่ตนปรารถนา
2. ทักษะคิดเป็นความโน้มเอียง ที่จะมีท่าทางต่อต้าน หรือไม่ต่อต้าน ในสภาวะที่เกิดขึ้น
3. ทักษะคิดในด้านการกระทำ หมายถึง การพร้อมที่จะทำในสิ่งต่างๆ

ลักษณะของทัศนคติ

อนุชิต เทียงธรรม (2545) ได้กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติ ว่าอาจเป็นจะได้ทั้งข้อเท็จจริงหรือความเชื่อ ลักษณะของทัศนคติเป็นดังนี้

1. ทัศนคติที่เกิดได้จากการเรียนรู้ ของแต่ละคนนั้นอาจเกิดได้จากเรื่องราวที่เคยได้ผ่านมา หรือความจริงที่ได้รับต่างๆ ซึ่งบุคคลที่ส่งสารยังทำให้เปลี่ยนแปลงของทัศนคติอีกด้วย
2. ทัศนคติไม่ใช่พฤติกรรม เพราะทัศนคติเป็นความโน้มแน้วที่มีการตอบสนอง ดังนั้น คนอาจจะไม่ได้แสดงตามทัศนคติของตัวเองต้องการให้ทุกครั้ง
3. ทัศนคติจะมีต่อสิ่งหนึ่ง จะไม่มีขึ้นลอยๆ หรือเป็นเพียงแค่การแสดงออกของมนุษย์ก็ได้
4. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความหมายและระดับแสดงเสนอแนะ ทัศนคติจะแสดงให้เห็นว่าคนนั้นมีความรู้สึกอย่างไร มีความรู้สึกไปในทิศทางต่อต้านหรือขัดแย้ง
5. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีการสร้าง มีรากฐานมาจากความเชื่อ ดังนั้น การสร้างทัศนคติหนึ่งขึ้นมาจะต้องมีการจัดการกับระบบข้อมูลที่เป็นกลุ่มทัศนคติย่อยๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ทัศนคติมีความคงที่คงทน แต่อย่างไรก็ตามถ้าไม่ได้สัมพันธ์กันของกลุ่มทัศนคติเหล่านี้ ก็จะทำให้ทัศนคติเปลี่ยนได้
6. ทัศนคติที่เปลี่ยนได้นั้น นอกจากจะไม่สอดคล้องกันของกลุ่มทัศนคติย่อยๆ แล้ว สภาวะแวดล้อมต่างๆที่อยู่รอบๆบุคคลก็ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติได้ รวมไปถึงอิทธิพลระหว่างพฤติกรรมกับทัศนคติอีกด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2531, หน้า 49) ได้พูดเอาไว้ว่า ปัจจัยของทัศนคตินั้นมี 3 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยความรู้ คือ ส่วนของความเชื่อของคนที่ได้รู้ ทั้งที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ถ้าหากได้รับความรู้และคิดว่าสิ่งนี้ดีทำให้มีทัศนคติที่ดี แต่ในทางกลับกันหากได้เชื่อว่าสิ่งนี้ไม่ดีบุคคลนั้นก็จะมีคติต่อสิ่งนั้นทันที
2. ปัจจัยความรู้สึก คือ จะเป็นส่วนที่สัมพันธ์กันกับอารมณ์ แล้วทำให้ส่งผลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้นๆที่แตกต่างกันออกไป
3. ปัจจัยพฤติกรรม คือ ซึ่งเป็นส่วนของการแสดงออกของมนุษย์ต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งมีพื้นฐานที่เป็นผลมาจาก 2 ด้าน คือ 1. ด้านความรู้สึก 2. ด้านความรู้

จะเห็นได้จากการที่มนุษย์จะมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆที่แตกต่างกัน เพราะองค์ประกอบทั้ง 2 ด้าน นั้น ทั้ง 2 ด้านของแต่ละคนที่มีแตกต่างกันออกไป อาจจะมีการแสดงออกมาในทางลบ หรือทางบวก โดยทั้ง 2 ด้านนั้นจะขึ้นอยู่กับความรู้เข้าใจ รวมไปถึงเรื่องราวในอดีตที่ผ่านมาที่ได้รับของแต่ละคนที่แตกต่างกันออกไป

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

Gordon (1975) กล่าวว่า ทัศนคติ ว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ ทั้ง 4 อย่างนี้

1. การเรียนรู้ ทั้งทางตรงหรือทางอ้อมเกี่ยวกับ ค่านิยม วัฒนธรรม และประเพณีจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง รวมไปถึงได้รับรู้เมื่อได้เห็นการปฏิบัติของพ่อแม่ และนำมาปฏิบัติตามต่อไป
2. ทักษะเพื่อแยกแยะสิ่งต่างๆได้ คือสามารถรู้ได้ว่าสิ่งไหนดี และสิ่งไหนไม่ดี ผู้ใหญ่และเด็กมีความสามารถที่จะแบ่งแยกออกได้ว่าอะไรดีหรือไม่ดี
3. เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของมนุษย์ ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น นายเอถูกครูตำหนิ จึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อครู แต่นายบีมีทัศนคติที่ดีต่อครูเนื่องจากนายบีได้รับคำชมจากครู ซึ่งเป็นครูคนเดียวกัน
4. การทำตามเลียนแบบ การได้รับทัศนคติของบุคคลอื่นมาเป็นของตัวเอง เช่น เด็กอาจรับทัศนคติ ของพ่อ แม่ ผู้ปกครอง หรือ ดารา นักแสดงที่ชื่นชอบหรือที่ตัวเด็กนิยมมาเป็น ทัศนคติ ของตัวเอง

Krech & Crutchfield (1948) ได้มีความคิดเห็นว่า ทัศนคติเกิดขึ้นได้คือ

1. การตอบกลับความปรารถนาของมนุษย์ หากมีสิ่งใดที่ทำตามใจตนเองได้ก็จะทำให้คนนั้นมีทัศนคติที่ดี แต่ในทางกลับกันแล้ว หากสิ่งนั้นไม่สามารถตอบสนองได้ ก็จะทำให้บุคคลคนนั้นมีทัศนคติที่ไม่ดี
2. การได้เรียนรู้จากโลกแห่งความจริงต่างๆ อาจจะเรียนรู้ได้จากการอ่าน หรือ จากคำบอกเล่าของคนใกล้ชิด จึงทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดี เนื่องจากได้รับฟังคำนิทาที่เป็นเรื่องไม่ดีของบุคคลอื่น จากคนใกล้ชิด
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ก็ทำให้บุคคลเหล่านั้นรับเอาทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีในกลุ่มมาเป็นของตัวเองได้เช่นกัน ถ้าหากทัศนคติในกลุ่มที่ส่วนมากเป็นซึ่งไม่มีความแตกต่างจากของตนมากนัก ก็เป็นสาเหตุที่รับมาได้ง่าย ๆ
4. ทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของบุคลิกภาพของบุคคลด้วย มักที่จะมองโลกในแง่ดีเสมอ ส่วนบุคคลปรับตัวเพื่อเข้าหาผู้อื่นยากก็มักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้อื่นเป็นส่วนมาก คือ มักจะมองว่า มีคนคอยอิจฉาริษยา หรือคิดไม่ดีต่อตนเอง

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, หน้า 64 – 65) กล่าวถึงการเกิด ทัศนคติ ว่า ทัศนคติ เกิดขึ้นได้จากการ Learning จากแหล่ง ทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติ มีดังนี้

1. การมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) กล่าวคือ ถ้าหากบุคคลเรื่องราวที่ดี จะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย แต่ถ้าคนนั้นเคยมีเหตุการณ์ที่ไม่ดีกับสิ่งนั้นแล้ว ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ตรงกันข้าม คือ จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นแทน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติได้ เพราะได้รับสารนั้นจากบุคคลอื่น เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจาก พ่อ แม่ ผู้ปกครอง ก็จะเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ตามที่เคยรับการสั่งสอนมา

3. การได้รับจากสิ่งที่เป็นต้นแบบหรือแบบอย่าง (Models) กล่าวคือ การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังคำสั่งสอนของพ่อ แม่ ก็จะทำตามทัศนคติบุคลิกภาพของพ่อแม่ ที่แสดงออกมาต่อสิ่งต่างๆว่าชอบหรือไม่ชอบ ตามไปด้วย

4. ความสัมพันธ์กับสถาบัน (Institutional Factors) เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น ซึ่งทำให้ทัศนคติ เกิดขึ้นได้หลายอย่างของบุคคลเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับสถาบัน

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 166 – 167) กล่าวเอาไว้ว่า ทัศนคติ สร้างตัวขึ้นมา และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากมีปัจจัยอยู่หลายประการ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติมากจากเมื่อบุคคลนั้นกำลังจะทำบางอย่างในการตอบสนองความต้องการของตนเอง ก็จะ ก่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสิ่งๆที่ตนมีความต้องการต่อสิ่งนั้น ซึ่งจะสามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากขึ้น

2. ปัจจัยในข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติ อาจเกิดขึ้นได้จาก แหล่งที่มาของข่าว ชนิดของข่าว และลักษณะของข่าว ที่เข้ามาสู่บุคคลคนนั้นจะทำให้เขาเก็บไปคิดและก่อให้เกิดเป็นทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งต่างๆที่เกิดจากการรับข่าวนั้นได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทัศนคติ บางอย่างอาจได้รับมาจากคนในกลุ่มนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย โดยกลุ่มเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่เต็มไปด้วยค่านิยมของคนต่างๆส่งต่อให้กับคนที่อยู่ในกลุ่ม จึงทำให้สามารถก่อตัวขึ้นกลายเป็นทัศนคติได้ โดยเฉพาะครอบครัวซึ่งสำคัญที่สุด (Primary Group)

4. ปัจจัยที่มาจากเรื่องราวในอดีต (Experience) คนที่มีต่อสิ่งรอบตัวต่างๆ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลตีค่าสิ่งๆที่เขา มี จนก่อให้เกิดเป็นทัศนคติได้

5. ปัจจัยจากลักษณะบุคลิก (Personality) นั้นเป็นปัจจัยทางอ้อมที่สำคัญในการ ก่อให้เกิดทัศนคติขึ้นมาได้

ประเภทของ ทัศนคติ

ดารณี (2542, หน้า 43) กล่าวไว้ว่า มนุษย์เราสามารถแสดง ทัศนคติ ออกได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. การแสดงทัศนคติออกในเชิงบวก เป็นทัศนคติที่แสดงออกมาในด้านดีต่อบุคคลอื่น เช่น กลุ่มของคนที่ทำเกษตรกร จะมีทัศนคติในเชิงบวก จึงได้ให้การสนับสนุนร่วมมือกัน โดยการเข้าไปทำกิจกรรมต่างๆอยู่ร่วมกันเสมอ

2. การแสดงทัศนคติออกในเชิงลบ ในทางที่เสียหาย ไม่เชื่อถือ มีการไม่ชอบ เรื่องราว เช่น บางคนอาจมีทัศนคติในเชิงลบต่อบริษัทที่ตนเองทำงานอยู่ก็จะก่อให้เกิดการอคติในใจของเขาขึ้นเอง จึงได้แสดงการกระทำในลักษณะที่ต่อต้าน กฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ประเภทที่สาม ซึ่งเป็นประเภทสุดท้าย คือ ทัศนคติ ที่มนุษย์ไม่ได้แสดงความคิดต่อปัญหาใดปัญหาหนึ่ง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมี ทัศนคติ นิ่งเฉยไม่ตอบโต้ไม่มีความคิดเห็น ต่อปัญหาที่ได้เถียงกัน ในเรื่องกฎระเบียบของนักศึกษา

Daniel (1960, p. 163 – 191) ได้อธิบายถึง หน้าที่วัตถุประสงค์ของ ทัศนคติ ที่สำคัญๆไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อใช้สำหรับในการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ทุกคนนั้นจะมีทัศนคติ ปรับปรุงการกระทำของตนเอง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือให้มีผลเสียในทิศทางที่น้อยที่สุด ฉะนั้นแล้ว ทัศนคติจึงจูงจูงสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายวัตถุประสงค์ ที่อาจจะพึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของเขาได้

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego – Defensive) คนโดยทั่วไปมักจะไมยอมรับความจริง กับสิ่งที่ขัดแย้งกันกับความคิดของตนเอง (Self – Image) ฉะนั้นแล้ว ทัศนคติ จึงสามารถสะท้อนออกมาเพื่อป้องกันตัว โดยการกระทำที่แสดงออกมาเป็นความรู้สึก ถูกเหยียดหยาม หรือนิทาคนอื่น รวมทั้งบุคคลนั้นก็ยกตัวเองให้สูงกว่าคนอื่น ด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น การสร้างตัวขึ้นมาของทัศนคตินั้น จะมีลักษณะที่แตกต่างกับทัศนคติในการปรับตัว อย่างที่ได้บอกไว้ข้างต้น กล่าวคือ ทัศนคติที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลนั่นเอง จะไม่ได้พัฒนาขึ้นจากเรื่องที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วกับสิ่งนั้นโดยตรง และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการกระทำก็คือทัศนคติ ใช้เป็นเพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

3. เพื่อเป็นการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคติจะสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะเฉพาะเจาะจง เนื่องจากทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยม

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ ทำให้ตัวคนรับรู้หรือสามารถเข้าใจถึงระเบียบสิ่งแวดล้อม ของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบๆตัวได้จะสามารถใช้ประเมิน และทำความเข้าใจ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

Herbert (1967, p. 469) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ โดยที่เขามีความเชื่อว่า ทัศนคติที่อยู่ในตัวของบุคคลอาจเกิดขึ้นได้หลายวิธี ซึ่งก็มีกระบวนการที่แตกต่างกันออกไป เช่น

1. กระบวนการยินยอม

การยินยอม เกิดเมื่อคนนั้นได้รับอิทธิพลต่อตัวของเขา และเขาต้องการที่จะได้รับ ความพึงพอใจ จากคนอื่น หรือ จากกลุ่มที่มีอิทธิพลนั้นๆ การที่ยอมรับไม่ได้เป็นเพราะเขาเห็นด้วยกับสิ่งนั้น

แต่เป็นเพราะเขาต้องการที่จะได้รับรางวัลจากคนรอบข้าง และการเห็นด้วยของเขา ดังนั้น ความพอใจ ที่ได้รับจาก การยอมรับทำตามนั้น เป็นผลมาจากอิทธิพลของคนรอบข้างและสังคม การยอมรับนั้น สามารถกล่าวได้ว่าในลักษณะที่ได้ทำตามแบบนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะมาจากอิทธิพลที่เสมือนเป็นพลังที่คอยผลักดันให้บุคคลนั้นยอมรับทำตามขึ้นอยู่กับจำนวน หรือความรุนแรง รวมถึงการลงโทษ

2. การเลียนแบบ

เมื่อคนนั้นยอมรับสิ่งกระตุ้น สิ่งเร้า การยอมรับสิ่งที่ได้รับมาจากการทำให้รู้สึกดีจากกลุ่ม ซึ่งจะสร้างความสัมพันธ์นี้จะทำให้ทัศนคติของตัวบุคคลนั้นเปลี่ยนแปลงไป การเลียนแบบเป็นขั้นตอนที่สามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติได้ ซึ่งพลังผลักดันให้ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนในครั้งนี้ จะมากหรือน้อยก็จะขึ้นอยู่กับ ความน่าเชื่อถือ และการโน้มน้าวใจ ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับ (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาการกระทำพฤติกรรมทั้งหมดของผู้ที่ส่งสารนั้น มาเป็นของตนเอง บุคคลที่ได้รับมาก็จะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบ แต่ได้ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียด ในการเลียนแบบกรณีนี้

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน

เป็นขั้นตอนการ มีอิทธิพลที่มีผลมากกว่า ซึ่งจะเหมือนกันกับความปรารถนาภายใน และจะมีความคล้ายกันกับค่านิยม ที่มีอยู่ในตัวบุคคลเดิมการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติในครั้งนี้ จะถูกกระทบในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติทั้งสิ้น

นอกจากนี้ส่วนประกอบต่างๆใน กระบวนการ แบบของคนส่งสาร และคนรับสาร ไปจนถึงช่องทาง ย่อมทำให้เกิดผลกระทบที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติทัศนคติได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทน แต่ก็สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยตัวบุคคล การชวนเชื่อ และสิ่งต่างๆที่สามารถทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ๆ แต่จะต้องมีความคิดที่ไม่ค่อยแตกต่างจากตัวบุคคลคนนั้นมากนัก

การเปลี่ยน ทัศนคติ มี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงที่เหมือนกัน หมายถึง ทัศนคติที่เป็นไปในเชิงบวก หากมีการเพิ่มขึ้นก็จะเพิ่มขึ้นในเชิงลบ แต่ในทางกลับกัน หากทัศนคติที่เป็นไปในเชิงลบ เมื่อมีการมากก็จะมากในเชิงลบ
2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง จากทัศนคติเดิมบุคคลเดิมมีทัศนคติที่เป็นไปในเชิงบวก ก็จะลดลงไปในเชิงลบ แต่ถ้าหากบุคคลเดิมมีทัศนคติเป็นลบก็จะมีการเปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวก

เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติจากข้างต้นแล้ว เราจะเห็นได้ว่ามีความสำคัญในการเชื่อมโยงให้ตัวบุคคลนั้นสร้างทัศนคติขึ้นมาได้ต่อสิ่งต่างๆ เพราะไม่ว่าทัศนคติที่ผ่านมาเฉพาะอย่าง การสื่อสารก็ยังคงสำคัญมากต่อการมีทัศนคติที่ดีหรืออาจไม่ดีต่อสิ่งต่างๆ

Rogers (1973) ได้กล่าวว่า การสื่อสารนั้นมีผล ดังต่อไปนี้

1. การสื่อสาร จะสามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ของบุคคลที่รับสาร
2. การสื่อสาร ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของบุคคลที่รับสารได้
3. การสื่อสาร เกิดปรับเปลี่ยนได้ของการกระทำของผู้ที่รับสาร

การกระทำที่มีการทำให้เปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้ จะเกิดในรูปแบบที่ติดต่อกัน กล่าวคือ เมื่อที่ได้ผู้รับข่าวสารมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ก็จะทำให้เกิดความเข้าใจถึงเรื่องนั้น และการที่ทำให้เกิดความรู้และเข้าใจในครั้งนี้ จะมีผลทำให้สร้างทัศนคติกับเรื่องนั้นๆได้ และในที่สุดก็จะทำให้แสดงออกมากต่อเรื่องนั้นๆตามมาได้

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

Griffin (1996, p.11) กล่าวว่าคือการปกป้องผลประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบๆตัว โดยถือว่าเป็นหน้าที่ต้องกระทำ

Mondy (1998, p.22) กล่าวว่า เป็นข้อผูกมัดของหัวหน้า ในการหาทางเพื่อที่จะปกป้องประโยชน์ส่วนรวม

พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล (2546, หน้า 21) ได้บอกเอาไว้ว่า หน้าที่ต่อสังคมนั้นเป็นภาระหน้าที่ของประชาชน หรือประเทศ รวมถึงกิจกรรม นโยบายที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุง ช่วยเหลือ ส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมและสังคมดีขึ้น และเพื่อให้สังคมประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วย

Plunkett (1994, p.819) กล่าวว่า ไม่ได้เป็นเพียงแค่ทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังช่วยป้องกันและสร้างสรรค์ ผลประโยชน์นั้นๆให้กับคนอื่น

Kotler & Lee (2005, p.3) บอกว่าเป็นการเข้าไปพัฒนาชุมชนให้หน้าอยู่ขึ้น โดยการเข้าไปเป็นพันธมิตร

บัณฑิตา ททรัพย์กมล (2544, หน้า 15) กล่าวว่า เป็นเรื่องของจริยธรรม หน้าที่และบทบาทต่างๆ ที่ภาคธุรกิจได้สร้างขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาปรับปรุงให้สังคมอยู่ดีกินดีมากขึ้น

Good (1973, p.20) กล่าวว่า เป็นการรู้จักผิดชอบ ดีชั่ว ที่เป็นเครื่องเหนี่ยวรั้งการกระทำที่แสดงออกมา เมื่อมีเหตุการณ์หรือมีสิ่งแวดล้อมรอบข้างมากกระตุ้น ให้กระทำของคนกลุ่มใหญ่

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545, หน้า 95) มี 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านชุมชน (The Community) คือ การเข้าไปเป็นผู้นำเพื่อแก้ไขปัญหา ช่วยเหลือคนในชุมชน ให้มีความอยู่ที่ดีขึ้น

2. ด้านการศึกษา (Education) องค์กรหรือหน่วยงานจะต้องตระหนักถึงการศึกษาของประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ยากลำบาก เช่น การบริจาคเงินช่วยเหลือทางด้านการศึกษาแก่เด็ก เป็นการปรับปรุงทางการเรียนทุกชั้น หรือประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยเหลือทางด้านอื่นๆ

3. ด้านสุขภาพ (Health and Welfare) ให้มีสวัสดิการให้กับประชาชนที่อยู่ในชนบท ก็ถือว่าเป็นการรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี และจำเป็นต่อชุมชนขนาดใหญ่อีกด้วย
4. ด้านสภาพแวดล้อม ธุรกิจจำนวนมากพยายามสร้างจิตในการดูแลธรรมชาติ เช่น คัดค้านผลิตสินค้าที่ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สาร เครื่องปรับอากาศ และดูเย็นเป็นต้น
5. ด้านสิทธิมนุษยชน (Human Rights) เช่น ในบางองค์กรจะมุ่งในการรณรงค์สิทธิความเสมอภาคทางเพศ การได้รับการจ้างงาน
6. ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเรียนรู้ และแสดงออกร่วมกันระหว่างบุคคลและสังคม หากธุรกิจมีการส่งเสริมทางด้านวัฒนธรรมจะทำให้สามารถสร้างทัศนคติที่ต่อองค์กรได้
7. ด้านสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights) คือจะเน้นผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น ไม่มีการโฆษณาเกินความเป็นจริง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2539) ได้กล่าวว่า เป็นการแสดงออกมาโดยสังเกตเห็นได้ หรือสามารถใช้เครื่องทดสอบ ว่าเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคล ในการตอบโต้หรือตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ ทดสอบได้จากเครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้ทราบได้ว่าการที่บุคคลนั้นแสดงการกระทำนั้นๆ ออกมาต่อสิ่งต่างๆ หรือภายนอกของร่างกาย เช่น การหัวเราะ เสียใจ การโศกเศร้าเสียใจ การดีใจ การตื่นเต้น การวิ่ง

ปกิจ พรหมายน (2531) บอกเอาไว้ว่าเป็นการแสดงและกิริยาท่าทางของสิ่งมีชีวิตที่เกิดร่วมกันกับสิ่งแวดล้อม เป็นการตอบสนองของระบบหรือสิ่งมีชีวิตต่อสิ่งเร้าหรือการรับเข้าทั้งหลาย ในการตอบสนองของมนุษย์ต่อเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ใด หรือสิ่งเร้าต่างๆ เพื่อให้กระแสดงออกนี้มีเป้าหมายทั้งภายในและนอกมีสติหรือไม่มีสติระลึก ชัดเจนหรือแอบแฝง

สุรพงษ์ โสธนเสถียร (2533) กล่าวว่า เป็นการกระทำที่แสดงออกมานี้มาจากพื้นฐานของความรู้ และทัศนคติของคนที่มีความแตกต่างกันออกไป เพราะความรู้และทัศนคติของแต่ละคนนั้นมีไม่เท่ากัน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าแต่ละบุคคลนั้นได้ข้อมูลที่เท่ากัน แตกต่างกันไป มีเรื่องราวในอดีตที่ไม่เหมือนกัน สืบเนื่องมาจนถึงการกระทำของแต่ละคนที่แสดงออกแตกต่างกัน

โดยสรุปแล้วพฤติกรรมนั้น เป็นการแสดงออกระหว่างคนที่มีต่อสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัว โดยมาจาก ความรู้ และทัศนคติ ที่แต่ละบุคคลนั้นมีแตกต่างกัน จึงส่งผลทำให้แสดงออกมาต่างกัน บางคนอาจคิดก่อนทำ และในขณะที่บางคนทำก่อนค่อยคิด ได้แนวทางในการปรับตน พัฒนาตน ช่วยให้เข้าใจผู้อื่นและเลือกเส้นทางชีวิตที่เหมาะสมแก่ตนเอง

ชัยพร วิชชาวุธ (2523) ได้มีการจำแนก 2 อย่างดังนี้

1. การกระทำแบบเปิดเผย (Overt Behavior) ซึ่งพฤติกรรมนี้เป็นพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมา แล้วให้ผู้อื่นรู้ว่ากำลังทำอะไรอยู่ เกิดจากระบบประสาท ที่ไม่ต้องการแสวงหาสิ่งเพิ่มเติมที่มีความตื่นเต้น จึงชอบอยู่คนเดียว เช่น การวิ่ง การเดิน การหัวเราะ การร้องไห้ การพูด เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมภายนอกทั้งสิ้น

2. พฤติกรรมแบบปกปิด หรือพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เป็นการแสดงออกมาแล้วทำให้ผู้อื่นรับรู้ไม่ได้ จนกว่าจะบอกหรือแสดงบางอย่างเพื่อให้คนอื่นรับรู้ได้ เช่น ความคิด อารมณ์ การรับรู้ ทะเยอทะยาน ความอิจฉาริษยา อาฆาตมาดร้าย เป็นต้น สิ่งเร้าภายในที่เป็นความคิดนั้น เป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด เพราะเป็นต้นตอของปัญหาพื้นฐานในทางศาสนาเชื่อว่ามนุษย์เรามีความโน้มเอียงอยู่ในสันดาน เรียกว่า “อนุสัย” หรือ “Inclination” Sigmund Freud เรียกว่า “Id”

พฤติกรรมการบริจาค

สุทธิญาโณภิกขุ (2553) ได้กล่าวถึงการบริจาคว่า หมายถึง การเสียสละแบ่งปันทรัพย์ภายนอก อันเป็นสิ่งที่จับต้องด้วยกายได้ ประกอบด้วยสิ่งของอันเป็นที่รัก และทรัพย์ภายใน อันเป็นสิ่งที่จับต้องด้วยกายไม่ได้ หรือเป็นการให้สิ่งของ โดยที่ผู้ให้ไม่หวังตอบแทน การบริจาค่นี้เป็นอีกส่วนของการให้ทาน ซึ่งอยู่ในขั้นที่สูงกว่าการให้ เนื่องจากคำว่า การบริจาค นั้นมีความหมายลึกซึ้งกว่า การให้ที่เรียกว่าให้ทาน เป็นการสละที่ประกอบด้วยความเจตนา แสดงออกด้วยความห่วงใยซึ่งกันและกัน

ลักษณะของการบริจาค คือ การสละหรือการบริจาคในสิ่งที่มีทั้งในด้านทรัพย์สิน ความรู้ และอารมณ์ เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ลักษณะของการสละหรือบริจาค ได้แก่

1. การบริจาค่วัตถุ คือ การสละสิ่งของที่ เช่น เงิน ทอง และข้าวปลาอาหาร เป็นต้น

2. การบริจาคความรู้ คือ การอุทิศตนในการถ่ายทอด และให้ความรู้แก่ผู้ที่ไม่มีความรู้ ได้แก่ การสอนหนังสือแก่ผู้ด้อยโอกาส

3. การบริจาคอวัยวะ คือ การบริจาคอวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งของตนให้แก่ผู้ที่มีอวัยวะบกพร่อง ซึ่งอาจบริจาคอวัยวะในขณะที่ตนยังมีชีวิตอยู่หรือบริจาคอวัยวะหลังจากที่ตนเสียชีวิตไปแล้ว ได้แก่ การบริจาคดวงตา การบริจาคไต เป็นต้น

4. การบริจาคทางด้านอารมณ์ ถือเป็นการสละอารมณ์ และความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งมีลักษณะที่เป็นนามธรรม โดยอารมณ์ของปุถุชนทั่วไป เช่น โลก หลง และโกรธ

สุทธิโชค หลินประเสริฐ (2547) ซึ่งได้ทำการค้นคว้าถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่นำมาประยุกต์ใช้กับพฤติกรรมในการบริจาค ดังนี้

เริ่มแรกของพฤติกรรมนี้คือ การมีสิ่งที่มีมากระตุ้นให้เกิดการตอบสนองโดยการแสดงออก มีดังนี้ การแบ่งปันที่ไม่หวังสิ่งตอบแทน เป็นการช่วยให้เด็กด้อยโอกาสได้รับสิ่งขาดแคลน ถึงจะเป็นการแบ่งปันเล็กน้อยๆ แต่พวกเขาก็มีความสุขมากที่ได้ทำประโยชน์ให้กับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

1. สิ่งกระตุ้น เป็นภายนอกและภายในของร่างกาย ทำให้เกิดความปรารถนาอยากจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่มีความแตกต่างจากกระตุ้นเพื่อให้เกิดการบริจาคเช่นกัน แต่อาจจะมุ่งใจในทางด้านเหตุผลมากกว่า

2. ความรู้สึก หรือหล่อคำ ต้องการสนับสนุนดำเนินงาน หรือต้องการบริจาค ก็เหมือนกล่องคำที่ต้องมานะในการค้นหาจิตใจของความคิดที่ต้องการบริจาค ว่าได้รับอิทธิพลมาจากแหล่งใด ซึ่งจะมีขั้นตอนในการสนับสนุนงาน ดังนี้

2.1 ลักษณะของผู้มาขอสนับสนุน เช่น ผู้ที่ปฏิบัติงาน ซึ่งอาจรับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ ปัจจัยทางด้านส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม

2.2 ขั้นตอนการในการตัดสินใจสนับสนุน จะมีดังนี้ 1.การทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น 2. การได้ค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ 3.การที่สามารถประเมินได้ 4.การสนับสนุนงาน 5.การตอบสนองหลังที่ได้มีการสนับสนุนงานนั้น

3. การตอบสนองของผู้ที่ได้ทำการสนับสนุนงาน ซึ่งเป็นความปรารถนากระทำในสิ่งนั้น หรือได้กำหนดปัญหาไว้ล่วงหน้า ซึ่งผู้ที่สนับสนุนจะมีการตอบสนองดังนี้

3.1 มีการเลือกองค์กรที่ต้องการสนับสนุน

3.2 ได้มีการเลือกช่องทาง รวมไปถึงรูปแบบที่จะสนับสนุน

3.3 มูลค่าและปริมาณในการสนับสนุน

ประเภทของพฤติกรรมมนุษย์

Allen & Santrock (1993, p.8) ได้แบ่งประเภทของพฤติกรรมมนุษย์สามารถออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมที่ติดตัวมาแต่กำเนิด เป็นการขึ้นเกิดโดยไม่มีการเรียนรู้มาก่อน ได้แก่ การตอบโต้ และสัญชาตญาณ เช่นความกลัว การเอาตัวรอด เป็นต้น

2. พฤติกรรมที่เกิดจากการได้รับอิทธิพลจากกลุ่ม หรือคนรอบข้าง ได้แก่ พฤติกรรมที่เกิดจากการ ที่บุคคลติดต่อสังสรรค์

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน

Ajzen & Fishbien (1980) ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผนได้นำมาพัฒนาต่อซึ่งมีทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานจากทฤษฎีแรงจูงใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมของตัวบุคคล โดยการเพิ่มเติมกรอบแนวคิดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (a theory of reasoned action) ทฤษฎีนี้การกระทำด้วยเหตุผลที่เป็นทฤษฎีพื้นฐานในระยะเริ่มแรกเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมกับพบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ จึงคิดว่าน่าจะมีปัจจัยอื่นที่เป็นตัวแปรร่วมจึงจะสามารถอธิบายความสัมพันธ์นี้ได้

ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผนนี้จะมีพฤติกรรมของตัวบุคคลเป็นปัจจัยหลักที่คอยกำหนดการกระทำ ได้แก่ ความตั้งใจจะทำ มีการเดาในสถานการณ์ และปัจจัยอื่นๆ ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผนโดยพื้นฐานแล้ว เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกระทำของตัวมนุษย์ในสังคม ทำให้เกิดการหวัง ว่าอะไรจะเกิดขึ้น และจะมีปัจจัยอะไรที่จะมาสนับสนุนให้เกิดขึ้น ปัจจัยในการควบคุมการกระทำนั้น ทำให้เกิดความตั้งใจ ความตั้งใจ หรือความมานะที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นให้สำเร็จ เอจเซน ได้กล่าวเอาไว้ว่า การควบคุมการกระทำโดยมีปัจจัยของการรับรู้ นั้น ให้เกิดความต้องการที่จะกระทำต่อสิ่งนั้น

แนวคิดว่าด้วยการให้

ฉพล สุกใส (2553) ซึ่งได้มีแนวคิดการให้ มี 4 รูปแบบ ได้แก่

1. การเอาไป หรือ (Taking) เป็นการได้มาซึ่งสิ่งของของผู้เป็นเจ้าของไม่เต็มใจให้
2. การเปลี่ยนแปลง หรือ (Exchange) ซึ่งตั้งอยู่บนผลประโยชน์ หรือเป็นการรักษาผลประโยชน์ไว้
3. การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หรือ (Reciprocity) เป็นรูปแบบที่ได้มาซึ่งสิ่งของในการแลกเปลี่ยน โดยต่างฝ่ายต่างได้ผลประโยชน์ แต่มีความความเอื้ออาทรต่อกันมากกว่าการรักษาผลประโยชน์
4. การบริจาค หรือ (Giving) เป็นการให้ไม่ว่าจะให้สิ่งของหรืออื่นๆ ซึ่งมาจากคนหมู่มาก การให้นี้จะคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่ได้รับมากกว่าตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่มนุษย์ต้องการจากระบบเศรษฐกิจ

ประเสริฐ ไชยทิพย์ (2552) ได้กล่าวเอาไว้ว่า แนวคิดนี้มนุษย์มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด สามารถแบ่งออกได้

1. ความต้องการทางเศรษฐกิจ ได้แก่
 - 1.1 งานดีมีประโยชน์ เป็นการที่ทำงานออกมาอย่างมีคุณภาพ ช่วยให้ชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้น มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานที่ดี
 - 1.2 บรรทัดฐานอาชีพเพิ่มขึ้น เนื่องจากคนไม่รู้จักพอ จึงต้องเพิ่มมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นตามไปด้วย
 - 1.3 การมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างมีเหตุผล มนุษย์เรามีความพยายามที่จะหาสิ่งตอบแทน เพื่อให้มีความมั่นคงในวันข้างหน้า เพื่อนำมาเลี้ยงครอบครัวให้อยู่รอด
2. ความต้องการที่ไม่ใช่ทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดไม่ได้ด้วยเงิน มีความเสรีภาพ ประชาธิปไตย มีการพึ่งพาอาศัยกัน ช่วยเหลือกันและกัน มีดังนี้
 - 2.1 การพัฒนาตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาวิชา และความชำนาญ เพื่อให้มีการพัฒนา และต้องการรู้สึกรู้สีกว่าตนเองมีความสำคัญ

2.2 การยอมรับจากสังคมรอบข้าง ซึ่งต้องการมิตรภาพที่ดีจากบุคคลอื่น หรืออยากจะทำให้เกิดการยอมรับจากคนรอบข้าง รวมไปถึงร่วมมือที่จะช่วยเหลือกัน

2.3 การมีอิสระเสรีภาพส่วนบุคคล

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ Maslow's Hierarchical Theory of Motivation

ได้กล่าวว่าการกระทำของคนส่วนใหญ่ นั้น อธิบายได้โดยการใช้แนวโน้มของคนส่วนใหญ่ เพื่อให้ทราบถึงเป้าหมาย ลำดับของการจูงใจที่สำคัญของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยที่เขาคิดเชื่อไว้ว่ามนุษย์นั้นเป็น (wanting animal) และยากที่จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจได้อย่างสมบูรณ์แบบ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ได้บอกเอาไว้ว่าเมื่อมนุษย์ได้รับความพึงพอใจขั้นหนึ่งแล้วก็จะต้องการเพิ่มขึ้น หรือมีความต้องการที่ไม่มีวันสิ้นสุดนั่นเอง เพราะยังคงต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจแบบนี้เรื่อยๆ เพราะความปรารถนาี้จะมีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด และ จะเรียงลำดับขั้นของความอยากได้ ตั้งแต่ขั้นต้นไปจนถึงขั้นสูงสุด

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ

ความหมายของการรณรงค์

วุฒิชัย จานง (2523) ได้กล่าวเอาไว้ว่า ในยุคที่มีการติดต่อกันด้วยข้อมูลข่าวสารที่ได้มีการพัฒนาในโลกยุคปัจจุบันนั้น ถือว่าการติดต่อนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำธุรกิจ ในการนำข้อมูลข่าวสารนี้มาใช้ในการเลือก หรือช่วยคิดวิเคราะห์หากไม่แน่ใจ การใช้ข่าวสารนี้ก็จะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ที่ได้อีกมาก

Kendall (1992) กล่าวว่า การรณรงค์เป็นการดำเนินการที่ต้องวางจุดหมาย แผนงาน เวลา ดำเนินการ งบประมาณ เพราะมีความต่อเนื่องหรือมีการดำเนินการ

พีระ จิระโสภณ (2538) กล่าวว่า การรณรงค์เพื่อเผยแพร่แนวคิดที่ผู้รณรงค์ต้องการ ไปสู่เป้าหมายของการรับรู้ หรือเปลี่ยนการกระทำของเป้าหมายจำนวนในการรับข่าวบ่อยครั้ง หรือโอกาสที่ผู้รับข่าวสารจะสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งซึ่งก็มีแหล่งที่มาของข่าวสารที่มาก เช่น เลือกอ่านนิยาย เลือกที่จะรับฟังข่าวสารจาก โทรทัศน์ วิทยุ

Atkin (1973) กล่าวไว้ว่า การรณรงค์ ว่านอกจากข้อมูลเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับข่าวต่าง ๆ นั้น แล้วจะทำให้ผู้ที่ได้รับข่าวสารนั้นมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์บ้านเมือง มีเข้าใจในสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น รวมไปถึงผู้ที่ได้เปิดรับข่าวสารนั้นย่อมมีหูตากว้างไกลมากกว่าผู้ที่ไม่ค่อยเปิดรับเอาสารเลย

กฤติกา มาโนช (2540) ได้กล่าวเอาไว้ว่า มนุษย์เราเลือกที่จะเปิดรับเอาข่าวสารจากแหล่งที่มาต่างๆจะต้องมีข้อมูลที่ทันสมัยและชัดเจนเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ เพื่อที่จะตอบสนองความปรารถนาของตนเองตั้ง 6 ประการ

1. เพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (Surveillance) โดยมีการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ ที่อยู่รอบๆตัว จากแหล่งข่าว อาจจะเป็นจากนักข่าว เพื่อให้ตนเองนั้นได้รู้ว่าจะเป็นสิ่งที่ควรรู้อะไรบ้าง
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะข่าวสารนั้นจะสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินชีวิต ซึ่งการเปิดรับข่าวสารนี้จะช่วยให้มนุษย์นั้น
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนี้ จะสามารถช่วยให้บุคคลนำไปพูดคุยสนทนาในเรื่องต่างๆที่ได้รับสารนั้นๆมาพูดคุยกันได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ต้องการรับข่าวสารเพื่อให้ตัวเองได้รับรู้และมีส่วนร่วมจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมจากรอบข้าง
5. เพื่อสนับสนุนความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เปิดรับข่าวสารเพื่อนำไปเพื่อความเพลิดเพลิน ได้ผ่อนคลายอารมณ์

ศศิวิมล ตามไท (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากที่ได้รับสื่อต่างๆเหล่านั้นทุกครั้ง และจะทำให้มีการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ และความรู้ แต่ก็ขึ้นอยู่กับขั้นตอนในการเลือกที่จะรับรู้ข่าวสาร ในการพัฒนาในด้านต่างๆ ซึ่งจะประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ ดังนี้

1. แหล่งเปิดรับข่าวสารที่มาจากสื่อมวลชนต่างๆ โดยที่บุคคลที่ได้รับเอาข่าวสารนี้มีความคาดหวังการสื่อเหล่านี้ ที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และการกระทำบางอย่างในการเปิดรับสื่อในครั้งนี้ได้ แต่การได้รับข่าวสารนั้นจะขึ้นอยู่กับว่ามาจากแหล่งสื่อใด และขึ้นอยู่กับแรงจูงใจของผู้ที่รับข่าวสาร เพราะแต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

2. แหล่งการเปิดรับข่าวสารที่มาจากสื่อบุคคล ซึ่งหมายถึงสารที่มาจากบุคคลหนึ่งมีการส่งต่อไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ในระหว่างทางนั้นจะมีการสื่อสารตอบโต้กันจะช่วยให้ผู้ที่รับสารเกิดความเข้าใจง่าย และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ที่รับสารอีกด้วย

Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่าแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมในการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป เพราะความแตกต่างของส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสารนั้นๆ ซึ่งจะมีการเลือกลำดับชั้นอยู่ 4 ลำดับดังนี้

1. การเลือกรับ-ใช้ (Selective Exposure) คนที่อยู่ในที่ที่มีโอกาสเปิดรับข่าวสารได้มากมาย และมีความพอใจจากแหล่งข่าวจะทำให้พยายามรับเอาข่าวสารที่สามารถมาเพิ่มเติมหรือสนับสนุนทัศนคติของ ตามทักษะเข้าใจข่าวสารของบุคคลนั้น ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบุคคล

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เนื่องจากสมองของคนถูกกระตุ้นจากสิ่งภายนอกรอบข้างของข้อมูลต่างๆ บุคคลจึงจำเป็นต้องเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่มีความสนใจเท่าที่สมองเราจะรับได้ ดังนั้นบุคคลจึงเลือกรับข่าวสารข้อมูลที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตนเอง และ

พยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องหรือหลีกเลี่ยงกับสิ่งที่ไม่ชอบ เพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจของตนเอง

3. การเลือกตีความ (Selective Perception and Interpretation) มนุษย์เราจะเลือกที่จะรับรู้และตีความหมายจากความรู้สึก ความเชื่อ ประสบการณ์ที่บุคคลนั้นเคยได้รับมา และทัศนคติของแต่ละบุคคลที่ต้องการเลือกรับรู้และเลือกตีความของข่าวสาร ส่วนใหญ่แล้วก็มักจะบิดเบือนข่าวสารที่ได้รับให้สัมพันธ์กับทัศนคติและความเชื่อที่มีอยู่เดิม ทำให้ตัดข่าวสารที่ไม่สอดคล้องนั้นออกไป

4. การเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention) มนุษย์มักจะเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง มากกว่าการจดจำในส่วนที่ขัดแย้ง และข่าวที่มักเลือกที่จะจดจำมักเป็นข่าวที่สนับสนุนความรู้สึกนึกคิด

โดยสรุปการเปิดรับข่าวสารหรือสื่อการรณรงค์ เป็นลำดับดังต่อไปนี้ 1.การเลือกรับ 2.การเลือกใช้ 3.เลือกให้ความสนใจ

การเลือกที่จะจดจำและตีความจะมีตัวแปรที่สำคัญ คือ ทัศนคติของแต่ละบุคคลที่ต้องการรับข้อมูลที่ตัวเองพึงพอใจ หรือข้อมูลข่าวสารที่มีความสอดคล้องกับการกระทำของตัวเอง เพราะข้อมูลนี้มีความใกล้เคียงกับการกระทำของตนเองมากที่สุด ซึ่งการกระทำที่แสดงออกมาต่อข่าวสารแต่ละคนนั้นก็แตกต่างกันออกไป เช่นเดียวกันกับการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้รับสาร ที่อาจจะมีการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารหรือการรณรงค์ที่แตกต่างกัน จะขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้รับสารนั้น ซึ่งมีความสัมพันธ์พฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์

กิตติ กันภัย (2543, หน้า 26) กล่าวว่า การรณรงค์ คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารมีความพยายามและเจตนาส่งสาร เพื่อให้ผู้รับสารมีการเปลี่ยนทัศนคติและกระทำตามผู้กำกับ การกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวต่อสภาพปัญหา การปรับเปลี่ยนทัศนคติที่เหมาะสม เช่น ไม่ควรรังเกียจคนที่ติดเชื้อเอชไอวี การปรับเปลี่ยนไปในทางที่ต้องการ เช่น เลิกสูบบุหรี่ การสร้างสำนึกพึงพอใจให้กับบุคคลเป้าหมาย เช่น จัดกิจกรรมที่เหมาะสมให้กับเยาวชนกลุ่มเสี่ยง

Kendall (1992) พูดว่าการรณรงค์ ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างแท้จริงนั้น เราไม่สามารถพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ ที่เป็นสื่อกระแสหลักเท่านั้น แต่ช่องทางการสื่อสารแบบอื่นจะต้องทำร่วมกันไปด้วย เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจเป็นขั้นตอนแรก และความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกระแสความตื่นตัวในวงกว้างเท่านั้น

ทฤษฎีของโรเจอร์อธิบายว่า

การรณรงค์ คือทำให้มนุษย์เกิดเข้าใจในสิ่งนั้นๆ เป็นการเสาะแสวงหาข้อมูลและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยได้มีการทดลองถึงประสิทธิภาพและความเหมาะสม เช่น การปรับเปลี่ยน เพราะการรณรงค์นี้มีเป้าหมายแรงใจให้รับรู้ข้อมูล และผลของการรณรงค์สามารถเกิดได้ เช่น การรณรงค์เรื่องเหล้า การรณรงค์โทรไม่ขับ และการรณรงค์เรื่องบุหรี่ ความสำเร็จของการรณรงค์นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับเปลี่ยนมุมมองในทัศนคติของประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยมุมมองในบริบทอนาคต นอกจากนี้การรณรงค์อาจมีเป้าหมายไปถึงการผลักดันในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม เช่น การรณรงค์สร้างกระแสการตื่นตัวของชุมชน หรือการผลักดันนโยบายการไม่ให้สูบบุหรี่ในที่สาธารณะ เป็นต้น

ทฤษฎีที่ใช้ในการรณรงค์ สามารถแบ่งออกเป็นหมวดหมู่

1. หมวดผู้ส่งสาร ความสำคัญอยู่ที่ความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้ที่รับข้อมูล และช่องทางส่งข้อมูล หรือการใช้สื่อบุคคลเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยตนเอง ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำไปพร้อมกันกับสื่อมวลชน
2. หมวดแสดงฐานความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาสาระกับพฤติกรรมของผู้รับสาร (message-based and behavioral-based typology) โดยมีการเน้นที่เนื้อหาสาระ เพราะเป็นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติ เพื่อประยุกต์ใช้กับการรณรงค์

ทฤษฎี KAP (Knowledge, Attitude, Practice)

เป็นลำดับขั้นการในสื่อสารการรณรงค์ ซึ่งถูกออกแบบเพื่อไปสู่พฤติกรรม โดยการถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ (attitude object) ด้วยความหวัง

ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคม

Review (1904) ได้กล่าวถึงทฤษฎีนี้ ว่าเป็นความปรารถนาที่จะทำในสิ่งที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาที่จะต้องเผชิญด้วยความจริงจัง สิ่งเหล่านี้จะช่วยป้องกันธุรกิจที่เห็นแก่ตัวและเป็นศัตรูต่อสวัสดิการของประชาชน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ยุพาพร รูปงาม (2545, หน้า 5) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการมีส่วนร่วม (participation) ว่าเป็นผลที่มาจากความคิดเห็นที่มีมาก และไปในทิศทางเดียวกัน จนเกิดการคิดริเริ่มไปสู่การนำไปปฏิบัติ เหตุผลแรกที่จะทำให้คนมารวมความคิดเหตุที่ไปในทิศทางเดียวกันได้ คือจะต้องมีความคิดที่ว่า การกระทำทั้งหมดนั้น ทำโดยกลุ่ม หรือกระบวนนาม หรือกระทำโดยผ่านองค์การ (organization) สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้ เป็นกระบวนการที่ทำให้มนุษย์ได้เข้ามามีบทบาท มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำบางอย่างหรือตัดสินใจร่วมกัน โดยได้เน้นการมีส่วนร่วมแบบแข็งแรงแห่ง

บุคคล ในการที่จะช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง และติดตาม รวมถึงได้มีการสนับสนุน ปฏิบัติงานของธุรกิจ

กรรณิกา ชมดี (2524, หน้า 9-10) ได้กล่าวเอาไว้ว่า ทฤษฎีการมีส่วนร่วม นั้นหมายถึง การร่วมมือ ร่วมรับผิดชอบ และช่วยกันทำในบางสิ่งหรือบางอย่าง คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันใน เรื่องของความ ต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกัน ให้ความหมายของ การมีส่วนร่วมว่า

Arnstein (1969, p. 219) ได้กล่าวไว้ว่าการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพนั้น คนในกลุ่มต้องมี อำนาจในการควบคุมได้มาก เพื่อที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดผลขึ้นมาได้ แต่จะไม่ใช่เป็นเพียงแค่ การรวมตัวกันขึ้นมาเท่านั้น

Douglah (1970, p. 90) ได้ให้ความหมายของทฤษฎีการมีส่วนร่วมนี้ (participation) ว่า ทฤษฎีนี้มีความหมายที่กว้าง โดยได้พบว่ามีการใช้ที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักศึกษาใช้ทฤษฎีนี้เพื่อ อ้างอิงการมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียน ส่วนนักรัฐศาสตร์ได้ใช้ทฤษฎีนี้ร่วมกับ ของชนบท เช่น การ ลงคะแนนเสียง นักวิทยาศาสตร์ใช้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และอื่นๆก็จะใช้คำนี้ในการตัดสินใจ ร่วมกัน

Reeder (1973, p. 72) ได้ให้ความหมายทฤษฎีการมีส่วนร่วม ว่าเป็นการพบปะทางสังคม การ เข้าร่วมรวมไปจนถึงการมีส่วนร่วมทางด้านของความคิดเห็น

Berkley (1975, p. 200) กล่าวว่าทฤษฎีการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การที่มีผู้นำได้อนุญาต ให้มีผู้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุดเท่าที่จะมากได้

ยุพาพร รูปงาม (2545, หน้า 7-9) ได้กล่าวไว้ว่าทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมมี 5 ทฤษฎี ซึ่ง อคิน รพีพัฒน์ ได้สรุปไว้ดังนี้

1. ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน (Mass Persuasion)

ได้กล่าวไว้ว่าการใช้คำพูดหรือออกมาเป็นตัวหนังสือโดยมีจุดหมายทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และการเกลี้ยกล่อมนี้จะมีประโยชน์เมื่อได้มีการเกลี้ยกล่อมเพื่อแก้ไขปัญหา แต่ผู้ที่มีหน้าที่ทำการ เกลี้ยกล่อมนี้จำเป็นจะต้องมีศิลปะในการทำให้เกิดความน่าสนใจของเรื่อง ที่เรียกว่าลำดับขั้น ความ ต้องการ คือ ความต้องการของมนุษย์นั้นจะมีการเรียงลำดับขั้นจากขั้นที่น้อยสุดไปหามากสุด ซึ่งมี ลำดับขั้นทั้งหมด 5 ระดับ คือ

1.1 ด้านสรีระวิทยา เป็นลำดับขั้นที่น้อยที่สุดหรือขั้นพื้นฐานของคน เช่น ทางด้านอาหาร ยา รักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย รวมไปถึงทางเพศ เป็นสิ่งที่มนุษย์จำเป็นที่จะต้องมี

1.2 ด้านความมั่นคง เช่น ที่อยู่อาศัยที่มีความปลอดภัย ไม่ว่าจะด้วยภัยที่เกิดจากการถูกขโมย ทรัพย์สิน หรือถูกทำร้ายร่างกาย รวมไปถึงความมั่นคงในการดำเนินชีวิตในที่ทำงาน

1.3 ด้านสังคม เช่น การให้สังคมยอมรับ

1.4 ด้านการมีเกียรติยศชื่อเสียง ได้แก่ อยากรู้ให้คนรอบข้างยกย่อง เกิดความพอใจ สิ่งนี้ซึ่งอยู่ในลำดับขั้นสูง

1.5 ความต้องการในด้านความสำเร็จแห่งตน เป็นลำดับขั้นที่สูงสุดแบบพิเศษของบุคคลที่จะพยายามทำให้ตนเองมีชีวิตที่ดีขึ้นที่สุด เนื่องจากในขั้นนี้ คนต้องการที่จะทำทุกอย่างตามใจตัวเอง เพื่อให้บรรลุความสำเร็จเท่าที่ตนเองจะทำได้ เพื่อที่จะมุ่งมั่นให้ชีวิตได้ดีที่สุด

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ (2537, หน้า 178) กล่าวว่า เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหลายๆ คนมารวมกัน ทำให้เกิดความผูกพันไม่ว่าจะต่อหน่วยงาน หรือกิจการที่ตนเองมีส่วนร่วม

สายสุนีย์ ปวุฒินันท์ (2541, หน้า 41) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมนี้ว่า การที่ประชาชน องค์กร หรือกลุ่มคนได้มีการรวมตัวกันด้วยความสมัครใจ เพื่อที่จะช่วยกันตัดสินใจในการดำเนินงาน หรือโครงการเพื่อพัฒนาต่างๆ เป็นการตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน แบ่งปันเพื่อให้เกิดผลประโยชน์จากการพัฒนาของกลุ่มคนเหล่านี้ด้วยความพึงพอใจ และรู้สึกดี

เนตินา โพธิ์ประสระ (2541) ได้บอกว่าการมีส่วนร่วมนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมในแบบทางตรง หรือ การเข้าร่วมในแบบทางอ้อมในกิจกรรมนั้นๆ

ชิต นิลพานิช และกุลธนา ธนาพงศธร (2532, หน้า 350) ได้ระบุว่า การที่คนในชุมชน หรือนอกชุมชนนั้นได้เข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนไม่ว่าจะในขั้นตอนใดก็แล้วแต่

โกวิทย์ พวงงาม (2541) ได้ระบุว่า การมีส่วนร่วมนั้น หมายถึง กระบวนการ หรือขั้นตอน ของกลุ่มคนในชุมชน ที่ได้มีการรวมความคิด ร่วมกันตัดสินใจ และร่วมกันลงมือปฏิบัติ โดยที่ทุกคนนั้น เข้าใจถึงปัญหาอุปสรรค และสิทธิประโยชน์ของตนเองในสิ่งนั้น ซึ่งการรับข้อมูลใหม่ๆ จะช่วยให้สามารถเพิ่มอำนาจ ความคิด และโอกาสได้ร่วมวิเคราะห์ และร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการทำสิ่งนั้นๆ ได้

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2531, หน้า 10) ได้สรุปว่า การมีส่วนร่วมของบุคคล หมายถึง การเข้าไปร่วมอย่างเต็มที่ของกลุ่มคนมีส่วนได้เสียในทุก ขั้นตอนของโครงการหรืองานพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอิทธิพล และการรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมเข้าร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่าจะมีส่วนเป็นไปได้มาก ขึ้นอยู่ที่ว่าสิ่งนั้นตรงกับความต้องการที่แท้จริง และทุกคนจะได้รับประโยชน์เสมอหน้ากัน

ทองใบ สุตขารี (2543, หน้า 227) กล่าวว่าเอาไว้ว่า การมีส่วนร่วม เป็นวิธีของผู้นำเอามาปรับใช้ เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น โดยจะใช้การออกเสียงของคนในสมาชิกร่วมกันตัดสินใจ นอกจากนี้ยังจะช่วยให้พนักงานนั้นเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ส่งให้เกิดผลดีตามมาอีกด้วย เช่น ทำให้เกิดการยอมรับเกิดขึ้น เป็นต้น

Newstrom & Davis (1993) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมนี้ว่า เป็นการร่วมด้านจิตใจ ความคิด อารมณ์ และความร่วมมือกันของบุคคล เพื่อให้เกิดการกระตุ้นในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนประสบความสำเร็จในสิ่งนั้น เป็นการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของคนในกลุ่ม ทำให้มีการร่วมมือกันเกิดขึ้น

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546, หน้า 17) ได้กล่าวถึงระดับของการมีส่วนร่วมตาม หลักการทั่วไปว่าแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูล ของตน/ครอบครัว/ชุมชนของตน
2. การมีส่วนร่วมรับข้อมูลข่าวสาร
3. การมีส่วนร่วมกำหนดในงานที่ตนมีส่วนได้เสีย โดย แบ่งเป็น 3 กรณีแล้วแต่กิจกรรมในตนเองอยู่ในขั้นตอนใดต่อไปนี่

3.1 ตนมีน้ำหนักในการแสดงออกน้อยกว่าเจ้าของโครงการ

3.2 ตนมีน้ำหนักในการแสดงออกเท่ากับเจ้าของโครงการ

3.3 ตนมีน้ำหนักในการแสดงออกมากกว่าเจ้าของโครงการ

4. การมีส่วนร่วมทำ คือร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด

5. การมีส่วนร่วมสนับสนุน คืออาจไม่มีโอกาสร่วมทำ แต่มีส่วนร่วมช่วยเหลือ ในด้านอื่น ๆ.....

อ่านต่อได้ที่

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527, หน้า 2) ได้พูดไว้ว่าการมีส่วนร่วม หมายถึง สิทธิของประชาชนที่สามารถจัดสรร (allocation) และการใช้ประโยชน์ (utilization) ของทรัพยากรเพื่อการผลิต เพื่อการกินดีอยู่ดี และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เข้าถึง ซึ่งการพัฒนาให้คนจนได้รับประโยชน์เพื่อการผลิตทางการจัดการบริการทางการเมือง การมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิดกระบวนการ และโครงสร้างที่ประชาชนสามารถที่จะแสดงออก การเข้าร่วมในการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้นโดยเน้นการให้อำนาจแก่คนในชนบท และเป็นกระบวนการกระทำที่สมัครใจ เพื่อประชาชนเอง

2. ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ (National Morale)

มนุษย์เราย่อมมีความปรารถนา หากกระทำสิ่งใดแล้วได้รับผลตอบแทนที่ดีก็เปรียบเสมือนการสร้างขวัญ การทำงานก็จะดีตามไปด้วย แต่ถ้าหากว่าขวัญนั้นไม่ดีการทำงานก็แย่งเช่นกัน ดังนั้นขวัญจึงเป็นสถานะที่แสดงออก จะสร้างขวัญให้ดีและสร้างทัศนคติที่ดีกับผู้ร่วมงาน อย่างเช่น การทำงานอย่างตรงไปตรงมา การไม่เอาเปรียบเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น การเกิดความสำนึกให้มีความรับผิดชอบนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อถ้าพนักงานมีขวัญกำลังใจที่ดี การรักองกรณ์ก็จะเกิดขึ้นในทันที จึงทำให้เกิดผลดีต่อธุรกิจหรือองค์กร

3. ทฤษฎีสร้างความรู้สึกราชาตินิยม (Nationalism)

ซึ่งเป็นความรู้สึกในตนเองที่อุทิศให้ โดยเน้นไปที่ค่านิยมในเรื่องของผลประโยชน์ส่วนร่วมมากกว่าส่วนตน มีความรักภักดี และมีความพอใจในชาติศาสนาของตนเอง รวมไปถึงมีความผูกพันในท้องถิ่นที่ตนอาศัยด้วย ซึ่งเป็นตัวแปรอีกหนึ่งตัวที่ในการมีส่วนร่วม

4. ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership)

การก่อตั้งผู้นำขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่คอยจูงใจด้วยความเต็มใจและมีความสุข จะทำให้งานนั้นๆ สำเร็จไปได้ด้วยดีร่วมกัน เนื่องจากผู้นำจะเป็นปัจจัยที่สำคัญของสมาชิกในกลุ่มหรือการทำงานด้วยกันหลายคนนั่นเอง ผู้นำอาจจะมีทั้งผู้นำที่ดี และผู้นำที่ไม่ดี ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership) จึงก่อให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อร่วมมือกันในการทำงานอย่างมีกำลังใจโดยผู้นำเป็นคนสร้าง ดังนั้น การที่มีผู้นำที่ดีก็จะสามารถนำไปสู่ การร่วมมือกันทำงานให้สำเร็จเป้าหมายได้

5. ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร (Administration and Method)

การใช้วิธีระบบทางการบริหารนั้นเป็นวิธีหนึ่งที่ยากในการรวบรวมสมาชิกเพื่อร่วมมือกัน ซึ่งวิธีการนี้จะใช้กฎหมายในการดำเนินงาน แต่ยังไม่มียุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะนำมาใช้ในการบริหารความร่วมมือนี้ได้ดี ซึ่งสาเหตุก็มาจากมนุษย์นั้นถ้าหากได้มีการทำงานที่ตนรัก ตนชอบ หรือทำงานด้วยความเต็มใจไม่มีใครมาบังคับแล้ว ก็จะสามารถทำงานนั้นออกมาได้ดี แต่ในทางกลับกันการที่จะทำให้บรรลุผลได้นั้นอาจจะต้องใช้การบริหารตามนโยบาย แต่อาจจะเพิ่มการคาดหวังผลประโยชน์

แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม

สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ และทบวงมหาวิทยาลัย (2546, หน้า 114) ได้เขียนเอาไว้ว่า คือการที่บุคคลได้มีส่วนร่วม และตัดสินใจในการพัฒนาท้องถิ่นวางแผน หรือการมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากแหล่งใดแหล่งหนึ่งของชุมชน แบ่งออกได้ 2 ลักษณะ คือ

1.การมีส่วนร่วมเหมือนเป็นลำดับในการบำรุงรักษา โดยที่มีคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาในครั้งนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ได้แก่ การร่วมมือกันหาวิธีที่จะแก้ไขปัญหา และตัดสินใจร่วมกัน การวางแผนร่วมกัน รวมไปถึงการหาทรัพยากรที่จะนำมาพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่ตนอยู่ การคิดตามประเมินผล

2.การมีส่วนร่วมทางการเมือง มี 2 แบบ คือ 1.การส่งเสริมสิทธิให้มีอำนาจโดยประชาชน 2. โครงสร้างของชนบทแสดงออก และความสามารถนี้ได้รับผลมาจากผลประโยชน์จากการพัฒนา และการควบคุมการกระจายทรัพยากรของชุมชน ที่จะทำให้เกิดกระบวนการ

การปรับเปลี่ยนกลไกในการพัฒนาโดยภาครัฐ มาเป็นให้ประชาชนเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาแทนหรือให้ชุมชนสามารถกระจายอำนาจ ในการวางแผนถือได้ว่าเป็นการคืนอำนาจให้กับประชาชน

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527, หน้า 183) ได้ให้ความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมนั้นจะ เกี่ยวข้องจิตใจ สาเหตุซึ่งมาจากสิ่งที่มากระตุ้นเพื่อให้การทำงานสำเร็จบรรลุเป้าหมาย

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546, หน้า 4) ได้พูดเอาไว้ว่า การมีส่วนร่วมคือการที่มีคนใดคนหนึ่ง ได้เข้าไปมีส่วนร่วมครั้งหนึ่งแล้ว ได้มีการเข้าไปมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้นอีกอย่างมีประสิทธิภาพ และเสมอภาคได้ ต้องไม่ใช่เป็นการมีส่วนร่วมในออกความคิดแบบชั่วคราว และจะต้องมีการเข้าร่วมตั้งแต่เริ่มต้นไป จนถึงขั้นตอนสุดท้าย

ชิต นิลพานิช และกุลธนา ธนาพงศธร (2532, หน้า 350) ได้ระบุเอาไว้ว่าการมีส่วนร่วมของคน ในชุมชนประกลุ่มบุคคลเพื่อที่จะให้มีการพัฒนาสิ่งแวดล้อมนั้น คือ การที่ประชาชนในเมืองและชนบท ได้เข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาและดำเนินงานในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2531, หน้า 10) ได้สรุปการมีส่วนร่วมครั้งนี้เอาไว้ว่า หมายถึง การเข้า ร่วมในแบบเต็มกำลังของกลุ่มประชาชนในทุกลำดับของงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมได้ส่วนเสีย พลังอำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบ ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้เปรียบเสมือนการรับประกัน จะต้อง ได้รับการตอบสนองมากที่สุด แต่ก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ทำนั้นจะตรงกับความต้องการที่แท้จริง และจะมีความ มั่นใจอย่างมากขึ้นหากผู้เข้าร่วมทุกคนจะได้รับสิทธิและรับประโยชน์ที่เท่ากัน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจและการจูงใจ

แรงจูงใจ เปรียบเสมือนพลังที่คอยผลักดันให้มนุษย์ได้มีการกระทำตอบสนองสิ่งต่างๆ และยัง สามารถที่จะกำหนดทิศทาง ของการกระทำนั้นๆด้วย บุคคลที่มีระดับจิตใจที่สูงมาก จะมีความมานะ กระทำสิ่งต่างๆโดยไม่เหน็ดเหนื่อย แต่ในอีกทางคนที่มระดับของแรงจูงใจที่ต่ำ จะพยายามไม่แสดงการ กระทำนั้นออกมาเพื่อให้ตนสำเร็จได้ แต่จะลี้ภัยการกระทำก่อนที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นอีกด้วย

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548, หน้า 81) กล่าวว่า เป็นความปรารถนาทำให้มีขึ้นข้างในของบุคคล แล้วทำให้เกิดความเครียด จะทำให้แต่ละคนเลือกกระทำเพื่อตอบสนองต่อที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละ สถานการณ์ที่แตกต่างกัน

สนาะ ดิยาว์ (2543, หน้า 208) ได้ให้ความหมายของคำว่า แรงจูงใจว่า เป็นความเต็มใจใน ความพยายามอย่างเต็มที่ จนทำให้สามารถบรรลุเป้าหมาย โดยมีเงื่อนไขว่า ความพยายามและความ พยายามเพื่อตอบสนองความต้องการของคนนั้นๆ ซึ่งยังมีอีกความหมายหนึ่งคือ เป็นพลังที่ถู กระตุ้นพฤติกรรม เพื่อกำหนดพฤติกรรมมีลักษณะมุ่งมั่นไม่ลดละที่จะไปยังเป้าหมาย ดังนั้นแล้ว แรงจูงใจจึงมี พลัง ความสามารถ และเป้าหมาย

เนตร์พัฒนา ยาวีราษ (2546, หน้า 92) ได้บอกเอาไว้ว่าแรงจูงใจนั้น คือพลังจากภายในจิตใจ ถ้ามนุษย์มีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกกระทำ ทั้งพยายามให้เกิดผลเร็วที่สุด และสามารถทำให้องค์กรบรรลุ จะเป็นแรงหนุนทำให้เกิดการกระทำนั้น

Walters (1978, p. 218) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจ คือ สิ่งที่อยู่ข้างในของมนุษย์ที่จะส่งผลให้ต้องแสดงการกระทำนั้นๆแต่มีเป้าหมาย หรือที่เรียกได้ว่า แรงจูงใจที่มีเหตุผล เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักจูงนำบุคคล

Loundon & Bitta (1988, p. 368) พูดไว้ว่าแรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลังอำนาจ ที่จะทำให้อารมณ์ของมนุษย์มีการเคลื่อนไหว ไปในทิศทางที่มีเป้าหมาย ก็มีแรงกระตุ้นต่างกันด้วย

จากความหมายของแรงจูงใจในข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่ามีความสำคัญอยู่ 2 หลัก คือ

1. เป็นกลไกในการไปกระตุ้นเพื่อให้เกิดพลังของร่างกายที่ส่งผลต่อการกระทำนั้นออกมา
2. เป็นแรงจูงใจในการกำหนดส่วนของร่างกายให้เกิดการกระทำไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

Schiffman & Kanuk (1991, p. 69) บอกว่าการจูงใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นพลังในการขับเคลื่อนของมนุษย์ให้แสดงการกระทำสิ่งนั้นออกมา แรงจูงใจที่แตกต่างกัน จึงแสดงออกเหมือนกันได้

Anita (1995) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจูงใจ ว่าเป็นสภาวะที่อยู่ภายในของตัวบุคคล ซึ่งจะถูกกระตุ้นให้แสดงการกระทำ

Domjan (1996) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการเพิ่มการกระทำของมนุษย์ โดยจงใจที่จะกระทำสิ่งนั้นที่ต้องการให้บรรลุความสำเร็จตามความต้องการของตนเอง

การจูงใจนั้นเปรียบเสมือน การกระทำนั้นถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า ให้แสดงการกระทำต่อสิ่งนั้น เพื่อให้ประสบความสำเร็จ อาจจะได้เห็นได้ว่าการกระทำที่แสดงออกมานั้นมาจากแรงจูงใจ เป็นการแสดงออกอย่างมีทิศทาง มีเป้าหมายที่ชัดเจน จะไม่ใช่เพียงแค่ตอบสนองสิ่งเร้าเท่านั้น และเป็นผลต่อเนื่องจาก แรงผลักดัน หรือ แรงกระตุ้น ที่เรียกว่า แรงจูงใจ ด้วย

Daft (2000, p.534) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจ คือพลังผลักดันที่ถูกกระตุ้นให้เกิดการทำ หรือจะทำให้รักษาพฤติกรรมนั้นไว้คือพยายามไม่แสดงออกมา

Harriman (1947, P.226) ได้กล่าวไว้ว่า การจูงใจเป็นนามธรรมที่ไม่เห็นด้วยตา สัมผัสไม่ได้ แต่เป็นสิ่งที่มือทิพในการกระตุ้นก่อให้เกิดกระทำขึ้นมา

Vroom (1995, p.7) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือขั้นตอนในการควบคุม หรือครอบงำไม่ให้มีทางเลือกอื่นๆ ด้วยความสมัครใจ

Wehrich & Koontz (1993, p.462) ได้บอกไว้ว่า คือ แรงที่ผลักดันความต้องการหรือความหวังของบุคคล ให้แสดงการกระทำในสิ่งที่ตนปรารถนา เช่น ผู้นำจะใช้วิธีโน้มน้าวจิตใจหรือจูงใจเพื่อให้ผู้ตามทำในสิ่งที่ต้องการด้วยความเต็มใจ

Andreas (1970, p.505) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นปัจจัยที่ทำให้มีผลต่อการกระทำ หรือพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะแสดงออกมา

Griffin (1963, p.484) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจเปรียบเสมือนพลังที่คอยผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง แสดงพฤติกรรมในการตอบสนองความต้องการของตน

Dubrin & Ireland (1993, p. 294) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่ทำให้มีการขับเคลื่อน และหนุนการกระทำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

Perry & Hondeghem (2008, p. 3) ซึ่งได้มีการขยายนิยามของแรงจูงใจในการบริการสาธารณะเพื่อให้ครอบคลุมถึงแรงจูงใจ และการกระทำ โดยมีเป้าหมายทำสิ่งที่ดีให้แก่ผู้อื่น (do good for others) รวมไปถึงการทำให้สังคมและสิ่งรอบข้างมีความสุขตามไปด้วย (shape the well-being society) แรงจูงใจในการบริการสาธารณะมีพื้นฐาน อยู่ 3 ประการ ดังนี้

1. แรงจูงใจในด้านการมีเหตุผล (rational motives) จะต้องมีการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับตนเอง ดังนั้นก็มีโอกาสที่บุคคลนั้นพร้อมที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินการต่างๆ โดยเฉพาะหากสิ่งนั้นมีผลกระทบต่อผลประโยชน์หรือมีความสอดคล้องกับตัวบุคคลนั้นๆ

2. แรงจูงใจเชิงปทัสสถาน (norm-based motives) กล่าวคือ ความเต็มใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เช่น การแสดงออกที่ความรักชาติ ความจงรักภักดีต่อรัฐบาล การทำหน้าที่ตามกฎหมายที่กำหนด นอกจากนี้แรงจูงใจเชิงปทัสสถานยังสามารถสะท้อนได้ ในการกระทำพฤติกรรมทางจริยธรรม

3. แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ (affective motives) ซึ่งเป็นอยู่บนพื้นฐานของอารมณ์ของมนุษย์ อาจแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมลักษณะต่างๆ เช่น การช่วยเหลือผู้อื่น ความเต็มใจ การเห็นใจผู้อื่น การที่มีนิสัยเสริมสร้างสังคม

Brewer & Facer (2000, p. 255-256) ได้กล่าวไว้ว่า จากแรงจูงใจในการบริการสาธารณะข้างต้นนั้น จึงทำให้มีมิติซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในสาธารณะ (attraction to public policymaking)
2. การนึกถึงผลประโยชน์ของสาธารณะ/การตระหนักต่อหน้าที่พลเมืองที่ดี
3. ความเห็นใจผู้อื่น (compassion)
4. การเสียสละ ตนเอง (self-sacrifice)

James (1989) กล่าวว่าแนวคิดนี้ อาจจะไม่ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการบริจาคมของมนุษย์ เนื่องจากสิ่งของที่นำมาบริจาคมนั้นพออยู่แล้ว มนุษย์เองก็ยังคงขาดการบริจาคมสิ่งของด้วยตนเองอยู่ดี คำจึงสรุปได้ว่าผู้ที่บริจาคมได้รับความพึงพอใจเพิ่มสูงจากปริมาณสิ่งของมวลรวมเพิ่มขึ้น และพึงพอใจเมื่อสิ่งของที่บริจาคมของตนเองนั้นเพิ่มไปด้วยเช่นกัน เนื่องจากทำให้เกิดความพอใจกับผู้ที่บริจาคมได้ เป็นความสุขทางใจ ความรู้สึกที่ดีที่ได้ให้ ถึงแม้ว่าสิ่งของที่บริจาคมนั้นเพียงพอกับความต้องการอยู่แล้ว แต่จะเป็นสุขมากขึ้นถ้าหากว่าได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้อื่นด้วยการบริจาคม

Wright (2003) ได้กล่าวเอาไว้ว่า ส่วนมากแล้วคนเรามักจะพยายามเลือกรับสารที่สอดคล้องกับการทัศนคติและความสนใจของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เมื่อรับสารที่มีความสอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง หรือประสบการณ์ของตนที่อยู่ ก็จะทำให้เกิดความขัดแย้งหรือทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นหมดไป

Schermerhorn, Hunt & Osborn (2000, p.103) ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีเสริมแรง (Reinforcement Theories) ทฤษฎีนี้จะมุ่งไปที่ขั้นตอนในการควบคุมการกระทำของมนุษย์ ให้มีความเหมาะสม จะสังเกตที่การกระทำมากกว่าไปสังเกตที่ความรู้สึกที่อยู่ในส่วนลึกของมนุษย์ ดังนั้นทฤษฎีการเสริมแรงนี้เกิดจากการที่เฝ้าสังเกต เพื่อให้ได้รู้ถึงผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์กันกับการทำงานนั้นเป็นอย่างดี โดยอาจจะสังเกตดูว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ที่ไหน และเมื่อไหร่

ทฤษฎีของการจูงใจ

Lovell (1980, p.109) ได้กล่าวแรงจูงใจ “เป็นลำดับที่ชักนำให้เกิดความมานะที่จะตอบสนองในบางประการให้ไปยังเป้าหมาย”

Domjan (1996, p.199) ได้อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548, หน้า 81) ได้แบ่งทฤษฎีของการจูงใจนี้ออกเป็น 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีเสริมแรงจูงใจ ได้บอกไว้ว่า ที่เป็นผลมาจากการกระทำในอดีต โดยดูจากสิ่งแวดล้อมมากกว่าการพิจารณาภายในตัวของบุคคล นักจิตวิทยาได้มีการปรับปรุงทฤษฎีนี้โดยนำเอาเทคนิคในการจูงใจ นี้มาพัฒนาเรียกว่า ทฤษฎีเสริมแรงทางด้านบวก หรือปรับพฤติกรรม โดยที่เค้าคิดว่ามนุษย์นั้นจะได้รับแรงจูงใจ ก็ต่อเมื่อมีสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่อยู่รอบๆมีความเหมาะสม

2. ทฤษฎีเนื้อหา ทฤษฎีนี้จะมุ่งไปที่การกำหนดที่ความปรารถนาของแต่ละคนมีดังต่อไปนี้

1.ทางกายภาพ

2.ทางจิตวิทยา

จะทำให้เกิดความปรารถนา ทฤษฎีนี้ช่วยลดสิ่งเหล่านี้ให้น้อยลงหรือหมดไป โดยให้ผู้นำสร้างบรรยากาศที่ดี

ทฤษฎีแรงจูงใจนี้จะทั้งด้วยกัน 4 ทฤษฎี ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นตอน
- 2.2 ทฤษฎีแรงจูง
- 2.3 ทฤษฎีความต้องการที่แสวงหาของ
- 2.4 ทฤษฎีสองปัจจัย

3.ทฤษฎีกระบวนการ จะมุ่งไปที่การแสวงหาความเข้าใจในขั้นตอนของความรู้ความเข้าใจ สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นภายในของมนุษย์ซึ่งทำให้มีผลต่อการกระทำของบุคคล ประกอบไปด้วย 3 ทฤษฎีดังนี้

- 3.1 ทฤษฎีความเสมอภาค
- 3.2 ทฤษฎีความคาดหวัง
- 3.3 ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย

ทฤษฎีกระบวนการและทฤษฎีเนื้อหาจะมีความแตกต่างกัน คือ ทฤษฎีกระบวนการจะทราบสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ส่วนทฤษฎีเนื้อหาจะทราบถึงความสำคัญของแต่ละคน แต่อย่างไรก็ตามทุกทฤษฎีจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่มีทฤษฎีใดสามารถอธิบายได้อย่างสมบูรณ์ อาจจะต้องอาศัยทั้ง 3 ทฤษฎีนี้ร่วมกัน เพื่อให้มีการผสมผสานของการจูงใจ ทำให้เกิดประโยชน์ที่ทำงานร่วมกันดีขึ้น

ทฤษฎีเนื้อหาของการจูงใจ (Content Theories of Motivation)

Schermerhorn (2005, p.353) ได้บอกว่าทฤษฎีนี้อธิบายถึงความปรารถนาที่อยู่ข้างในของบุคคล หรือเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงกลไกความต้องการของพนักงาน ซึ่งได้แก่ ความแตกต่างกันในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทฤษฎีของเนื้อหาของการจูงใจนี้ได้นำเอา ทฤษฎีนี้เข้ามาอธิบายถึงทัศนคติ พฤติกรรม ที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย แต่ทั้งสองทฤษฎีนี้ก็มีความเหมือนกันที่ความเครียดนั้นเกิดจากความต้องการ ที่มีผลต่อทัศนคติและการกระทำ ทฤษฎีเนื้อหาของการจูงใจนี้ประกอบไปด้วย

1.ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์

มนุษย์มีความต้องการ 5 ขั้นตอน ที่เหมือนขั้นบันไดมีขั้นตอนลำดับก่อนหลัง ดังนี้

ด้านร่างกาย เป็นขั้นแรกสุดที่จะตอบสนองความปรารถนาของมนุษย์ ได้แก่ อาหาร ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตเพื่อให้อยู่รอด สิ่งเหล่านี้สามารถหามาได้ด้วยเงิน มนุษย์ต้องการให้มีการตอบสนองปัจจัยพื้นฐานนี้ก่อนจึงจะเกิดความต้องการในขั้นตอนต่อไป

ด้านความปลอดภัย จะทำให้ตนเองมีความรู้สึกว่ามี ความมั่นใจในความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยสำหรับที่อยู่อาศัย เพราะเมื่อมนุษย์มีเงินพอที่จะซื้อบ้าน จะหาวิธีเพื่อไม่ต้องสูญเสียบ้านหลังที่ได้มานั่นเอง และหาวิธีที่จะทำให้บ้านนั้นมีความปลอดภัยมากขึ้น อาจจะไปหาซื้ออุปกรณ์ที่ช่วยป้องกันเมื่อเกิดภัยพิบัติ เช่น ซื้อถังดับเพลิง

ทางด้านสังคม เมื่อมีความปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเราจะต้องความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิด การมีโอกาสเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่นในกลุ่มหรือหลายกลุ่ม ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เช่น พ่อแม่กับลูก สามีกับภรรยา เพื่อนกับเพื่อน

ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง มนุษย์สามารถตอบสนองในเรื่องปากท้อง ความปลอดภัย ความรักเรื่องศักดิ์ศรีได้อย่างเพียงพอแล้ว เป็นขั้นที่คนเราต้องการยอมรับ เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจและสร้าง การนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองและเกียรติยศ ได้แก่ ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ท้าทาย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้า ในงานอาชีพ จึงมุ่งพัฒนาศักยภาพของตนเองให้เจริญงอกงามมากที่สุด มนุษย์อยากจะศึกษาเพราะ อยากรู้อย่างแท้จริงอยากทำเพราะใจรัก เป็นต้น

ความต้องการประสบความสำเร็จ ในขั้นสูงสุดของมนุษย์ ในการที่จะพัฒนาเพิ่มทักษะ ความสามารถของตนเองให้ถึงขีดสุด มีความคิดที่สร้างสรรค์ในสิ่งต่างๆ ที่จะทำให้ตนเองไปถึงยังที่ สูงสุดที่ตนเองมุ่งหวังได้ ได้แก่ความต้องการทางสังคม เกียรติยศชื่อเสียง และความต้องการเติมความ สมบูรณ์ให้ชีวิต และอธิบายว่า ความต้องการระดับต่ำจะได้รับการสนองตอบจากปัจจัยภายนอกตัว บุคคล จะได้รับการสนองตอบ จากปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ความต้องการที่รับการตอบสนองอย่างดีแล้ว จะไม่สามารถเป็นเงื่อนไข จูงใจบุคคลได้อีกต่อไป แม้ผลวิจัย ในเวลาต่อมา ไม่สนับสนุนแนวคิดทั้งหมดของมาสโลว์ แต่ทฤษฎี ลำดับความต้องการของเขา ก็เป็นทฤษฎีที่เป็นพื้นฐาน ในการอธิบายองค์ประกอบของ แรงจูงใจ ซึ่งมีการพัฒนาในระยะหลังๆ

2. ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

Robbins (1993, p.211) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจ ว่าเป็นทฤษฎีที่มีความสอดคล้องกับ ความต้องการขั้นพื้นฐาน แบ่งออกได้ 3 กลุ่ม คือ

1. ความต้องการในการอยู่รอด อยู่ในลำดับขั้นต่ำสุด

2. ความต้องการความสัมพันธ์ จะประกอบไปด้วยความต้องการทางด้านของสังคม ซึ่งจะ มีทฤษฎีความต้องการทางด้านความปลอดภัย และทฤษฎีความต้องการการยอมรับยกย่อง เพิ่มช่วยใน การเสริมความสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลอื่น

3. ความต้องการความก้าวหน้า เป็นลำดับขั้นสูงสุด จะมีทฤษฎีความต้องการประสบความสำเร็จ

3. ทฤษฎีความต้องการแสวงหา

Certo (2000, p.555) ได้กล่าวว่าเป็นทฤษฎีที่เสนอว่าการเรียนรู้โดยที่มีการมุ่งหวังเฉพาะอย่าง มากกว่าความต้องการอย่างอื่น ทฤษฎีนี้ประกอบด้วย 3 ความต้องการดังนี้

ความต้องการความสำเร็จ จะมีความปรารถนาอย่างรุนแรงที่จะประสบความสำเร็จและกลัวความล้มเหลว เป็นสิ่งที่ต้องการอย่างเต็มที่หรือทำให้ดีที่สุด ต้องการการแข่งขันและกำหนดเป้าหมายที่ยากกับตัวเอง ชอบเสี่ยงแต่ไม่ชอบพนัน ซึ่งมีงานวิจัยของ McClelland ได้ศึกษาพบว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงสุด ชอบงานที่ท้าทาย มีการแข่งขัน และต้องการให้การสนองกลับเพื่อนำมาประเมินผลงานของตนเอง มีความรู้และความสามารถ กล้าที่จะเผชิญหน้า มีความรับผิดชอบ มีความปรารถนาที่จะทำงานให้ดีกว่าบุคคลอื่น แสวงหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุด

ความต้องการความผูกพัน คือ ความต้องการผูกพันกับผู้อื่น เป็นพรรคพวกได้รับการนับหน้าถือตา ต้องการการยอมรับ ร่วมรับรู้และแบ่งปันความรู้สึกระหว่างกันและกัน ต้องการมีความสัมพันธ์อันดีงามกับผู้อื่น โดยจะพยายามที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีไว้ พอใจกับการเป็นที่รัก เขาจะรักษาความสัมพันธ์อันดีในสังคม พอใจให้การสนับสนุน มากกว่าการแย่งชิง พยายามสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น สร้างความเข้าใจอันดี

ความต้องการอำนาจ เกี่ยวข้องกับอิทธิพลเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น (อำนาจของบุคคล เป็นอำนาจทางลบ ใช้อำนาจจู่กรานผู้อื่นเพื่อให้ตนเองบรรลุเป้าหมาย) บุคคลเช่นนี้ต้องการเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือผู้อื่น ชอบสอน ชอบแข่งขัน ต้องการเป็นผู้นำในการตัดสินใจ มีความพอใจที่จะอยู่ในสภาพการณ์แข่งขันหรือสถานการณ์ซึ่งมุ่งสู่การมีสถานภาพที่ดีรวมทั้งการมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น

4. ทฤษฎีสองปัจจัยของ Frederick Herzberg

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545, หน้า 313-315) ได้กล่าวไว้ว่าเป็นทฤษฎีที่เสนอแนะว่าความพึงพอใจ มี 2 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivates Factors) เป็นปัจจัยกระตุ้นให้คนทำงาน โดยเกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่ดีที่จะเกิดขึ้น เป็นปัจจัยภายนอก อันจะทำให้พนักงานมีความพึงพอใจเกี่ยวกับงานที่จะทำ เช่น การยกย่อง เป็นต้น

2. ปัจจัยอนามัย (Hygiene or Maintenance Factors) เป็นปัจจัยภายนอกที่ป้องกันไม่ให้เกิดการไม่พอใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่จะสร้างความไม่พอใจ ซึ่งจะเป็นตัวสกัดกั้นไม่ให้เกิดแรงจูงใจ การเสนอสุขอนามัยไม่ใช่วิธีการจูงใจที่ดีที่สุดในทัศนคติของ เฮอริเบิร์ก เช่น การออกคำสั่ง ค่าตอบแทน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น

ทฤษฎี E.R.G. ของ Alderfer (Existence Relatedness Growth)

ซึ่งทฤษฎี E.R.G. มีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ของ Maslow ที่ว่า ความต้องการที่ยังไม่ตอบสนองจะจูงใจบุคคลและเห็นด้วยว่า โดยทั่วไปบุคคลจะก้าวขึ้นไปตามขั้นตอนของก่อนระดับความต้องการสูง เมื่อขั้นตอนในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วก็จะมีความสำคัญน้อยลง แต่

ภายใต้สถานการณ์บางอย่าง บุคคลอาจจะกลับมายังระดับต่ำได้ ทฤษฎีนี้มีทั้ง ส่วนเหมือนและส่วนต่างกับทฤษฎีความต้องการ

ได้ปรับปรุงทฤษฎีของ Maslow อยู่ 3 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการดำรงชีวิตอยู่ คือ ความปลอดภัย ความต้องการรายได้ สวัสดิการและสภาพแวดล้อมการทำงาน
2. ความต้องการความสัมพันธ์ คือ ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างคนข้างนอกและใน
3. ความต้องการที่จะเติบโต คือ เป็นความต้องการที่อยู่ข้างในเพื่อการพัฒนาส่วนบุคคล ความต้องการของบุคคลที่จะเจริญเติบโตพัฒนา และใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ด้วยการแสวงหาโอกาสและการเอาชนะความท้าทายใหม่ ๆ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุสา สุทธิสาคร (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมเอื้อเพื่อ ความเชื่อทางศาสนา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ ผลวิจัยพบว่าความเอื้อเพื่อเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้คนหันมาบริจาคโลหิต เป็นครั้งแรก และการกลับมาบริจาคโลหิตครั้งต่อไป มีความสัมพันธ์กันคือส่วนใหญ่จะต้องการสิ่งตอบแทน ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมเอื้อเพื่อที่มีความเชื่อที่แตกต่างกันระหว่างศาสนา พบว่า ไม่แตกต่างกันแต่ที่แตกต่างกันคือช่วงอายุ คือ อายุ 18-25 ปี จะมีพฤติกรรมเอื้อเพื่อสูงกว่ากลุ่มผู้บริจาคในวัยกลางคน และวัยสูงอายุ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริจาคโลหิตที่สำคัญ คือ จำนวนครั้งของการบริจาคในปี ซึ่งจะมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาได้แก่ อายุ และเจตคติต่อการบริจาคโลหิต ซึ่งเพศชายมีจำนวนครั้งในการบริจาคเฉลี่ยแล้วสูงกว่าผู้หญิง โดยให้เหตุผลว่าบริจาคด้วยใจเอื้อเพื่อ

กฤตกรรม ประทุมวงษ์, รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว, ปรีชา ลอเสรวานิช (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยพฤติกรรมและการตัดสินใจในการบริจาคโลหิตของบุคลากร มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-27 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโท นับถือศาสนาพุทธ และมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท ต่อเดือน มีการออกกำลังกาย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และทราบหมู่เลือดของตนเองอยู่แล้ว เนื่องจากส่วนใหญ่เคยเป็นผู้ที่ทำการบริจาคมาแล้ว โดยให้เหตุผลมาต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์เป็นสำคัญ และส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิตในระดับปานกลาง และระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับที่สูง ความแตกต่างของคะแนนความรู้ ทัศนคติ การรับรู้ และแรงจูงใจเกี่ยวกับการบริจาคโลหิต พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้ ทัศนคติ และการรับรู้ เกี่ยวกับการบริจาค ในกลุ่มที่มีการตัดสินใจบริจาคโลหิตอยู่ในระดับสูงกว่า กลุ่มที่ไม่บริจาคโลหิตหรือไม่แน่ใจ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของคะแนนแรงจูงใจในการบริจาคโลหิตในกลุ่มที่บริจาค และไม่บริจาคและไม่แน่ใจบริจาคโลหิตไม่แตกต่าง เมื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจบริจาคโลหิตกับ

พฤติกรรม พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิตที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการบริจาคโลหิตอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจบริจาคโลหิตกับความรู้ ทัศนคติ และแรงจูงใจเกี่ยวกับการบริจาคโลหิต

สายทอง วงศ์คำ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริจาคของผู้ที่มาบริจาคเลือด ณ ธนาคารเลือด โรงพยาบาลหัวหิน ผลวิจัยพบว่าผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอยู่ในสถานะภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด มีอาชีพรับราชการ เป็นผู้บริจาคครั้งแรก และมีเหตุผลที่สำคัญในการบริจาคเลือด คือ ต้องการที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ต้องการทำบุญ โดยจะมาในเวลาที่ตนเองสะดวก และส่วนใหญ่จะบริจาคทุกๆ 3 เดือน สำหรับแรงจูงใจในการบริจาคมานั้นคือ ต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ โดยเฉพาะในครอบครัว ผู้บริจาคส่วนใหญ่แล้วจะมีทัศนคติที่ดีต่อการบริจาคเลือด และมีความรู้เกี่ยวกับการบริจาคเลือดในระดับสูง มีความเชื่อถือ มั่นใจ และวางใจในคุณภาพการรับบริจาคเลือดของโรงพยาบาล สิ่งที่ได้รับการตอบสนองน้อยที่สุด คือ ที่พักรอ หนังสือพิมพ์ สุขภาพ นิตยสาร และจำนวนของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ

วนิษา แก้วสุข (2557) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการบริจาค จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีการตัดสินใจในการบริจาคที่ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย นอกจากนี้พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารสังคมออนไลน์ผู้บริจาค มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริจาคทางด้านความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั้นก็ไม่แตกต่างกัน ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสาร พบว่าแตกต่างกัน สถานที่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้บริจาคไม่แตกต่างกัน

อุสา สุทธิสาคร, สิทธิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล และ ดำรง เชี่ยวศิลป์ (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการบริจาคโลหิตของผู้ที่มาบริจาคโลหิต ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 33.84 ปี ทำการบริจาคปีละ 2 ครั้ง ประกอบอาชีพบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 27,594 บาท ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือกิจกรรมการบริจาคโลหิต และได้ชวนบุคคลที่รู้จักมาบริจาคด้วย ในส่วนของปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริจาคโลหิตพบว่ามีความสัมพันธ์กันในทางบวก ส่วนใหญ่จะบริจาคโลหิตมากกว่า 1 ครั้ง ต่อปี แรงจูงใจในการบริจาคโลหิต โดยให้เหตุผลในการบริจาคว่ามาด้วยใจเอื้อเฟื้อ และรองลงมาให้เหตุผลว่าต้องการที่จะทำบุญ โดยการบริจาคโลหิตที่ได้บริจาคมากกว่า 1 ครั้งส่วนใหญ่มาบริจาคโดยไม่ต้องการสิ่งตอบแทน ซึ่งต่างจากผู้ที่ทำกรบริจาคเป็นครั้งแรกจะต้องการสิ่งตอบแทนที่เป็นเข็มสภากาชาด หรือประกาศนียบัตรที่แสดงจำนวนครั้งในการบริจาค แต่ก็มีจำนวนน้อยกว่าผู้บริจาคเก่า เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการบริจาคพบว่า มีระดับความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมากที่สุด ซึ่งมีความพึงพอใจในสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่แล้วจะมีทัศนคติในเชิงบวกอยู่ในระดับที่สูง โดยมี

ความสุขจากการบริจาคโลหิต และเหตุว่าเป็นกุศลอย่างยิ่ง พร้องทั้งเป็นการแสดงออกถึงความห่วงใยในเพื่อนมนุษย์

ภณิดา คำธิตา (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาบริจาคโลหิตซ้ำในผู้บริจาคโลหิต โรงพยาบาลลำพูน ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และหมู่เลือดของผู้ที่บริจาค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการกลับมาบริจาคโลหิตซ้ำในผู้บริจาคโลหิต โรงพยาบาลลำพูน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานะภาพสมรส จบการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้าง น้ำหนักตัวอยู่ระหว่าง 56-65 กิโลกรัม มีหมู่เลือดโอมากที่สุด และเคยทำการบริจาคโลหิตมาแล้ว จำนวน 2-10 ครั้ง หากมีการรณรงค์หรือมีการจัดตั้งโครงการบริจาคโลหิตเกิดขึ้น เหตุผลที่สำคัญในการบริจาคโลหิตส่วนใหญ่ต้องการช่วยเหลือสังคม และเป็นการรับผิดชอบต่อสังคม แต่พบว่าน้ำหนักของผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาบริจาคโลหิต โรงพยาบาลลำพูน ปัจจัยทางด้านพฤติกรรม พบว่า จำนวนครั้งและเวลาในการบริจาคโลหิต รวมไปถึงความพึงพอใจในระดับมากกับการบริการของเจ้าหน้าที่ที่รับบริจาคมานั้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาบริจาคโลหิตซ้ำ ของโรงพยาบาลลำพูนอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิต พบว่า ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาบริจาคโลหิตในระดับสูง ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ที่ดีในเรื่องของการบริจาคโลหิตไม่ว่าจะการปฏิบัติตัวก่อน-หลังจากการบริจาคโลหิต

ปิยธิดา ตรีเดช (2556) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจบริจาคโลหิตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ เกินร้อยละ 50 มีระดับความรู้ และทัศนคติอยู่ในระดับปานกลางในการตัดสินใจบริจาคโลหิต ซึ่งมีทัศนคติเชิงลบมากกว่าทัศนคติเชิงบวก ส่วนระดับการรับรู้เกี่ยวกับการบริจาคโลหิตนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อได้ทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้ ทัศนคติ การรับรู้ และแรงจูงใจกับการบริจาคโลหิตแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้ การรับรู้ และแรงจูงใจเกี่ยวกับการบริจาคโลหิต ที่อยู่ในกลุ่มที่มีการตัดสินใจบริจาค อยู่ในระดับที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ยกเว้นค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคโลหิตในกลุ่มที่มีการตัดสินใจบริจาคโลหิต ไม่บริจาคและไม่แน่ใจ ไม่มีความแตกต่างกัน และในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลกับการบริจาคโลหิตของผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถาม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน รวมไปถึงประวัติการบริจาคโลหิตของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริจาคโลหิตแตกต่างกัน แต่เพศ และศาสนาที่แตกต่างกันของผู้ที่ตอบแบบสอบถามนั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคโลหิต จึงสามารถสรุปได้ว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีปัจจัยความรู้ ทัศนคติ การรับรู้ และแรงจูงใจในการบริจาคโลหิตที่ระดับปานกลาง และพบว่าปัจจัยต่างๆเหล่านี้สูงกว่าปัจจัยอื่นๆ ฉะนั้นการที่ให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการบริจาคโลหิตให้แก่ประชาชนให้มากยิ่งขึ้น จึงจะเสริมสร้างการ

รับรู้ทัศนคติที่ดี รวมถึงสามารถสร้างแรงจูงใจโดยการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะกระตุ้นอย่างสม่ำเสมอก็มีส่วนทำให้มีการบริจาคโลหิตได้เพิ่มมากขึ้น

อรพงศ์ศรี สิมศิริ, กรรณิภา เรืองเดช และไพบุลย์ ชาวสวนศรีเจริญ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการบริจาคโลหิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุต่ำสุด 19 ปี และอายุสูงสุด 60 ปี มีระดับการศึกษาส่วนมากที่ปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานของรัฐ/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีน้ำหนักตัวส่วนใหญ่ที่ 57 กิโลกรัม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,185 บาท ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามไม่มีโรคประจำตัว ไม่สูบบุหรี่ และไม่ดื่มสุรา ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ในระดับดีและดีมาก ทางด้านทัศนคติพบว่า ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริจาคโลหิตในระดับดีและดีมาก ซึ่งจะมีการคล้อยตามกลุ่มบุคคลอ้างอิงในการบริจาคโลหิตเป็นส่วนใหญ่ ด้านพฤติกรรมในการบริจาคโลหิต อยู่ในระดับปานกลาง และมีระดับความตั้งใจในการบริจาคโลหิตระดับปานกลาง กลุ่มครู อาจารย์ และผู้ปกครองของนักเรียนนักศึกษา จะเป็นกลุ่มที่ช่วยผลักดันและสนับสนุนให้มีการบริจาคเพิ่มมากขึ้น

จิรายุ แซ่เตีย (2555) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมเพื่อสนับสนุนงาน สาธารณประโยชน์ ของผู้มีรายได้ในตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสดและสมรสในจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ซึ่งมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท และนับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนมาก ทัศนคติต่อการบริจาค ด้านความคิดเห็นต่อความสำคัญของงานในด้านต่างๆ พบว่า โดยรวมแล้วทุกด้านมีความสำคัญ แต่ด้านที่มากที่สุดคือ ด้านการช่วยเหลือผู้ยากไร้และด้อยโอกาส และ งานด้านการช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประสบภัยพิบัติ นั้นมีความสำคัญมากที่สุด ส่วนงานที่ไม่มีความคิดเห็นเลย คือ งานด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และงานด้านการบูรณารักษาศาสนา การให้ความคิดเห็นต่องานสาธารณประโยชน์ ภาคเอกชน จากการศึกษาที่พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วยว่า ลำพังการทำงานของหน่วยงานภาครัฐนั้นยังไม่เพียงพอที่จะพัฒนาสังคม และเห็นว่าภาคเอกชนนั้นมีความจำเป็น แต่ในประเทศไทยก็ยังมีไม่เพียงพอ และระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนจะช่วยลดปัญหาสังคม และการบริจาดนั้นไม่ค่อยเกี่ยวข้องกับการค้าสอนของศาสนา และไม่ได้คิดว่าการบริจาดจะทำให้ได้รับจากบุคคลรอบข้าง รวมถึงไม่จำเป็นต้องมีความมั่นคงก่อนจึงจะบริจาดได้เท่านั้น กล่าวคือ ไม่ว่าจะอยู่ในสถานะอะไร มีมากน้อยแค่ไหน ก็สามารถที่จะบริจาดได้ตามกำลังที่มี ทัศนคติที่มีต่อผู้มาขอรับบริจาด พบว่า ส่วนมีความอึดอัดในการที่มีผู้มา

ขอรับบริจาค แต่การที่ได้บริจาคไปนั้นไม่ได้เป็นการขจัดความอึดอัดนั้นออกไป แต่ทำการบริจาคด้วยเหตุผลอื่นที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการลำบากใจ และยังต้องการรับรู้ว่าสิ่งที่ได้บริจาคไปนั้นถูกนำไปใช้ในทางที่เป็นประโยชน์หรือไม่ และมีความโปร่งใสหรือเปล่า และมีความเห็นด้วยว่างานสาธารณะประโยชน์ของภาคเอกชนต่างๆ ไม่เพียงพอในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ ทางด้านพฤติกรรม จากศึกษาได้พบว่า งานที่ต้องการให้มีการสนับสนุนมากที่สุดคือ ด้านการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คน ซึ่งผู้ที่ได้ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของการบริจาคจากการพบเห็นผู้ระสับความเดือดร้อนด้วยตัวเองเป็นส่วนมาก และมีความเชื่อว่าการแบ่งปันจะทำให้มีความสุข โดยส่วนใหญ่จะทำการบริจาคเป็นเงินตรา รongลงมาเป็นข้าวของเครื่องใช้ โดยทำการบริจาคโดยผ่านผู้รับบริจาค สำหรับความตั้งใจในการบริจาค ส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจเมื่อพบการขอรับบริจาค มีมูลค่าในการบริจาคเฉลี่ยต่อปีอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท

ภัทรพร ประโยชน์ล้ำ (2554) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคดี และแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง กับพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิง ซึ่งจะมีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท ทางด้านการเปิดรับข่าวสารนั้นส่วนใหญ่จะไม่เคยเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ นอกจากได้รับจากสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์แทน และเมื่อพิจารณาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มาจากศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเปิดรับข่าวสาร ยกเว้นจากสื่อส่วนบุคคล ซึ่งสื่อนี้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะได้รับมาจากเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นส่วนมาก รongลงมาคือ ได้รับสื่อจากบุคคลที่เป็นแพทย์ พยาบาล หรือเจ้าหน้าที่รับบริจาค ทักษะคดีส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลาง จะมีการบริจาคสเต็มเซลล์ควรบริจาคด้วยความสมัครใจ และไม่คาดหวังผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ที่ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่มีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองต่อพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์อยู่ในระดับกลาง และจะมีการบริจาคแน่นอนเนื่องจากเหตุผล เป็นการทำบุญที่ได้กุศล มากที่สุด ส่วนสาเหตุที่ไม่บริจาคแน่นอนเนื่องจากเหตุผล ไม่ทราบข้อมูลที่ชัดเจน มากที่สุด ทักษะคดีต่อพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ มีความสอดคล้องกันกับพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ในทิศทางตรงกันข้าม แนวคิดเกี่ยวกับตนเองต่อพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ มีความสอดคล้องกันกับพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ในทิศทางตรงกันข้ามเช่นกัน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมุติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก ข้อมูลพฤติกรรมการบริจาค ข้อมูลการรณรงค์ผ่านสื่อ และข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 5 ส่วนดังนี้

3.1.1.1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|-------------|--|
| 1. เพศ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 2. อายุ | ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |
| 3. การศึกษา | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 4. อาชีพ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 5. รายได้ | ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) |

3.1.1.2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นของทัศนคติเชิงบวก โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาค
 ชั้น (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
1. เห็นด้วยน้อยที่สุด	1
2. เห็นด้วยน้อย	2
3. เห็นด้วยปานกลาง	3
4. เห็นด้วยมาก	4
5. เห็นด้วยมากที่สุด	5

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. คะแนน 1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
2. คะแนน 1.81 – 2.60	น้อย
3. คะแนน 2.61 – 3.40	ปานกลาง
4. คะแนน 3.41 – 4.20	ระดับมาก
5. คะแนน 4.21 – 5.00	มากที่สุด

ดังนี้

3.1.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส โดยมีระดับการวัด

1. ความสำคัญ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. รูปแบบ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
3. วิธีการ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ช่องทาง	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. ความตั้งใจ	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. มูลค่า	ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
7. ประเภท	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
8. ระดับทุน	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
9. มูลนิธิที่นึกถึง	ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3.1.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส โดยมีระดับการวัดดังนี้

- | | |
|------------------|--|
| 1. ความสนใจ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 2. ความคิดเห็น | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 3. ข้อมูล | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 4. ความสำคัญ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 5. ร่วมกิจกรรม | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 6. คะแนนสะสม | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 7. หาทุน | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 8. แหล่งสื่อ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |
| 9. ด้านการรณรงค์ | ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) |

3.1.1.5 ข้อมูลระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับแรงจูงใจจะมีระดับการวัดดังนี้

ระดับการประเมิน	ระดับคะแนน
1. น้อยที่สุด	1
2. น้อย	2
3. ปานกลาง	3
4. มาก	4
5. มากที่สุด	5

สำหรับการวัดระดับแรงจูงใจเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1. คะแนน 4.21 – 5.00	มากที่สุด
2. คะแนน 3.41 – 4.20	มาก
3. คะแนน 2.61 – 3.40	ปานกลาง
4. คะแนน 1.81 – 2.60	น้อย
5. คะแนน 1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

3.1.2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ เพื่อนที่อยู่ใน Facebook เนื่องจากทุกคนที่ได้ทำการแจกแบบสอบถามให้ นั้นเป็นคนที่เคยร่วมบริจาคให้กับเด็กที่ด้อยโอกาสด้วยกัน และมีศักยภาพในการบริจาค จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า ครอนบาร์ค แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.848 หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษาโดยจะทำการแจกในวันที่ 1 และ 25 ของเดือนพฤศจิกายน และเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก www.pantip.com เนื่องจากมีจำนวนสมาชิกเป็นจำนวนมาก และมีการแยกห้องในการเข้าชมเป็นหมวดหมู่ รวมถึงมีห้องที่เกี่ยวกับการทำบุญ จิตอาสา วัด และการบริจาค ซึ่งมีจำนวนคนติดตามและสนใจเป็นเป็นอย่างมาก ทุกคนล้วนแต่มีจิตสาธารณะ

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนไม่จำกัด ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มเป็นช่วง โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball Sampling โดยมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ช่วงที่ 1 เวลา 07:00น. วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ห้องการทำบุญ

ช่วงที่ 2 เวลา 16:00น. วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 ห้องจิตอาสา

ช่วงที่ 3 เวลา 07:00น. วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ห้องวัด

ช่วงที่ 4 เวลา 16:00น. วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ห้องการบริจาค

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่กรอกรับเรียบร้อยแล้วของพนักงานบริษัทเอกชน จาก www.pantip.com ในช่วงเดือน พฤศจิกายน และธันวาคม พ.ศ. 2559 แล้วนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมและค้นคว้ามาจากบุคคล หนังสือ เอกสาร ตำรา วิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากฐานข้อมูลออนไลน์ เช่น Thailis เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน มีการกำหนดสมมุติฐานดังนี้

3.4.1 อิทธิพลของระดับความคิดเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

3.4.2 ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการบริจาค มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

3.4.3 ความแตกต่างของปัจจัยการณรงค์ผ่านสื่อ มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

การทดสอบสมมุติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

3.5.1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.5.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบ

ความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

3.5.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน กรณีศึกษาผู้บริจาค มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส
3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส
5. ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ้ (Scheffe)

4.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ้ (Scheffe)

สมมุติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	172	43.00
หญิง	228	57.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00

ตารางที่ 2 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	9	2.30
21 - 40 ปี	232	58.00
41 - 60 ปี	145	36.30
60 ปี ขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 41 - 60 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ส่วนอายุน้อยที่สุด ได้แก่ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ตารางที่ 3 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	109	27.3
ปริญญาตรี	205	51.2
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	86	21.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และปริญญาโท หรือสูงกว่า จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50

ตารางที่ 4 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	35	8.80
รับราชการ / พนักงานรัฐสาหกิจ	66	16.50
พนักงานบริษัทเอกชน	142	35.50
เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว	87	21.80
วิชาชีพอิสระ	70	17.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมา ได้แก่ เป็นเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 วิชาชีพอิสระ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รับราชการ / พนักงานรัฐสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และสุดท้ายพ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 5 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	132	33.00
20,001 – 40,000 บาท	150	37.50
40,001 – 80,000 บาท	66	16.50
มากกว่า 80,000 บาท	52	13.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และ 40,001 – 80,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า 80,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 6 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าการบริจาคเงินและสิ่งของเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับเด็กด้อยโอกาส	4.30	0.811	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าการบริจาคเงินและสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส มีคุณค่าต่อจิตใจของท่าน	4.26	0.781	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าการบริจาคเป็นเงิน จะสามารถช่วยเด็กด้อยโอกาสได้มากกว่าการบริจาคในรูปแบบอื่น	3.44	1.069	มาก
4. ท่านคิดว่าการแบ่งปันในสิ่งที่เราพอมี เป็นการกระทำที่เหมาะสม	4.44	0.694	มากที่สุด
5. ท่านคิดว่าควรบริจาคเงินและสิ่งของ ควรทำก็ต่อเมื่อท่านมีความมั่นคงทางการเงินแล้วเท่านั้น	3.07	1.166	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6 (ต่อ) : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
6. ท่านคิดว่าการช่วยเหลือคนที่ลำบากกว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ	4.11	0.844	มาก
7. ท่านคิดว่าเด็กคืออนาคตของชาติ จึงควรช่วยให้เขาเข้าถึงโอกาสที่จะเติบโตอย่างมีคุณภาพ	4.42	0.778	มากที่สุด
8. ท่านรู้สึกดี และยินดีที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในอนาคตของเด็กๆที่ด้อยโอกาสเหล่านั้น	4.29	0.786	มากที่สุด
9. ท่านคิดว่านอกจากจะได้ช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาสแล้ว ยังได้รับประโยชน์จากการลดหย่อนภาษีอีกทางหนึ่งด้วย	3.31	1.140	ปานกลาง
10. การบริจาคเงินและสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส จะทำให้ท่านได้รับการชื่นชมจากสังคม และเป็นการกระตุ้นให้สังคมร่วมกันบริจาคอีกด้วย	3.20	1.314	ปานกลาง
รวม	3.88	0.938	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.938) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.07 - 4.44 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามเกณฑ์การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าการแบ่งปันในสิ่งที่เราพามี เป็นการกระทำที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.44$) ท่านคิดว่าเด็กคืออนาคตของชาติ จึงควรช่วยให้เค้าเข้าถึงโอกาสที่จะเติบโตอย่างมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.42$) นคิดว่าเด็กคืออนาคตของชาติ จึงควรช่วยให้เค้าเข้าถึงโอกาสที่จะเติบโตอย่างมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.30$) ท่านรู้สึกดี และยินดีที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในอนาคตของเด็กๆที่ด้อยโอกาสเหล่านั้น ($\bar{X} = 4.29$) ท่านคิดว่าการบริจาคเงินและสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส มีคุณค่าต่อจิตใจของท่าน ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านคิดว่าการช่วยเหลือคนที่ลำบากกว่าเป็น

เรื่องที่สำคัญ ($\bar{X} = 4.11$) ท่านคิดว่าการบริจาคเป็นเงิน จะสามารถช่วยเด็กด้อยโอกาสได้มากกว่า การบริจาคในรูปแบบอื่น ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกที่มีผลต่อการบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาส อยู่ในระดับเห็นปานกลาง ได้แก่ ท่านคิดว่านอกจากจะได้ช่วยเหลือเด็กที่ด้อย โอกาสแล้ว ยังได้รับประโยชน์จากการลดหย่อนภาษีอีกทางหนึ่งด้วย ($\bar{X} = 3.31$) การบริจาคเงินและ สิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส จะทำให้ท่านได้รับการชื่นชมจากสังคม และเป็นการกระตุ้นให้สังคม ร่วมกันบริจาคอีกด้วย ($\bar{X} = 3.20$) ท่านคิดว่าควรบริจาคเงินและสิ่งของ ควรทำก็ต่อเมื่อท่านมีความ มั่นคงทางการเงินแล้วเท่านั้น ($\bar{X} = 3.07$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกที่มีผลต่อการบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาส อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการ ใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ตารางที่ 7 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ความสำคัญในการบริจาคให้ด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
จากการพบเห็นด้วยตัวเอง	168	42.00
จากคนบอกเล่าของคนใกล้ชิด	28	7.00
เชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข	169	42.30
จากการได้รับข้อมูลจากผู้ที่มาขอรับบริจาค	35	8.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อย โอกาสจากการเชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมา ได้แก่ จากการพบเห็นด้วยตัวเอง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 จากการได้รับข้อมูลจากผู้ ที่มาขอรับบริจาค จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และจากคนบอกเล่าของคนใกล้ชิด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 8 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของรูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

รูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
บริจาคในรูปของเงินตรา	162	40.50
บริจาคข้าวของเครื่องใช้ / สิ่งของเหลือใช้	165	41.30
ช่วยเหลือในลักษณะอาสาสมัคร (แรงงาน / ความรู้ความสามารถ)	73	18.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่ารูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นการบริจาคข้าวของเครื่องใช้ / สิ่งของเหลือใช้ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมา ได้แก่ บริจาคในรูปของเงินตรา จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 และช่วยเหลือในลักษณะอาสาสมัคร (แรงงาน / ความรู้ความสามารถ) จำนวน 73 คิดเป็นร้อยละ 18.30

ตารางที่ 9 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของวิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

วิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
บริจาคผ่านมูลนิธิ / องค์กรการกุศล	156	39.00
บริจาคผ่านผู้รับบริจาคตามสถานที่ต่างๆ	70	17.50
บริจาคผ่านกิจกรรมค่ายอาสา	34	8.50
บริจาคด้วยตัวเองโดยตรง	140	35.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าวิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริจาคผ่านมูลนิธิ / องค์กรการกุศล จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมา ได้แก่ บริจาคด้วยตัวเองโดยตรง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 บริจาคผ่านผู้รับบริจาคตามสถานที่ต่างๆ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และบริจาคผ่านกิจกรรมค่ายอาสา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตารางที่ 10 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของช่องทางในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ช่องทางการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
บริจาคโดยการตัดเงินในบัญชีธนาคาร	42	10.50
บริจาคโดยบัตรเครดิต	42	10.50
บริจาคโดยผ่านผู้รับบริจาค	201	50.20
บริจาคผ่าน ATM / Internet banking	115	28.70
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าช่องทางในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่บริจาคโดยผ่านผู้รับบริจาค จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมา ได้แก่ บริจาคผ่าน ATM / Internet banking จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 บริจาคโดยการตัดเงินในบัญชีธนาคาร และ บริจาคโดยบัตรเครดิต จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 เท่ากัน

ตารางที่ 11 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
ทำการตัดสินใจ ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาค	284	71.00
มีความตั้งใจจะบริจาคล่วงหน้า (เช่น ตั้งใจจะบริจาคเป็นประจำทุกเดือน / ทุกปี)	116	29.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทำการตัดสินใจ ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาค จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา ได้แก่ มีความตั้งใจจะบริจาคล่วงหน้า (เช่น ตั้งใจจะบริจาคเป็นประจำทุกเดือน / ทุกปี) จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00

ตารางที่ 12 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของมูลค่าในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

มูลค่าในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	176	44.00
1,001 – 5,000 บาท	161	40.30
5,001 – 10,000 บาท	40	10.00
10,001 – 50,000 บาท	20	5.00
มากกว่า 50,000 บาท	3	0.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่ามูลค่าในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา ได้แก่ 1,001 – 5,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 และ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ และ 10,001 – 50,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสุดท้าย มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 13 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของประเภทของเด็กด้อยโอกาสที่สนใจบริจาค

ของประเภทของเด็กด้อยโอกาสที่สนใจบริจาค	จำนวน	ร้อยละ
เด็กพิการ	170	42.50
เด็กที่มาจากครอบครัวยากจน	106	26.50
เด็กเร่ร่อน	43	10.80
เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด	81	20.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าประเภทของเด็กด้อยโอกาสที่สนใจบริจาคของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเด็กพิการ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา ได้แก่ มาเด็กที่มาจากครอบครัวยากจน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 เด็กเร่ร่อน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80

ตารางที่ 14 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส

การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
ทุนการศึกษาระดับประถม	271	67.80
ทุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	54	13.50
ทุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	41	10.30
สูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	34	8.50
รวม	400	100.00

(ตารางมีต่อ)

จากตารางที่ 14 พบว่าการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสส่วนใหญ่เป็นทุนการศึกษาระดับประถม จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.80 รองลงมา ได้แก่ ทุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ทุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 และ สูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 เท่ากัน

ตารางที่ 15 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของมูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่ค้ำถึงเป็นลำดับแรก

มูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่ค้ำถึงเป็นลำดับแรก	จำนวน	ร้อยละ
มูลนิธิ CCF	89	22.30
มูลนิธิ UNICEF	263	65.80
มูลนิธิ CCF	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่ามูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่ค้ำถึงเป็นลำดับแรกของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มูลนิธิ UNICEF จำนวน 263 คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมา ได้แก่ มูลนิธิ CCF จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 มูลนิธิ CCF จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

4.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ

ตารางที่ 16 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์ผ่านสื่อ

การรณรงค์ผ่านสื่อผ่านทางโซเชียลต่างๆ ทำให้เกิดความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสมากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	283	70.8
ไม่ใช่	117	29.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่าการรณรงค์ผ่านสื่อผ่านทางโซเชียลต่างๆ ทำให้เกิดความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสมากขึ้นหรือไม่ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่ใช่ จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมาตอบว่า ใช่ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50

ตารางที่ 17 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์ที่ไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้า

การรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	287	71.80
ไม่เห็นด้วย	113	28.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าความคิดเห็นเมื่อมีการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่ เห็นด้วย จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 และ ไม่เห็นด้วย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20

ตารางที่ 18 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์เกี่ยวกับความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูล เกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิต่างๆ

การรณรงค์เกี่ยวกับความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	281	70.30
ไม่สนใจ	119	29.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ของการรณรงค์เกี่ยวกับความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูล เกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิต่างๆส่วนใหญ่ สนใจ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.30 และ ไม่สนใจ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80

ตารางที่ 19 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์เกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นถึง ความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส

การรณรงค์เกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นถึง ความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	341	85.30
ไม่ใช่	59	14.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่าการรณรงค์เกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นถึง ความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสใช่หรือไม่ส่วนใหญ่ตอบว่า ใช่ จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 85.30 และตอบว่า ไม่ใช่ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80

ตารางที่ 20 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการร่วมกิจกรรมบริจาคเมื่อมีการออกมารณรงค์

เมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านจะร่วม กิจกรรมเป็นส่วนมาก	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	234	58.50
ไม่ใช่	166	41.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่าเมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาสผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะร่วมกิจกรรมเป็นส่วนมากส่วนใหญ่ ใช่ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 และ ไม่ใช่ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50

ตารางที่ 21 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิต
ต่างๆ

การรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
.00	2	.5
สนใจเข้าร่วม	192	48.00
ไม่สนใจเข้าร่วม	206	51.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่าการรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆส่วนใหญ่ ไม่สนใจเข้าร่วม จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 และ สนใจเข้าร่วม จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00

ตารางที่ 22 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส

ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับการรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
.00	2	.5
เห็นด้วย	370	92.5
ไม่เห็นด้วย	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสโดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆส่วนใหญ่ เห็นด้วย จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93.00 และ เห็นด้วยจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 23 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้เด็กด้อยโอกาส

ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้เด็กด้อยโอกาสจากสื่อใด	จำนวน	ร้อยละ
สื่อวิทยุ	4	1.00
สื่อโทรทัศน์	84	21.00
สื่อสิ่งพิมพ์	64	16.00
สื่อบุคคล	47	11.80
สื่อกิจกรรม	32	8.00
สื่ออินเทอร์เน็ต	169	42.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.23 พบว่าการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับจาก สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาได้รับจาก สื่อโทรทัศน์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 64 คน

คิดเป็นร้อยละ 16.00 สื่อบุคคล จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และ สื่อวิทยุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 24 : ตารางแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความต้องการให้มีการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาสในด้านใดมากที่สุด

ต้องการให้มีการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาสในด้านใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน	239	59.80
ด้านปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต	161	40.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่าความต้องการให้มีการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ด้านการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 รงลงมา ได้แก่ ด้านปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30

4.1.5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ตารางที่ 25 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

แรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. เว็บไซต์ของมูลนิธิต่างๆเพื่อเด็กด้อยโอกาส เขียนถึงเรื่องราวของเด็กที่ด้อยโอกาสได้นำช่วยเหลือเป็นอย่างมาก ทำให้ท่านสนใจที่จะบริจาคมากขึ้น	3.65	0.919	มาก
2. มีการนำเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับการบริจาค เช่น การบริจาคเพื่อการศึกษาสามารถหักภาษีได้ 2 เท่า	3.27	1.121	ปานกลาง
3. การเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ หรือการบริจาคของผู้ที่มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ตารา นักร้อง ทำให้ท่านรับรู้กิจกรรมของมูลนิธิ และตัดสินใจร่วมบริจาค	2.98	1.148	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 25 (ต่อ) : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

แรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
4. รูปภาพและสื่อนำเสนอเกี่ยวกับการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสบนเว็บไซต์ ให้ความรู้สึกต้องการบริจาค	3.53	0.972	มาก
5. ชื่อเสียงของมูลนิธิและคณะกรรมการทำให้ท่านมีความมั่นใจที่จะบริจาคให้กับมูลนิธิอื่นๆ	3.78	1.024	มาก
6.การบอกเล่าเรื่องราวกิจกรรมเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่แชร์บนสื่อโซเชียล ให้ความท่านรู้สึกดี และอยากมีส่วนร่วม	3.76	0.922	มาก
7.แบบอย่างที่ท่านเห็นจากบุคคลที่เคารพนับถือ หรือคนในครอบครัว มีผลทำให้ท่านตัดสินใจบริจาค	3.80	1.004	มาก
8. การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาสทำให้ท่านได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากสังคมรอบข้าง	2.87	1.116	ปานกลาง
9. ท่านสุขใจเมื่อได้ร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส แม้ไม่มีใครรู้	4.38	0.835	มากที่สุด
10.การทำกิจกรรมเพื่อเด็กด้อยโอกาส บนสื่อโซเชียล ให้ความท่านรู้สึกชื่นชอบ และอยากสนับสนุน	3.69	1.012	มาก
รวม	3.57	1.007	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 1.007) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.87 – 4.38 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามเกณฑ์การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านสุขใจเมื่อได้ร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาสแม้ไม่มีใครรู้ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.38$)

ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แบบอย่างที่ท่านเห็นจากบุคคลที่เคารพนับถือ หรือคนในครอบครัว มีผลทำให้ท่าน

ตัดสินใจบริจาค ($\bar{X} = 3.80$) ชื่อเสียงของมูลนิธิและคณะกรรมการทำให้ท่านมีความมั่นใจที่จะบริจาคให้กับมูลนิธิอื่นๆ ($\bar{X} = 3.78$) การบอกเล่าเรื่องราวกิจกรรมเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่แชร์บนโซเชียลทำให้ท่านรู้สึกดี และอยากมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.76$) การทำกิจกรรมเพื่อเด็กด้อยโอกาส บนโซเชียลทำให้ท่านรู้สึกชื่นชอบและอยากสนับสนุน ($\bar{X} = 3.69$) เว็บไซต์ของมูลนิธิต่างๆ เพื่อเด็กด้อยโอกาส เขียนถึงเรื่องราวของเด็กที่ด้อยโอกาสได้นำช่วยเหลือเป็นอย่างมาก ทำให้ท่านสนใจที่จะบริจาคมากขึ้น ($\bar{X} = 3.65$) รูปภาพและสื่อนำเสนอเกี่ยวกับการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสบนเว็บไซต์ ให้ท่านรู้สึกต้องการบริจาค ($\bar{X} = 3.53$)

ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการนำเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับการบริจาค เช่น การบริจาคเพื่อการศึกษา สามารถหักภาษีได้ 2 เท่า ($\bar{X} = 3.27$) การเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ หรือการบริจาคของผู้ที่มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ดารา นักร้อง ทำให้ท่านรับรู้กิจกรรมของมูลนิธิ และตัดสินใจร่วมบริจาค ($\bar{X} = 2.98$) การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาสทำให้ท่านได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากสังคมรอบข้าง ($\bar{X} = 2.87$)

ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับน้อย และมีแรงจูงใจน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.2 การรายงานผลด้วยผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ สมมุติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์ การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 26 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P - Value)
ทัศนคติเชิงบวก ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน	.663	17.650	.000*

$R^2 = 0.439$, F-Value = 311.517, n = 400, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่าทัศนคติเชิงบวกที่แตกต่างกันของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

ตารางที่ 27 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง เหตุที่ทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

เหตุที่ทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม		3	4.019	1.340		
					2.929	.034*
ภายในกลุ่ม		396	181.125	.457		
รวม		399	185.144			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 27 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า เหตุที่ทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเห็นถึงความสำคัญในการบริจาค มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

ตารางที่ 27.1 : แสดงค่าเฉลี่ยของการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ของความสำคัญในการบริจาคของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	พบเห็นด้วยตัวเอง	บอกเล่าของคนใกล้ชิด	เชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข	ได้รับข้อมูลจากผู้ที่มาขอรับบริจาค
		3.59	3.88	3.54	3.39
จากการพบเห็นด้วยตัวเอง	3.59	-	.21	.93	.48
จากคนบอกเล่าของคนใกล้ชิด	3.88		-	.10	.04*
เชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข	3.54			-	.70
จากการได้รับข้อมูลจากผู้ที่มาขอรับบริจาค	3.39				-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 27.1 พบว่า ความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 1 คู่ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเห็นความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส จากผู้ที่มาขอรับบริจาค มากกว่า ข้อมูลจากคนบอกเล่าของคนใกล้ชิด

ตารางที่ 28 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง รูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
รูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	2	.457	.229		
					.492	.612
	ภายในกลุ่ม	397	184.687	.465		
	รวม	399	185.144			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 28 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .612 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า รูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 29 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง วิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
วิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	3	.488			
					1.051	.370
	ภายในกลุ่ม	396	.464			
	รวม	399	185.144			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 29 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .370 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า วิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ช่องทางการบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ช่องทางการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
	ระหว่างกลุ่ม	3	1.842	.614		
					1.326	.265
	ภายในกลุ่ม	396	183.302	.463		
	รวม	399	185.144			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 30 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .265 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ช่องทางการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 31 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ความตั้งใจในการบริจาค กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ทำการตัดสินใจ ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาค		มีความตั้งใจจะบริจาคล่วงหน้า(เช่น ตั้งใจจะบริจาคเป็นประจำทุกเดือน/ทุกปี)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
		3.56	.652	3.60	.748	-.436

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 31 พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .664 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการ บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 32 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง มูลค่าการบริจาค โดยเฉลี่ยต่อปีให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการ บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
มูลค่าการบริจาคโดยเฉลี่ย ต่อปี ให้กับเด็กด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	4	3.374	.843		
					1.833	.122
	ภายในกลุ่ม	395	181.771	.460		
	รวม	399	185.144			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .122 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า มูลค่าการบริจาคโดยเฉลี่ยต่อปีให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 33 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ประเภทความสนใจ ที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ประเภทการบริจาคโดย เฉลี่ยต่อปี ให้กับเด็กด้อย โอกาส	ระหว่างกลุ่ม	3	5.733	1.911		
					4.218	.006*
	ภายในกลุ่ม	396	179.411	.453		
	รวม	399	185.144			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .006* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ประเภทความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

ตารางที่ 33.1 : แสดงค่าเฉลี่ยของการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ประเภทความสนใจที่จะบริจาคของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ประเภทความสนใจที่จะบริจาค ให้กับเด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	เด็ก พิการ	เด็กที่มาจาก ครอบครัว ยากจน	เด็กเร่ร่อน	เด็กที่อาศัย อยู่ในพื้นที่ ห่างไกล หรือชุมชน แออัด
		3.63	3.58	3.74	3.35
เด็กพิการ	3.63	-	.94	.79	.02*
เด็กที่มาจากครอบครัวยากจน	3.58		-	.60	.16
เด็กเร่ร่อน	3.74			-	.02*
เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด	3.35				-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 33.1 พบว่า ประเภทความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 2 คู่ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ

ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ประเภทเด็กพิการ มากกว่า เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด และ เด็กด้อยโอกาส ประเภทเด็กเร่ร่อน

ตารางที่ 34 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
ระดับการศึกษาที่สนใจให้ ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อย โอกาส	ระหว่างกลุ่ม	3	3.665	1.222		
					2.666	.048*
	ภายในกลุ่ม	396	181.479	.458		
	รวม	399	185.144			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .048* ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

ตารางที่ 34.1 : แสดงค่าเฉลี่ยของการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษาที่สนใจให้ ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส	\bar{X}	ระดับประถม	ระดับ มัธยมศึกษา ตอนต้น	ระดับ มัธยมศึกษา ตอนปลาย	สูงกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย
		3.58	3.70	3.61	3.29
ระดับประถม	3.58	-	.70	.99	.13
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.70		-	.95	.05*
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	3.61			-	.23
สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	3.29				-

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 34.1 พบว่า ระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 1 คู่ ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ

ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีความสนใจที่จะให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาส ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มากกว่า ระดับที่สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

ตารางที่ 35 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง มุลนิธิที่คำนึงถึงในการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
มุลนิธิที่คำนึงถึงเป็นลำดับแรกในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	2	1.614	.807		
					1.746	.176
	ภายในกลุ่ม	397	183.530	.462		
	รวม	399	185.144			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .176 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า มุลนิธิที่คำนึงถึงในการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

ตารางที่ 36 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์ผ่านทางสื่อโซเชียลต่างๆทำให้สนใจที่จะบริจาค กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

การรณรงค์ผ่านทางสื่อโซเชียลต่างๆทำให้สนใจที่จะบริจาคมากขึ้น	ใช่		ไม่ใช่		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.71	.635	3.23	.672		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 36 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า การรณรงค์ผ่านทางสื่อโซเชียลต่างๆทำให้สนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การเห็นด้วยหรือไม่หากการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้า กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

เห็นด้วยหรือไม่หากการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้า	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.64	.693	3.40	.619		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 37 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .001* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า การเห็นด้วยหรือไม่หากการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้าของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 38 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิ	สนใจ		ไม่สนใจ		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.68	.643	3.30	.696		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 38 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิ ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 39 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

การรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส	ใช่		ไม่ใช่		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.66	.647	3.04	.632		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 39 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า การรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 40 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง เมื่อมีการ
ออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านจะร่วมกิจกรรมเป็นส่วนมาก
กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

เมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อย โอกาส ท่านจะร่วมกิจกรรมเป็น ส่วนมาก	ใช่		ไม่ใช่		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.76	.646	3.31	.641		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 40 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า
เมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านจะร่วมกิจกรรมเป็นส่วนมาก ของผู้ที่ตอบ
แบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์
โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเงินบริจาคผ่านมูลนิธิเพื่อเด็กด้อย
โอกาส กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

การรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตร เครดิตต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเงินบริจาคผ่าน มูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาส	สนใจเข้าร่วม		ไม่สนใจเข้าร่วม		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.76	.646	3.31	.641		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 41 พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า
การรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเงินบริจาคผ่านมูลนิธิเพื่อเด็กด้อย
โอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 42 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง การรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

การรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
		3.61	.655	3.06	.828	4.164

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 42 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า การรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 43 : การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวเพื่อหาความแตกต่างระหว่าง สื่อการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

	ความแปรปรวน	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig
สื่อการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	5	2.397	.479		
					1.033	.397
	ภายในกลุ่ม	394	182.748	.464		
	รวม	399	185.144			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 43 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .397 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า สื่อการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 44 : การทดสอบ Independent Samples Test เพื่อหาความแตกต่างระหว่าง ความต้องการด้านการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาส กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ต้องการให้มีการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาสในด้านใดมากที่สุด	ด้านการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน		ด้านปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.55	.660	3.60	.711		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *

จากตารางที่ 44 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .518 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า ความต้องการด้านการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

บทสรุป

บทสรุปการวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค การรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วนดังนี้

5.1.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์พบว่า เพศของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอายุโดยเฉลี่ยมากที่สุดจะอยู่ระหว่าง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.00 ส่วนที่น้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.30 ระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยมากที่สุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.20 ส่วนที่น้อยที่สุดมีระดับการศึกษา ปริญญาโท หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 21.50 ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ส่วนน้อยที่สุดเป็น พ่อบ้าน / แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนที่น้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า 80,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.938 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.07 - 4.44 พบว่า

ค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.44 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.694 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ การแบ่งปันในสิ่งที่เราพามี เป็นการกระทำที่เหมาะสม

ค่าเฉลี่ยที่มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 3.07 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.166 ซึ่งมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นปานกลาง คือ คิดว่าการบริจาคเงินและสิ่งของ ควรทำเมื่ót่านมีความมั่นคงทางการเงินแล้วเท่านั้น

3. ข้อมูลพฤติกรรมการบริจาค

ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาจากการเชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข คิดเป็นร้อยละ 42.30 รูปแบบการบริจาค ส่วนใหญ่เป็นข้าวของเครื่องใช้ / สิ่งของเหลือใช้ คิดเป็นร้อยละ 41.30 บริจาคโดยการผ่านมูลนิธิ / องค์กรการกุศล คิดเป็นร้อยละ 39.00 โดยมีช่องทางการบริจาคโดยการผ่านผู้รับบริจาค คิดเป็นร้อยละ 50.20 ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะทำการตัดสินใจบริจาค ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาค คิดเป็นร้อยละ 71.00 โดยมีมูลค่าการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000 บาท ประเภทของเด็กด้อยโอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจจะบริจาคส่วนมากเป็น เด็กพิการ คิดเป็นร้อยละ 42.50 ระดับการศึกษาของเด็กด้อยโอกาสที่สนใจให้ทุนการศึกษาคือ ระดับประถม คิดเป็นร้อยละ 67.80 มูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่คำนึงถึงเป็นลำดับแรก ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น มูลนิธิ UNICEF คิดเป็นร้อยละ 65.80

4. ข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่การรณรงค์ผ่านสื่อโซเชียลต่างๆทำให้เกิดความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 70.80 และเห็นด้วยหากมีไปการรณรงค์ตามห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 71.80 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ในสื่อโซเชียลของมูลนิธิต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 70.30 และส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการรณรงค์ที่ทำให้เห็นถึงความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาส คิดเป็นร้อยละ 85.30 โดยจะมีการออกมาร่วมทำกิจกรรมเมื่อมีการรณรงค์เกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 58.50 แต่การรณรงค์โดยการใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆมาแลกเปลี่ยนเงินบริจาคโดยผ่านมูลนิธินั้น ส่วนใหญ่ ไม่สนใจเข้าร่วม คิดเป็นร้อยละ 51.5 แต่จะเห็นด้วยกับการรณรงค์หาทุนโดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 92.5 โดยส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 42.30 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ออกมารณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาสในด้านการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน คิดเป็นร้อยละ 59.80

5. ข้อมูลระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.007 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.87 – 4.38 พบว่า

ค่าเฉลี่ยที่มีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.38 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ ซึ่งมีระดับของแรงจูงใจ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ สุขใจเมื่อได้ร่วมบริจาคเงิน หรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส แม้ไม่มีใครรู้

ค่าเฉลี่ยที่มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 2.87 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.116 ซึ่งมีระดับแรงจูงใจ อยู่ในระดับปานกลาง คือ การบริจาคเงิน หรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาสทำให้ท่านได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากสังคมรอบข้าง

5.1.2 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมุติฐานทั้งสามข้อ ดังนี้

5.1.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 : ความสัมพันธ์ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก กับระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กันสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05*

5.1.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 : ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมกรรมการบริจาค กับระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่ไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. รูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .612 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

2. วิธีการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม กับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .370 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

3. ช่องทางการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .265 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

4. ความตั้งใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .664 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

5. มูลค่าการบริจาคโดยเฉลี่ยต่อปีให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .122 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

มูลนิธิต่างกันในการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .176 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. เหตุที่ทำให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เห็นถึงความสำคัญในการบริจาค มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05* พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .034 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่

1.1 ได้รับข้อมูลจากผู้ที่มาขอรับบริจาค แตกต่างกับ ได้รับข้อมูลจากการบอกเล่าของคนใกล้ชิด

2. ประเภทความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05* พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .006* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

2.1 เด็กพิการ แตกต่างกับ เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด

2.2 เด็กเร่ร่อน แตกต่างกับ เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด

3. ระดับการศึกษาที่สนใจให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .048* ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่

3.1 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น แตกต่างกับ สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

5.1.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 : ความแตกต่างของปัจจัยการรณรงค์ผ่านสื่อ กับระดับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

**สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่ไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่าไม่มีผลที่ ไม่แตกต่างกัน
สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า**

1. การรณรงค์ผ่านทางสื่อโซเชียลต่างๆทำให้สนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
2. การเห็นด้วยหรือไม่หากการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้าของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .001* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
3. ความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิ ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
4. การรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้เห็นความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
5. เมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านจะร่วมกิจกรรมเป็นส่วนมาก ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
6. การรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเงินบริจาคผ่านมูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
7. การรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .000* ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
8. สื่อการรับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .397 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05
9. ความต้องการด้านการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาส ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าค่า Sig มีค่าเท่ากับ .518 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมุติฐานดังนี้

5.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 : ความสัมพันธ์ของระดับความคิดเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวก ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของทัศนคติเชิงบวก ของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กันกับแรงจูงใจในการบริจาค อยู่ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ 66.30 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05* แสดงให้เห็นว่าทัศนคติเชิงบวกของพนักงานบริษัทเอกชนนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องมีความคู่กันไป เนื่องจากการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสนั้น ผู้ที่บริจาคส่วนใหญ่แล้วจะต้องมีทัศนคติที่ดี มีจิตใจที่เมตตา ชอบช่วยเหลือ จึงจะสามารถทำการบริจาคได้อย่างสบายใจ ซึ่งสอดคล้องกันกับ ทฤษฎีของ ธงชัย สันติวงษ์ (2539) กล่าวว่า ทัศนคติเชิงบวกหรือทัศนคติที่ดี เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึกอารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านที่ดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใด เรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การดำเนินการขององค์กรและอื่นๆ สามารถแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่พึงพอใจ เกิดความชอบ มีผลให้บุคคลอยากได้ อยากใกล้หรืออยากทำสิ่งนั้นๆ และสอดคล้องกับแนวคิดของ เดโซ สวานานนท์ (2512, หน้า 28) ได้ให้ความหมายของคำว่า ทัศนคติว่าเป็นบริบทที่สร้างขึ้นได้ และมีการเปลี่ยนแปลงได้ รวมถึงกลายเป็นแรงจูงใจ ที่สามารถกำหนดพฤติกรรม ของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆได้ นอกจากนี้ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทอง วงศ์คำ (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริจาคเลือดของผู้ที่มาบริจาคเลือด ณ ธนาคารเลือด โรงพยาบาลหัวหิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริจาคส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริจาคเลือด และมีความรู้เกี่ยวกับการบริจาคเลือดในระดับสูง มีความเชื่อมั่น และไว้วางใจในคุณภาพการรับบริจาคเลือดของโรงพยาบาล เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ อูสา สุทธิสาคร (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมเอื้อเพื่อ ความเชื่อทางศาสนา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการบริจาคโลหิต ของผู้บริจาคโลหิตในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามจะมีทัศนคติในเชิงบวกอยู่ในระดับที่สูง โดยมีความสุขจากการบริจาคโลหิต และเหตุว่าเป็นกุศลอย่างยิ่ง พร้อมทั้งเป็นการแสดงออกถึงความห่วงใยในเพื่อนมนุษย์

5.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 : ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการบริจาค ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบ วิธี ช่องทาง ความตั้งใจ มูลค่า มูลนิธิที่คำนึงถึงแห่งแรก แตกต่างกันของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสที่ **ไม่แตกต่างกัน** แสดงให้เห็นว่าปัจจัยพฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กที่ด้อยโอกาสที่ไม่แตกต่างกัน ของพนักงานเอกชนนั้น มีรูปแบบการบริจาคส่วนใหญ่จะเป็นข่าวของเครื่องใช้ / สิ่งของเหลือใช้ ด้วยวิธีบริจาคผ่านมูลนิธิ /

องค์กรการกุศล ซึ่งมูลนิธิที่ค่านึกเป็นแห่งแรกก็คือ มูลนิธิ UNICEF โดยมีมูลค่าการบริจาคเฉลี่ยต่อปี ส่วนใหญ่จะไม่เกิน 1,000 บาท กรณีที่มีการบริจาคเป็นเงินส่วนใหญ่แล้วเลือกที่จะบริจาคผ่านผู้รับบริจาค และจะทำการตัดสินใจบริจาค ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาคมากกว่า ความตั้งใจที่จะบริจาคล่วงหน้า ซึ่งมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีของ สุทธิญาโณภิกขุ (2553) ได้กล่าวถึงการบริจาคว่า หมายถึง การเสียสละแบ่งปันทรัพย์ภายนอก อันเป็นสิ่งที่จับต้องด้วยกายได้ ประกอบด้วยสิ่งของอันเป็นที่รัก และทรัพย์ภายใน อันเป็นสิ่งที่จับต้องด้วยกายไม่ได้ หรือเป็นการให้สิ่งของ โดยที่ผู้ให้ไม่หวังตอบแทน การบริจาค่นี้เป็นส่วนของการให้ทาน ซึ่งอยู่ในขั้นที่สูงกว่าการให้ เนื่องจากคำว่า การบริจาค นั้นมีความหมายลึกซึ้งกว่า การให้ ที่เรียกว่าให้ทาน เป็นการสละที่ประกอบด้วยความเจตนา แสดงออกด้วยความหวังซึ่งกันและกัน ลักษณะของการบริจาค คือ การสละหรือการบริจาคในสิ่งที่ตนมีทั้งในด้านทรัพย์สิน ความรู้ และอารมณ์ เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และสอดคล้องกับแนวคิดของ Aibert Bandura นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงมากในปัจจุบัน ได้ให้ความหมาย ของพฤติกรรมมนุษย์ และ สิ่งแวดล้อมว่า เป็นตัวที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม โดยที่องค์ประกอบภายในตัวบุคคล และสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลต่อกันและกัน องค์ประกอบต้องสัมพันธ์กัน หมายความว่า ในบางครั้งสิ่งแวดล้อมอาจจะมีส่วนในการทำให้เกิดพฤติกรรมได้มากกว่าองค์ประกอบภายในตัวบุคคล ส่วนในเวลาอื่นองค์ประกอบภายในตัวบุคคลก็อาจจะมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์มากกว่าสิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์เช่นนี้อยู่ในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เป็นกระบวนการที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกัน และทั้งคู่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมมนุษย์ ก็มีอิทธิพลต่อทั้งสองสิ่งด้วยเหมือนกัน นอกจากนี้ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตกรณ ประทุมวงษ์, รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว, ปรีชา ลอเสรีวานิช (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยพฤติกรรมและการตัดสินใจในการบริจาคโลหิต ของบุคลากรมหาวิทยาลัยกรุงเทพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการรับรู้เกี่ยวกับการบริจาคที่มีกับการตัดสินใจในการบริจาคโลหิต ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ความสำคัญ และประเภทของเด็กด้อยโอกาส รวมถึงระดับการให้ทุนการศึกษาที่แตกต่างกัน ของพนักงานบริษัทเอกชนนั้น มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสที่ **แตกต่างกัน** แสดงให้เห็นว่าปัจจัยพฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสที่ต่างกัน ของพนักงานบริษัทเอกชนนั้น สนใจที่จะให้ทุนการศึกษาแก่เด็กที่อยู่ในระดับประถม และ ส่วนใหญ่สนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กที่พิการ โดยเชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับ

ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผนของ Ajzen & Fishbien (1980) ได้นำมาพัฒนาต่อซึ่งมีทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานจากทฤษฎีแรงจูงใจ ส่งผลต่อพฤติกรรมของตัวบุคคล โดยการเพิ่มเติมกรอบแนวคิดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (a theory of reasoned action) เพื่อให้สามารถเข้าใจทัศนคติ และพฤติกรรม ได้มากขึ้น ทฤษฎีนี้การกระทำด้วยเหตุผลที่เป็นทฤษฎีพื้นฐานในระยะเริ่มแรกเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมกับพบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง จึงคิดว่าน่าจะมี

ปัจจัยอื่นที่เป็นตัวแปรร่วมจึงจะสามารถอธิบายความสัมพันธ์นี้ได้ ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผนนี้ จะมีพฤติกรรมของตัวบุคคลเป็นปัจจัยหลักที่คอยกำหนดพฤติกรรม ได้แก่ ความตั้งใจจะทำให้ได้มีการเพิ่มการรับรู้การควบคุมการกระทำ ที่จะทำให้เกิดความรู้สึกรู้สึกจากประสบการณ์ รวมไปถึงการคาดเดา ในสถานการณ์ และปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผนโดยพื้นฐานแล้ว เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการกระทำของตัวมนุษย์ในสังคม ซึ่งควบคุมจากการรับรู้ และการคาดหวัง ว่าอะไรจะเกิดขึ้น และจะมีปัจจัยอะไรที่จะมาสนับสนุนให้เกิดขึ้น ปัจจัยในการควบคุมการกระทำนั้น ทำให้เกิดความตั้งใจ ความต้องการ ความตั้งใจ หรือความพยายามที่จะกระทำ พฤติกรรมนั้นให้สำเร็จ และสอดคล้องกันกับแนวความคิดของ สุทธิญา โณภิกขุ (2553) ได้กล่าวถึง การบริจจาค่า หมายถึง การเสียสละแบ่งปันทรัพย์ภายนอก อันเป็นสิ่งที่จับต้องด้วยกายได้ ประกอบด้วยสิ่งของอันเป็นที่รัก และทรัพย์ภายใน อันเป็นสิ่งที่จับต้องด้วยกายไม่ได้ หรือเป็นการให้สิ่งของ โดยที่ผู้ให้ไม่หวังตอบแทน การบริจจาคนี้เป็นส่วนหนึ่งของการให้ทานซึ่งอยู่ในขั้นที่สูงกว่าการให้ เนื่องจากคำว่า การบริจจาค นั้นมีความหมายลึกซึ้งกว่า การให้ ที่เรียกว่าให้ทาน เป็นการสละที่ประกอบด้วยความเจตนา แสดงออกด้วยความห่วงใยซึ่งกันและกัน ผลการศึกษาข้างต้นนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุสา สุทธิสาคร (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมเอื้อเฟื้อ ความเชื่อทางศาสนา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการบริจจาคโลหิตของผู้บริจจาคโลหิตในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมเอื้อเฟื้อของผู้บริจจาคโลหิตพบว่ามี ความแตกต่างกัน

5.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 : ความแตกต่างของปัจจัยการรณรงค์ผ่านสื่อ ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

พบว่า แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจจาค และความต้องการให้มีการรณรงค์ในแต่ละด้านนั้น **ไม่แตกต่างกัน** ซึ่งส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต และต้องการให้มีการรณรงค์ด้านการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน นอกจากนั้น **แตกต่างกัน** พบว่าหากมีการรณรงค์ผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ จะทำให้มีคนที่สนใจที่จะบริจจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสมากขึ้น และมีความเห็นด้วยหากมีการไปจัดตั้งเพื่อทำการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสที่ห้างสรรพสินค้า รวมไปถึงมีความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจจาคในสื่อโซเชียลของมูลนิธิต่างๆ เนื่องจากการรณรงค์นั้นทำให้เห็นถึงความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาส และพร้อมที่จะออกมาร่วมทำกิจกรรมกันเป็นส่วนมากเมื่อมีการออกมารณรงค์ด้วยความเต็มใจ แต่จะไม่สนใจเข้าร่วมกับการรณรงค์ในเรื่องใช้คะแนนของบัตรเครดิตต่างๆมาแลกเป็นเงินบริจจาคเพื่อที่จะช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาส มีความคิดที่เห็นด้วยกับการรณรงค์ให้มีการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ ผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามนี้สนใจที่จะให้ทุนการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน มากกว่าปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและได้รับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่มาจากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการมีส่วนร่วม ของ ยุพาพร รุ่งงาม (2545, หน้า 5) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการมีส่วนร่วม (participation) ว่าเป็นผลที่มาจากความคิดเห็นที่มี

มาก และไปในทิศทางเดียวกัน จนเกิดการคิดริเริ่มไปสู่การนำไปปฏิบัติ เหตุผลแรกที่จะทำให้คนมารวมความคิดเหตุที่ไปในทิศทางเดียวกันได้ คือจะต้องมีความคิดที่ว่า การกระทำทั้งหมดนั้น ทำโดยกลุ่มหรือกระทำโดยผ่านองค์การ (organization) สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้ เป็นกระบวนการที่ทำให้มนุษย์ได้เข้ามามีบทบาท มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำบางอย่างหรือตัดสินใจร่วมกัน โดยได้เน้นการมีส่วนร่วมแบบแข็งแรงแห่งบุคคล ในการที่จะช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่าง และติดตาม รวมถึงได้มีการสนับสนุนปฏิบัติงานของธุรกิจหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kendall (1992) ได้ให้ความหมายของการรณรงค์ ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างแท้จริงนั้น เราไม่สามารถพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ที่เป็นสื่อกระแสหลักเท่านั้น แต่ช่องทางการสื่อสารแบบอื่นจำเป็นต้องทำควบคู่กันไปด้วย เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม การจัดเวที เป็นต้น กระบวนการและขั้นตอนที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกมาตามความคาดหวัง และความสำนึกกับกลุ่มเป้าหมาย และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกระแสความตื่นตัวในวงกว้างเท่านั้น แต่ไม่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมได้อย่างจริงจัง นอกจากนี้ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วณิชา แก้วสุข (2557) ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการบริจาค กรณีศึกษา มูลนิธิเพื่อสุนัขยาก็ พบว่าประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสาร และสถานที่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้บริจาคมีการตัดสินใจบริจาคให้กับมูลนิธิเพื่อสุนัขยาก็ไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

5.3.1 การนำผลการวิจัยไปใช้

1. การศึกษาครั้งนี้พบว่า การรณรงค์ผ่านสื่อโซเชียลต่าง ๆ นั้นมีความสัมพันธ์กันกับแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กที่ด้อยโอกาส โดยเฉพาะสื่อทางอินเทอร์เน็ตของมูลนิธิต่างๆ ควรให้ความสำคัญเร่งปรับปรุงพัฒนาระบบ หรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรณรงค์ของกิจกรรมผ่านสื่อโซเชียลต่าง ๆ ตรงนี้ให้มากกว่าเดิม ซึ่งอาจจะใช้การรณรงค์ผ่านสื่อโซเชียลนี้ในการกระจายข้อมูลข่าวสาร การจัดกิจกรรม และเรื่องราวและความลำบากของเด็กที่ด้อยโอกาสอย่างแท้จริง รวมไปถึงการติดต่อสื่อสารกับมูลนิธิให้ง่ายกว่าเดิมและรวดเร็ว จะสามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสได้มากขึ้น

2. ควรมีการจัดให้มีการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กที่ด้อยโอกาสในวันสำคัญต่างๆ เนื่องจาก การศึกษานี้ พบว่าผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นั้น ทำการตัดสินใจบริจาค ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาค และมีความคิดเห็นด้วยหากมีการจัดกิจกรรมการรณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาสในวันสำคัญต่างๆ รวมทั้งมีความรู้สึกเต็มใจที่จะออกมาร่วมกิจกรรมหากพบเจอการรณรงค์นี้เกิดขึ้น ดังนั้น จะสามารถทำมีการบริจาคเพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมตามวันสำคัญต่างๆนี้ได้

5.3.2 การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยทำการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษากลุ่มเด็กด้อยโอกาสที่ไม่ได้อยู่ในสถานความดูแลของมูลนิธิ ซึ่งอาจจะเป็เด็กด้อยโอกาสที่อยู่ตามต่างจังหวัดที่คาดแคลนที่มูลนิธิยังเข้าไม่ถึง

บรรณานุกรม

- โกวิทย์ พวงงาม. (2541). *การปกครองท้องถิ่นไทย : หลักการและมิติใหม่ในอนาคต*.
กรุงเทพฯ : อมรินทร์.
- กรรณิกา ชมดี. (2524). *การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ : ศึกษาเฉพาะ
โครงการสารภี ตำบลทาขาง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการปฏิบัติงานสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา*. กรุงเทพฯ:
ครุสภาลาดพร้าว.
- กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์ รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว ปรีชา ลอเสรวานิช. (2558). *ปัจจัยพฤติกรรมและการตัดสินใจ
ในการบริโภคโลหิตของบุคลากร มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- กฤติกา มาโนช. (2540). *การเปิดรับและทัศนคติเกี่ยวกับป้ายรณรงค์รักษาวินัยจราจร ของผู้ใช้รถใน
เขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัญจนพร อ่วมสำอางค์. (2547). *การศึกษาคุณภาพชีวิตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกอง
การศึกษาสงเคราะห์ กรมสามัญศึกษา เขตภาคกลาง*. ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กิตติ กันภัย. (2543). *การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศมองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*.
กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรส โปรดักส์.
- จิรายุ แซ่เตี๋ย. (2555). *ทัศนคติและพฤติกรรมเพื่อสนับสนุนงานสาธารณประโยชน์ ของผู้มีรายได้ใน
ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2523). *การวิจัยเชิงจิตวิทยา*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชิต นิลพานิช และกุลธนา ธนาพงศธร. (2532). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณพล สุกใส. (2553). *การศึกษาผลกระทบของมาตรการภาษีต่อการลงทุนของภาคการผลิต*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เดโช สวานานนท์. (2512). *ปทานกรมจิตวิทยา*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ดารณี พานทอง. (2542). *ทฤษฎีจูงใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. (2527). *การมีส่วนร่วมของประชาชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ทองใบ สุดชาติ. (2543). *ทฤษฎีองค์การวิเคราะห์แนวความคิดทฤษฎีและการประยุกต์*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2546). *การจัดการสมัยใหม่ : Modern management*. กรุงเทพฯ:
เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส.
- เนตินา โพธิ์ประสวะ. (2541). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมและความผูกพันต่อองค์การ
ของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ลิธิผล 1919*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภาพรณ แก้วพรหม (2552). *ทัศนคติของบุคลากรในเทศบาลนครอุบลราชธานีที่มีต่อการจัดตั้ง
ศูนย์บริการจัดจุดเดียวเบ็ดเสร็จในสำนักงานเทศบาลนครอุบลราชธานี*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). *การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณี ตัวอย่าง*.
กรุงเทพฯ : 598 Print.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2527). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บงกชมาศ เอกเอี่ยม. (2550). ช่วงชั้น ชนชั้น และลีลาแห่งชีวิต. *แม่โจ้ปริทัศน์*, 8(1), 57-60.
- บัณฑิตา ทรัพย์กมล. (2544). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณี
โรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปกิจ พรหมายน. (2531). *ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการตรวจของผู้ขับขี่
รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประเสริฐ ไชยทิพย์. (2552). กระแสพลวัตเศรษฐกิจเชียงใหม่. *วารสารเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2(4), 12-27.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ : การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*.
กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ปิยธิดา ตรีเดช. (2556). *การตัดสินใจบริจาคโลหิตในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *ทัศนคติ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

- พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล. (2546). การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทเทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีระ จิระโสภณ. (2538). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. นนทบุรี : สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภณิดา คำธิตา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาบริจาคโลหิตซ้ำในผู้บริจาคโลหิต โรงพยาบาล ลำพูน. วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 59(4), 395-408.
- ภัทรพร ประโยชน์ล้ำ. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง กับพฤติกรรมการบริจาคสเต็มเซลล์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุพาพร รุ่งงาม. (2545). การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานงบประมาณในการปฏิรูประบบราชการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- วนิษา แก้วสุข (2557). การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการบริจาค. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2531). การพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วุฒิชัย จำนง. (2523). พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2537). การมีส่วนร่วมของการจัดการศึกษาเอกชน. วารสารราชบัณฑิตยสถาน, 1(7), 75-85.
- ศศิวิมล ตามไท. (2542). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ : รุ่งวัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). องค์กรและการจัดการฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- เสนาะ ดิยาวารี. (2543). หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2539). ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายทอง วงศ์คำ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริจาคของผู้ที่มาบริจาคเลือด ณ ธนาคารเลือด โรงพยาบาลหัวหิน. วารสารโลหิตวิทยาและเวชศาสตร์บริการโลหิต, 26(5), 241-250.

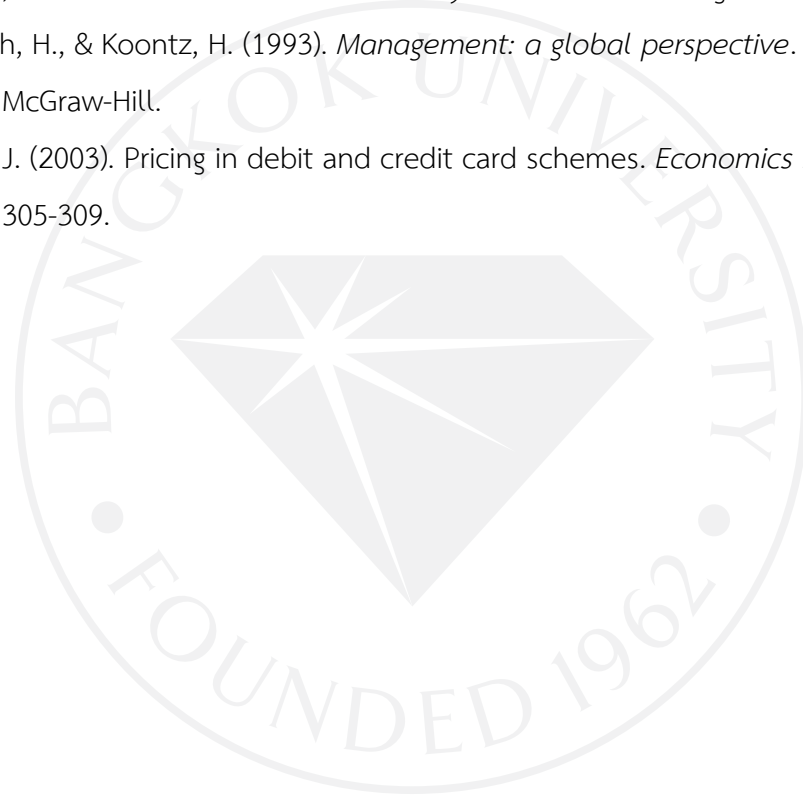
- สายสุนีย์ ปวุฒินันท์. (2541). *ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมทำกิจกรรมในโครงการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรของเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐ: กรณีศึกษาโรงพยาบาลสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และ ทบวงมหาวิทยาลัย. (2546). *บทสรุปผลการดำเนินงานโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ ทบวงมหาวิทยาลัย.
- สุทธิโชค หลินประเสริฐ. (2547). *พฤติกรรมในการให้การสนับสนุนองค์การสวัสดิการสังคมภาคเอกชนของผู้ให้การสนับสนุนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุทธิญา โณภิกขุ. (2553). *ข้อแตกต่างระหว่างการให้การบริการ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ โสธนเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุชิต เทียงธรรม. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: แอมเบอรัลแอดแอดนอร์ดอินทีเรีย.
- อมรรัตน์ อภินันท์มกุล. (2559). ผลของการพัฒนาประเทศต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 53(1), 191-219.
- อรงค์ศรี สิมศิริ, กรรณิภา เรืองเดช และไพบุลย์ ชาวสวนศรีเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการบริจาคโลหิตของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส. *วารสารโลหิตวิทยาและเวชศาสตร์บริการโลหิต*, 22(3), 175-189.
- อุสา สุทธิสาคร. (2558). พฤติกรรมเอื้อเพื่อ ความเชื่อทางศาสนา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 7(1), 1-14.
- อุสา สุทธิสาคร, สิทธิพงศ์ วัฒนานนท์สกุล และ ดำรง เขียวศิลป์. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการบริจาคโลหิตของผู้ที่มาบริจาคโลหิต ณ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย. *วารสารโลหิตวิทยาและเวชศาสตร์บริการโลหิต*, 24(3), 251-260.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. New York : John Wiley.
- Allen, L., & Santrock, J. (1993). *The contexts of behavior psychology*. Madison : Brown & Benchmark.
- Andreas, B. G. (1970). *Experimental Psychology*. (2 nd ed.). New York : John Wiley.

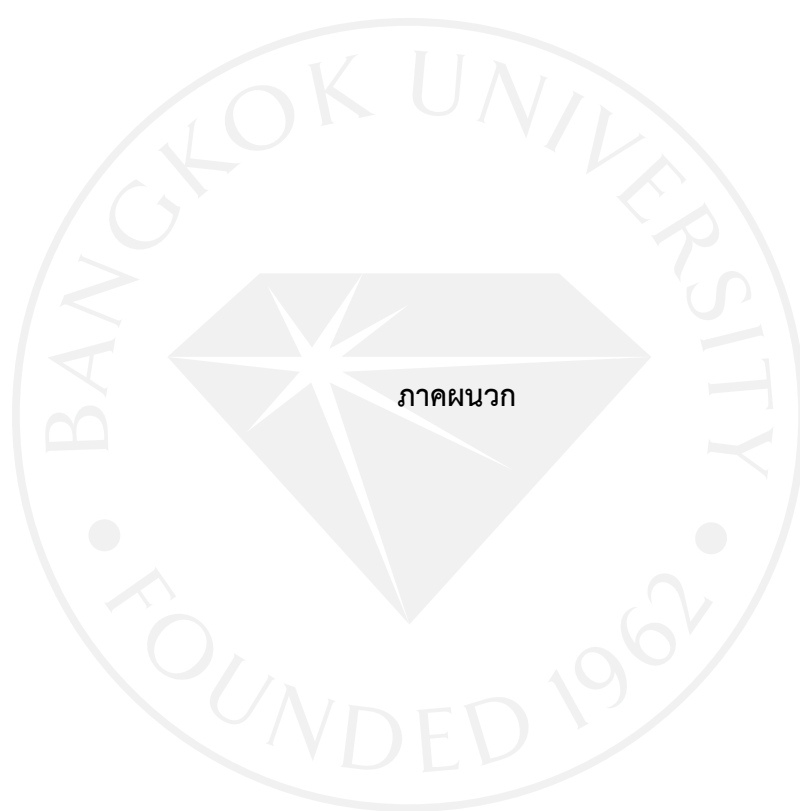
- Anita, E. W. (1995). *Motivation and Personality*. The United States of America : Vermeer.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of planners*, 35(4), 216-224.
- Atkin, C. (1973). *Instrumental utilities and information seeking*. New York : John Wiley.
- Berkley, M. A. (1975). Grating visibility as a function of orientation and retinal eccentricity. *Vision research*, 15(2), 239-244.
- Blogger. (2012). Modeling blogger influence in a community. *Social Network Analysis and Mining*, 2(2), 139-162.
- Brewer, G. A., & Facer, I. I. (2000). Individual conceptions of public service motivation. *Public administration review*, 60(3), 254-264.
- Certo, S. T. (2000). International experience in the executive suite: the path to prosperity? *Strategic Management Journal*, 2(5), 515-523.
- Daft, H. T. (2000). *U.S. Patent No. 6,021,392*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.
- Daniel, E. (1960). Momentum distribution of an interacting electron gas. *Physical Review*, 120(6), 2041.
- Domjan, M. (1996). Japanese Quail (*Coturnix japonica*). *Journal of Experimental Psychology*, 22(3), 297-306.
- Douglah, M. (1970). Some perspectives on the phenomenon of participation. *Adult Education Quarterly*, 20(2), 88-98.
- DuBrin, A. J., Ireland, R. D., & Williams, C. (1993). *Management and Organization* (2nd ed.). Cincinnati, OH: South Western.
- Good, R. A. (1973). Primary immunodeficiency diseases and cancer: The Immunodeficiency cancer registry. *International journal of cancer*, 12(2), 333-347.
- Gordon, M. K. (1975). *Computer solution of ordinary differential equations*. New York : John Wiley.
- Griffin, D. M. (1963). Soil moisture and the ecology of soil fungi. *Biological Reviews*, 38(2), 141-166.

- Griffin, L. (1996). Pedagogical content knowledge for teachers: Integrate everything you know to help students learn. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 67(9), 58-61.
- Harriman, P. L. (1947). *Dictionary of psychology*. New York: The Philosophical Library.
- Herbert, H. E. (1967). *Hydraulic control systems*. New York: Macmillan. John Wiley & Sons.
- Howard, L. N. (1963). On a time-dependent motion of a rotating fluid. *Journal of fluid mechanics*, 17(03), 385-404.
- James, S. J. (1989). Optimization of parameters for semiempirical methods I. Method. *Journal of Computational Chemistry*, 10(2), 209-220.
- Kendall, R. A. (1992). Electron affinities of the first-row atoms revisited. Systematic basis sets and wave functions. *The Journal of Chemical Physics*, 96(9), 6796-6806.
- Klapper, Z. (1960). A day school for schizophrenic children. *American journal of Orthopsychiatry*, 30(1), 130.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). Best of breed: When it comes to gaining a market edge while supporting a social cause, "corporate social marketing" leads the pack. *Social marketing quarterly*, 11(3-4), 91-103.
- Krech, D., & Crutchfield, R. S. (1948). *Theory and problems of social psychology*. New York: John Wiley.
- Loudon, D., & Albert, J. (1988). *Della Bitta. Consumer Behavior* (3rd ed.). Loudon: McGraw-Hill.
- Lovell, C. K. (1980). A survey of frontier production functions and of their relationship to efficiency measurement. *Journal of econometrics*, 13(1), 5-25.
- Mondy, L. A. (1998). Particle migration in a Couette apparatus: experiment and modeling. *Journal of Rheology*, 42(2), 307-327.
- Newcomb, T. M. (1973). *The impact of college on students*. New York: Dryden. Press.Transaction.
- Newcomb, R. (1854). *Harvey: Cyclopaedia of Missions*. New York: C. Scribner.

- Newstrom, W. D. K.,(1993). *Organizational Behavior (Human Behavior at Work)*.
New York : John Wiley.
- Norman, B. R. (1971). *Reproduction in the United States, 1965*. Houghton Muffin.
- Perry, J. L., & Hondeghem, A. (2008). *Motivation in public management: The call of public service*. Oxford: University.
- Plunkett, B. S. (1994). p53-dependent G1 arrest involves pRB-related proteins and is disrupted by the human papillomavirus 16 E7 oncoprotein. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 91(12), 5320-5324.
- Reeder, R. H. (1973). Transcription of chromatin by bacterial RNA polymerase. *Journal of molecular biology*, 80(2), 229-241.
- Review , W. H. (1904). Experimental studies on the development of the eye in amphibia. I. On the origin of the lens. *Rana palustris*. *Developmental Dynamics*, 3(4), 505-536.
- Robbins, L. S. (1993). Pigmentation phenotypes of variant extension locus alleles result from point mutations that alter MSH receptor function. *Cell*, 72(6), 827-834.
- Rogers, C. E. (1973). Symbolic description of factorial models for analysis of variance. *Applied Statistics*, 26(6) 392-399.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components*, 3, 1-14.
- Schermerhorn, G. M. (2005). Axillary recurrence after sentinel node biopsy. *Annals of surgical oncology*, 12(1), 34-40.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., Osborn, R., & Osborn, R. (2000). *Core concepts of organizational behavior*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). *Consumer behavior*. Englewood Cliff: PrenticeHall.

- Unicef (Ed.). (1989). *Children on the Front Line: The Impact of Apartheid, Destabilization and Warfare on Children in Southern and South Africa: 1989 Update with New Section on Namibia*. New York: United Nations Children's Fund
- Vroom, T. M. (1995). Effect of 3 months' nasal steroid therapy on nasal T cells and Langerhans cells in patients suffering from allergic rhinitis. *Allergy*, 50(3), 204-209.
- Walters, A. A. (1978). *Microeconomic theory*. McGraw-Hill College.
- Wehrich, H., & Koontz, H. (1993). *Management: a global perspective*. New York : McGraw-Hill.
- Wright, J. (2003). Pricing in debit and credit card schemes. *Economics Letters*, 80(3), 305-309.





แบบสอบถาม

การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาค และการรณรงค์ผ่านสื่อ
ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของพนักงานบริษัทเอกชน

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง
“การศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมการบริจาคและการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อแรงจูงใจในการ
บริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส ของพนักงานบริษัทเอกชน”

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

รัตนา คำไฮ

ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับสภาพเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21 – 40 ปี

41 - 60 ปี

60 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท หรือสูงกว่า

4. อาชีพ

พ่อบ้าน / แม่บ้าน

รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว

วิชาชีพอิสระ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 20,000 บาท

20,001 – 40,000 บาท

40,001 – 80,000 บาท

มากกว่า 80,000 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ที่ตรงตามความรู้สึก/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ทัศนคติเชิงบวกต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมากที่สุสุด	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ท่านคิดว่าการบริจาคเงินและสิ่งของเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับเด็กด้อยโอกาส					
2. ท่านคิดว่าการบริจาคเงินและสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส มีคุณค่าต่อจิตใจของท่าน					
3. ท่านคิดว่าการบริจาคเป็นเงิน จะสามารถช่วยเด็กด้อยโอกาสได้มากกว่าการบริจาคในรูปแบบอื่น					
4. ท่านคิดว่าการแบ่งปันในสิ่งที่เราพ้อมี เป็นการกระทำที่เหมาะสม					
5. ท่านคิดว่าควรบริจาคเงินและสิ่งของ ควรทำก็ต่อเมื่อท่านมีความมั่นคงทางการเงินแล้วเท่านั้น					
6.ท่านคิดว่าการช่วยเหลือคนที่ลำบากกว่าเป็นเรื่องที่สำคัญ					
7. ท่านคิดว่าเด็กคืออนาคตของชาติ จึงควรช่วยให้เค้าเข้าถึงโอกาสที่จะเติบโตอย่างมีคุณภาพ					
8. ท่านรู้สึกดี และยินดีที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในอนาคตของเด็กๆที่ด้อยโอกาสเหล่านั้น					
9. ท่านคิดว่านอกจากจะได้ช่วยเหลือเด็กที่ด้อยโอกาสแล้ว ยังได้รับประโยชน์จากการลดหย่อนภาษีอีกทางหนึ่งด้วย					
10. การบริจาคเงินและสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส จะทำให้ท่านได้รับการชื่นชมจากสังคม และเป็นการกระตุ้นให้สังคมร่วมกันบริจาคอีกด้วย					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสของท่าน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับตามความรู้สึก/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- ท่านเห็นความสำคัญในการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส จากเหตุใด

<input type="checkbox"/> จากการพบเห็นด้วยตัวเอง	<input type="checkbox"/> จากการบอกเล่าของคนใกล้ชิด
<input type="checkbox"/> เชื่อว่าการแบ่งปันทำให้มีความสุข	<input type="checkbox"/> จากการได้รับข้อมูลจากผู้ที่มาขอรับบริจาค
- รูปแบบการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสรูปแบบใดที่ท่านสนใจมากที่สุด

<input type="checkbox"/> บริจาคในรูปของเงินตรา	<input type="checkbox"/> บริจาคข้าวของเครื่องใช้ / สิ่งของเหลือใช้
<input type="checkbox"/> ช่วยเหลือในลักษณะอาสาสมัคร (แรงงาน / ความรู้ความสามารถ)	
- ท่านสนใจที่จะบริจาคเงินและสิ่งของให้กับเด็กด้วยวิธีใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> บริจาคผ่านมูลนิธิ / องค์กรการกุศล	<input type="checkbox"/> บริจาคผ่านผู้รับบริจาคตามสถานที่ต่างๆ
<input type="checkbox"/> บริจาคผ่านกิจกรรมค่ายอาสา	<input type="checkbox"/> บริจาคด้วยตัวเองโดยตรง
- ช่องทางใดที่ท่านสะดวกในการบริจาค (สำหรับเงิน) คือช่องทางใด

<input type="checkbox"/> บริจาคโดยการตัดเงินในบัญชีธนาคาร	<input type="checkbox"/> บริจาคโดยบัตรเครดิต
<input type="checkbox"/> บริจาคโดยผ่านผู้รับบริจาค	<input type="checkbox"/> บริจาคผ่าน ATM / Internet banking
- ความตั้งใจในการบริจาคของท่านเป็นอย่างไร

<input type="checkbox"/> ทำการตัดสินใจ ณ ขณะที่พบการขอรับบริจาค
<input type="checkbox"/> มีความตั้งใจจะบริจาคล่วงหน้า (เช่น ตั้งใจจะบริจาคเป็นประจำทุกเดือน / ทุกปี)
- มูลค่าการบริจาคโดยเฉลี่ยต่อปีของท่าน (รวมทั้ง การบริจาคด้วยเงินตรา ข้าวของ เครื่องใช้)

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1,000 บาท	<input type="checkbox"/> 1,001 – 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> 10,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท	
- ท่านสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กที่ด้อยโอกาสประเภทใด

<input type="checkbox"/> เด็กพิการ	<input type="checkbox"/> เด็กที่มาจากครอบครัวยากจน
<input type="checkbox"/> เด็กเร่ร่อน	<input type="checkbox"/> เด็กที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกล หรือชุมชนแออัด
- ท่านสนใจที่จะให้ทุนการศึกษาแก่เด็กด้อยโอกาสในระดับใด

<input type="checkbox"/> ทุนการศึกษาระดับประถม
<input type="checkbox"/> ทุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> ทุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
<input type="checkbox"/> สูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
- ท่านคิดถึงมูลนิธิใดเป็นลำดับแรก เมื่อพูดถึงมูลนิธิที่ทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส

<input type="checkbox"/> มูลนิธิ CCF	<input type="checkbox"/> มูลนิธิ UNICEF	<input type="checkbox"/> มูลนิธิโสสะ
--------------------------------------	---	--------------------------------------

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรณรงค์ผ่านสื่อที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับตามความรู้สึก/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. การรณรงค์ผ่านสื่อผ่านทางโซเชียลต่างๆ ทำให้ท่านสนใจที่จะบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสมากขึ้น

ใช่ ไม่ใช่

2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่หากการรณรงค์เกี่ยวกับเด็กด้อยโอกาสไปจัดตั้งที่ห้างสรรพสินค้า

เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

3. ท่านมีความสนใจที่จะเข้าไปดูข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาสในสื่อโซเชียลของมูลนิธิต่างๆหรือไม่

สนใจ ไม่สนใจ

4. การรณรงค์ผ่านสื่อมีผลทำให้ท่านได้เห็นถึงความสำคัญในการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

5. เมื่อมีการออกมารณรงค์เพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านจะร่วมกิจกรรมเป็นส่วนมากใช่หรือไม่

ใช่ ไม่ใช่

6. การรณรงค์โดยใช้คะแนนสะสมของบัตรเครดิตต่างๆ มาแลกเปลี่ยนเงินบริจาคผ่านมูลนิธิเพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านสนใจเข้าร่วมหรือไม่

สนใจเข้าร่วม ไม่สนใจเข้าร่วม

7. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับการรณรงค์หาทุนเพื่อช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาส โดยการจัดกิจกรรมในวันพิเศษต่างๆ

เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย

8. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการบริจาคให้เด็กด้อยโอกาสจากสื่อใด

สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่ออินเทอร์เน็ต

9. ท่านต้องการให้มีการรณรงค์แก่เด็กด้อยโอกาสในด้านใดมากที่สุด

ด้านการศึกษาแก่เด็กที่ขาดแคลน ด้านปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ที่ตรงตามความรู้สึก/ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจที่มีผลต่อการบริจาคให้กับเด็กด้อยโอกาส	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. เว็บไซต์ของมูลนิธิต่างๆ เพื่อเด็กด้อยโอกาส เขียนถึงเรื่องราวของเด็กที่ด้อยโอกาสได้นำช่วยเหลือเป็นอย่างมาก ทำให้ท่านสนใจที่จะบริจาคมากขึ้น					
2. มีการนำเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับการบริจาค เช่น การบริจาคเพื่อการศึกษา สามารถหักภาษีได้ 2 เท่า					
3. การเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ หรือการบริจาคของผู้ที่มีชื่อเสียงทางสังคม เช่น ดารา นักร้อง ทำให้ท่านรับรู้กิจกรรมของมูลนิธิ และตัดสินใจร่วมบริจาค					
4. รูปภาพและสื่อนำเสนอเกี่ยวกับการบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาสบนเว็บไซต์ ให้ท่านรู้สึกต้องการบริจาค					
5. ชื่อเสียงของมูลนิธิและคณะกรรมการทำให้ท่านมีความมั่นใจที่จะบริจาคให้กับมูลนิธินั้นๆ					
6. การบอกเล่าเรื่องราวกิจกรรมเพื่อเด็กด้อยโอกาสที่แชร์บนสื่อโซเชียล ทำให้ท่านรู้สึกดี และอยากมีส่วนร่วม					
7. แบบอย่างที่ท่านเห็นจากบุคคลที่เคารพนับถือ หรือคนในครอบครัว มีผลทำให้ท่านตัดสินใจบริจาค					
8. การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาสทำให้ท่านได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากสังคมรอบข้าง					
9. ท่านสุขใจเมื่อได้ร่วมบริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับเด็กด้อยโอกาส แม้ไม่มีใครรู้					
10. การทำกิจกรรมเพื่อเด็กด้อยโอกาส บนสื่อโซเชียล ทำให้ท่านรู้สึกชื่นชอบ และอยากสนับสนุน					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล ภาษาไทย	นางสาวรัตนา คำไฮ
ชื่อ-นามสกุล ภาษาอังกฤษ	Miss Rattana Kawhai
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 18 เดือนเมษายน พ.ศ. 2530
สถานที่เกิด	โรงพยาบาล จังหวัดชัยภูมิ
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้	คอนโดดิแอตเดรส ซิดลม เลขที่ 9/106 ชั้น 8 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10330
ประวัติการศึกษา	- ประถมศึกษา ปีการศึกษา 2542 โรงเรียนบ้านลาดผักหนาม จังหวัดชัยภูมิ - ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีการศึกษา 2555 วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยัพณิชยการ จังหวัดกรุงเทพมหานคร - ประกาศนียบัตรปริญญาตรี ปีการศึกษา 2558 วิทยาลัยเซาอีสท์บางกอก จังหวัดกรุงเทพมหานคร - ปัจจุบันเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 23 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) วิมล แก้วไธ อยู่บ้านเลขที่ 9/106

ชื่อย คณิศร ถนน เพ็ชรวิถี ตำบล/แขวง คูมพิณี

อำเภอ/เขต ปทุมธานี จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10880

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา.....-.....คณะ.....บริหารธุรกิจ.....

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ กรณีศึกษาทัศนคติเชิงบวก พฤติกรรมกรมการนิเทศ
และ การตรวจวัดผ่านสื่อ ที่มีผลต่อทรวงใจ ในกรมการนิเทศ
9 นวัตกรรมสื่อออนไลน์ รองรับนิเทศ มริศทอกรณ


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(น.ท. วิชา เก้าอี้)

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร