

การศึกษาความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

A Study of Intention to Donated Online on Social Networks

รชิตา สิริตลธิ *

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดำเนินการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้มีประสบการณ์ในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน 200 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บรรทัดฐานทางศีลธรรม 2) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงสุด คือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม 3) การทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และบรรทัดฐานทางศีลธรรม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ส่วนการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์

คำสำคัญ: บริจาคเงินออนไลน์, ความตั้งใจในการบริจาคเงิน, ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

Abstract

The objectives of this research are to understand the relationship between attitude toward the behavior, subjective norm, perceived behavioral control, moral norms and online donation intention. The research methodology is quantitative using survey research. The sample of research are people with experience in online donations on Facebook and Twitter from 200 samples.

The research found that 1) The variable with the highest mean is moral norms. 2) The variable that had the highest correlation with online donation intention is attitude toward the behavior. 3) Testing the hypothesis found study attitude toward the behavior, subjective norm and moral norms are correlation with online donation intention. Perceived behavioral control is not correlation with online donation intention.

* อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Keywords: Online Donations, Donation Intention, Theory of Planned Behavior : TPB

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาอิทธิพลในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ทำให้มีอิสระในการเข้าถึงและใช้สื่อได้อย่างง่ายดายตาย ผู้คนในยุคดิจิทัลจึงสามารถที่จะโพสต์ข้อความลงบนสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด ด้วยศักยภาพของสื่อสังคมออนไลน์ที่ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้ใช้งานในปัจจุบันนี้ จึงได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือต่าง ๆ รวมไปถึงการนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการระดมทุนขอรับบริจาคเงิน ไม่ว่าจะเป็นการขอรับบริจาคในระดับหน่วยงาน องค์กร หรือส่วนตัว (Robiady, Windasari and Nita, 2021)

กระแสของการบริจาคเงินออนไลน์ได้มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการโพสต์ข้อความขอรับการบริจาคเงินผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) แพลตฟอร์มดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการระดมทุนบริจาคอย่างมากมาย เป็นสื่อกลางในการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อขอรับการบริจาคเงินจากผู้ใช้งานเครือข่าย อีกทั้งคุณลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เอื้ออำนวยความสะดวกให้การวัดแนวโน้มความสำเร็จของการบริจาคเงินออนไลน์ โดยวัดผลได้จากการโพสต์ การส่งต่อ และการกดถูกใจ (Wallace, Buil and Chernaton, 2017)

ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าทุกวันนี้ยังคงมีผู้คนที่ได้รับความเดือดร้อนในเรื่องต่าง ๆ จนต้องทำให้เกิดการขอรับบริจาคเงินออนไลน์มากขึ้น แท้จริงแล้วการขอรับการบริจาคเงินนั้นไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่แต่อย่างใด เนื่องจากยังคงมีขอทานอยู่ข้างถนนเป็นจำนวนมาก เพียงแต่เป็นการขอเงินที่เปลี่ยนรูปแบบมาอยู่ในช่องทางออนไลน์และปรับเปลี่ยนวิธีการบางอย่าง จึงถือได้ว่าเป็นเรื่องปกติใหม่ในสังคม อย่างไรก็ตาม นอกจากจะมีผู้ได้รับความเดือดร้อนต้องการความช่วยเหลือจริง ๆ แล้วนั้น ยังคงมีผู้คนบางส่วนที่แฝงตัวเข้ามาเป็นมิถฉอาชีพเพื่อขอรับการบริจาคออนไลน์

อยู่เสมอ เพราะเป็นวิธีการที่หาเงินได้อย่างง่าย ๆ โดยอาศัยความเมตตาสงสารที่ได้รับจากผู้คนบนเครือข่าย (Thenationonlineng, 2021; Robiady, Windasari and Nita, 2021) สื่อสังคมออนไลน์ได้กระตุ้นให้ผู้คนที่กำลังจะขอทานโดยปราศจากความกลัวหรือความขุ่นข้องเคืองใจ ทำให้บางคนนั้นมีนิสัยกลายเป็นขอทานออนไลน์

ขอทานออนไลน์ หรือที่เรียกกันขอทานทางอินเทอร์เน็ต หรือขอทานโซเชียล เป็นกลยุทธ์การขอเงินจากคนแปลกหน้าโดยอาศัยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ที่ประสบความสำเร็จทุกขยาก็หรือต้องการความช่วยเหลือ (Tatum, 2023) การใช้พลังของเครือข่ายบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นได้ดึงดูดผู้คนให้เข้ามาบริจาคเงินได้อย่างง่ายดาย ผ่านการใช้กลยุทธ์ในการโพสต์ภาพและข้อความ ประกอบกับการเล่าเรื่องที่ดึงดูดความน่าสนใจ ซึ่งมีผลต่อผู้รับสารทำให้เกิดทัศนคติและความรู้สึกร่วมไปกับเรื่องราวนั้น ๆ ประกอบกับพลังของการส่งต่อข้อมูลข่าวสารและการกดถูกใจของผู้คนในเครือข่าย ล้วนเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้เกิดการบริจาคมากขึ้น การได้รับอิทธิพลจากผู้ใช้งานเครือข่ายด้วยกัน เช่น เพื่อน ครอบครัว คนใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งเป็นผู้แนะนำหรือมีส่วนร่วมในการบริจาค ทำให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยงานวิจัย กล่าวว่าหากผู้ใกล้ชิดมีอิทธิพลในการบริจาคทางออนไลน์มากเท่าใด ย่อมส่งผลให้มีแนวโน้มในการบริจาคออนไลน์มากขึ้นตามไปด้วย (Shier and Handy, 2012)

นอกจากนั้นการบริจาคเงินออนไลน์ยังมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของบรรทัดฐานทางศีลธรรม ด้วยลักษณะนิสัยของคนไทยที่เป็นผู้มีความเมตตาใจบุญ ชี้อสังสารอยู่เสมอ เมื่อเห็นการโพสต์ข้อความช่วยเหลือ จึงอดไม่ได้ที่จะต้องบริจาคเงิน โดยไม่สนใจว่าเรื่องราวนั้น ๆ เป็นเรื่องจริงหรือไม่ โดยไม่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงเพียงแต่คิดว่าเงินเพียงเล็กน้อยการให้ด้วยใจที่บริสุทธิ์นั้นไม่เป็นไร จนหลงลืมไปว่าการบริจาคเงินเพียงเล็กน้อยนั้น เมื่อมีคนบริจาคมาก สามารถทำให้จำนวนเงินเพิ่มขึ้นได้อย่างมากมาย ดังจะเห็นได้จากกรณีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดย

ส่วนใหญ่แล้วผู้บริจาคมักทราบความจริงภายหลังว่า คนที่ขอความช่วยเหลือนั้นไม่ได้ลำบากอย่างที่กล่าวอ้างจริง แต่กว่าจะรู้ความจริงนั้นก็สายไปเสียแล้ว อย่างไรก็ตามในท้ายที่สุดแล้วการตัดสินใจบริจาคเงินออนไลน์หรือไม่นั้น ล้วนขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้ที่ต้องการบริจาคเองว่ามีวิจรรย์ญาณในการวิเคราะห์สารที่ได้รับก่อนทำการบริจาคมากน้อยเพียงใด

การศึกษาความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ได้มีนักวิจัยได้ให้ความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าจำนวนมาก จากงานวิจัยของ (Hamid and Basiruddin, 2013; Altaf, Purumal and Hussin 2017; Perez and Egea 2019; Latifi, Pauli Dehghani and Nejad, 2021; Li, Mao and Liu, 2022) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) มาใช้ในการเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการบริจาคเงินออนไลน์ โดยนับว่าเป็นทฤษฎีที่ได้รับการรองรับสำหรับการนำมาใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าเป็นทฤษฎีที่ควรค่าแก่นำมาใช้ต่อการศึกษากาการบริจาคเงินออนไลน์ในประเทศไทย

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคเงินออนไลน์ของคนไทย ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับสารจากโพสต์ข้อความและรูปภาพของรับบริการบริจาคจากเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) โดยได้นำตัวแปรสำหรับการใช้ในการศึกษามาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) เป็นรากฐานในการกำหนดตัวแปร คือทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และเพิ่มเติมตัวแปรบรรทัดฐานทางศีลธรรม เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย มาเป็นตัวแปรใช้วัดสำหรับการศึกษาค้นคว้า ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะช่วยทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจการบริจาคเงินออนไลน์ โดยสามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้เพื่อหาแนวทางแก้ไขและการสร้างการรู้เท่าทันการบริจาคเงินออนไลน์ เพื่อไม่ให้เกิดเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ

ปัญหาการนำวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

สมมติฐานการวิจัย

1. ทัศนคติต่อพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์
2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์
3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์
4. บรรทัดฐานทางศีลธรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) มาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษา จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการบริจาคออนไลน์ต่าง ๆ ได้นำทฤษฎีดังกล่าวนี้มาใช้เป็นรากฐานในการศึกษาตัวแปรต่าง ๆ รวมถึงการเพิ่มตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องเข้ามาศึกษาร่วมด้วย จึงนับว่าเป็นทฤษฎีที่ผ่านการพิสูจน์และได้รับการยอมรับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมในการทำนายพฤติกรรมมนุษย์ในการศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์เป็นจำนวนมาก ด้วยข้อตั้งสมมติฐานที่

ว่าการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์สามารถคาดการณ์ได้จากความตั้งใจของบุคคล เนื่องจากมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีเหตุผล (Altaf, Purumal and Hussin, 2017) จึงเป็นทฤษฎีที่ใช้ในการทำนายและอธิบายพฤติกรรมของบุคคลโดยการพิจารณาจากลักษณะทางจิตวิทยา ปัจจุบันทฤษฎีดังกล่าวนี้เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับการทำความเข้าใจและทำนายพฤติกรรมของมนุษย์ ทฤษฎีนี้ได้พัฒนามาจาก “ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA)” ซึ่งคิดค้นโดย Ajzen and Fishbein (1980) โดยมีสมมติฐานว่าความตั้งใจนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลได้ ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรทัศนคติ (Attitude) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ซึ่งไม่เพียงพอต่อการทำนายพฤติกรรมของมนุษย์ เนื่องจากแบบจำลองเดิมนี้นี้มีข้อจำกัดบางประการในแง่ของการทำนายพฤติกรรมของบุคคลที่ขาด “ความตั้งใจจริง” คือด้านพฤติกรรมของบุคคลที่มีเจตนาในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งไม่ได้กล่าวถึงในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ดังนั้น Ajzen (1991) จึงได้ขยายขอบเขตของทฤษฎีและพัฒนาเป็น ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) และได้เพิ่มเติมตัวแปรอีกหนึ่งตัวแปรลงในแบบจำลองคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control : PBC) เพื่อช่วยให้สามารถใช้ในการศึกษาความตั้งใจของมนุษย์ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น (Perez and Egea, 2019) หัวใจสำคัญของทฤษฎีนี้คือ ความพร้อมของบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมซึ่งมีแนวโน้มก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แท้จริง (Hamid and Basiruddin, 2013)

องค์ประกอบของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) 3 ประการ 1) ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) คือ การที่บุคคลมีการประเมินผลลัพธ์ที่มีต่อภาพรวมของพฤติกรรมของตนเองที่จะทำการแสดงออก โดยแบ่งออกเป็นด้านบวกและด้านลบ

หากประเมินเป็นด้านบวก บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้นและมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้ามหากประเมินเป็นด้านลบ บุคคลจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น (Altaf, Purumal and Hussin, 2017)

ทัศนคติต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริจาคเงินออนไลน์ คือการที่บุคคลมีการประเมินความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคเงินออนไลน์และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นหากทำการบริจาคเงินออนไลน์ คือหากบุคคลคิดว่ากรบริจาคเงินออนไลน์เป็นสิ่งดี จะทำให้เกิดความตั้งใจในการบริจาคเงิน โดยทัศนคติของแต่ละบุคคลนั้นมีพื้นฐานมาจากปัจจัยต่าง ๆ ภายในตัวบุคคล เช่น ประสบการณ์ อารมณ์ ความรู้ ลักษณะนิสัย เป็นต้น (Latifi, Pauli, Dehghani and Nejad, 2021) ตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรมนี้ได้รับการยืนยันว่ามีประสิทธิภาพในการใช้สำหรับการศึกษาความตั้งใจในการบริจาคไม่ว่าจะเป็นการบริจาคโลหิต การบริจาคอวัยวะ และการบริจาคเงิน โดยในกรณีของการบริจาคเงินนั้น (Li, Mao and Liu, 2022) การศึกษาของ Oliveira et al. 2017 พบว่าทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงแรงกดดันทางสังคมในการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติบางอย่าง โดยกลุ่มอ้างอิงคือกลุ่มคนใกล้ชิดที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน โดยบุคคลจะทำการประเมินว่ากลุ่มอ้างอิงมีแนวโน้มที่จะให้ตนกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ (Perez and Egea, 2019) เพราะพฤติกรรมที่จะแสดงออกมานั้น จะถูกประเมินว่าได้รับการยอมรับหรือไม่ได้รับการยอมรับ เป็นที่ชื่นชอบหรือไม่เป็นที่ชื่นชอบจากกลุ่มอ้างอิง (Altaf, Purumal and Hussin, 2017) ซึ่งตัวแปรนี้ถือเป็นปัจจัยภายนอก

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเกี่ยวกับการบริจาคเงินออนไลน์เป็นตัวแปรที่ได้รับความนิยมในการศึกษา เนื่องจากการบริจาคออนไลน์นั้นได้รับอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความตั้งใจมาจากการที่คนใกล้ชิดใช้สื่อสังคม

ออนไลน์ในการโพสต์ แบ่งปัน และแสดงความคิดเห็นบนเครือข่าย การอยู่ร่วมบนเครือข่ายเดียวกันย่อมทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตลอดจนบุคคลอาจกลัวการไม่ได้รับการยอมรับจากคนหมู่มาก จึงอาจต้องมีการบริจาคเงินออนไลน์ด้วยความไม่เต็มใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยบุคคลอาจได้รับการร้องขอโดยตรงหรือทางอ้อมจากกลุ่มอ้างอิง จนทำให้เกิดแรงกดดันในที่สุด (Shier and Hardy, 2012; Altaf, Purumal and Hussin, 2017; Bhati and McDonnell, 2020)

3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับความสามารถในการแสดงพฤติกรรม ความพร้อมหรือไม่พร้อม อันขึ้นอยู่กับความรู้และทักษะอื่นๆที่จำเป็นต่อการแสดงออกพฤติกรรม ตลอดจนเงื่อนไขที่อำนวยความสะดวกหรือข้อจำกัด เช่น เงิน เวลา เทคโนโลยี เป็นสิ่งที่บุคคลรับรู้ตนเองซึ่งมีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมด้วยการประเมินระดับความยากสำหรับบุคคลในการที่จะแสดงพฤติกรรมบางอย่าง มีอิทธิพลก่อนการแสดงพฤติกรรมที่แท้จริง ซึ่งเป็นตัวแปรที่ช่วยทำนายความตั้งใจต่าง ๆ ได้ (Hamid and Basiruddin, 2013)

ในการที่บุคคลจะรับรู้ความสามารถตนเองที่มีต่อความตั้งใจในการบริจาคเงินได้นั้น มีเหตุปัจจัยหลายอย่าง que เข้ามาแทรกแซงไม่ว่าจะเป็นข้อมูลที่ได้รับ การเปิดรับสื่อ ความน่าเชื่อถือ เทคโนโลยี ตลอดจนสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลต่อความคิดความรู้สึกบุคคลจึงต้องมีการประเมินไตร่ตรองตนเองก่อนที่จะบริจาคเงินออนไลน์ เช่น หากรู้ว่าตนเองมีเงินมากเพียงพอที่จะบริจาคได้ บุคคลจะมีความตั้งใจในการบริจาคเงินมากขึ้น (Altaf, Purumal and Hussin, 2017; Latifi, Pauli, Dehghani and Nejad, 2021)

นอกจากการใช้ตัวแปรทั้ง 3 เป็นตัวแปรในการศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจในการบริจาคแล้วนั้น ยังสามารถขยายขอบเขตการศึกษาเพิ่มตัวแปรอื่นเพิ่มเติมในการศึกษาได้ เนื่องจากการศึกษาบางประการตัวแปรอาจมีจำนวนไม่เพียงพอในการ

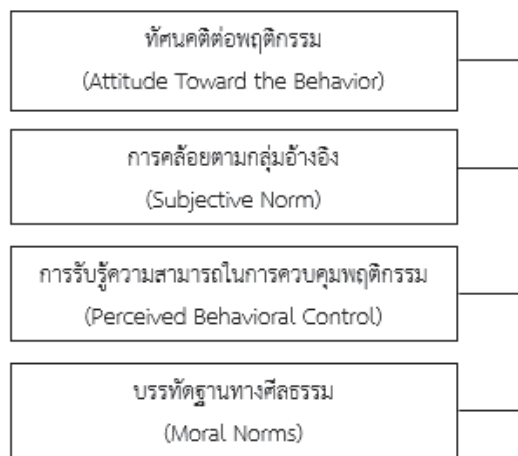
อธิบายสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมบางอย่าง ดังนั้นในการวิจัยระยะหลังจึงมีการเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เข้าไปใช้ในการทำนายพฤติกรรมร่วมด้วย เช่น พฤติกรรมในอดีต (Past Behavior), บรรทัดฐานทางศีลธรรม (Moral Norms), การรับรู้ภาระผูกพันทางศีลธรรม (Perceived Moral Obligation), การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน (Perceived of Ease of Use), ความสามารถในการปฏิเสธ (Capacity to Reject) เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าตัวแปร “บรรทัดฐานทางศีลธรรม (Moral Norms)” เป็นตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริจาค ประกอบกับบริบทของสังคมไทยที่มีความยึดถือยึดมั่นในเรื่องของศีลธรรมอันดีงาม จึงนับว่าเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องและมีคุณค่าต่อการศึกษา (Perez and Egea, 2019; Li, Mao and Liu, 2022) ดังนั้นการศึกษานี้จึงได้ทำการขยายแบบจำลองเพื่อรวมเอาตัวทำนายใหม่นี้เข้าไว้ด้วย

บรรทัดฐานทางศีลธรรม (Moral Norms) คือ ความเชื่อส่วนบุคคลของแต่ละคนเกี่ยวกับสิ่งที่ถูกหรือผิดที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อในสังคม ความเชื่อบรรพบุรุษ เป็นต้น เป็นแรงจูงใจภายในตัวบุคคลที่เกิดจากการตัดสินใจที่บุคคลได้เลือกตัดสินใจเอง โดยมักได้รับมาตรฐานทางศีลธรรมผ่านการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอ้างอิงทางสังคมและเลือกบรรทัดฐานหรือคำสอนต่าง ๆ เป็นหลักค่านิยมของตนเองและคาดหวังให้สิ่งนี้ชี้นำพฤติกรรมของตนเอง แม้ว่าบรรทัดฐานทางศีลธรรมจะมีต้นกำเนิดมาจากสังคมหรือกลุ่ม แต่เมื่อได้กลายเป็นปัจจัยภายในแล้วจึงกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความตั้งใจ และพฤติกรรมของบุคคล บรรทัดฐานทางศีลธรรมจึงมุ่งเน้นไปที่ความรับผิดชอบทางศีลธรรมที่แท้จริงตามความเชื่อของแต่ละบุคคล (Perez and Egea, 2019; Li, Mao and Liu, 2022)

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงได้กำหนดตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษาที่เหมาะสมกับงานวิจัย โดยใช้แนวทางจากทฤษฎีพฤติกรรมตาม

แผน (Theory of Planned Behavior : TPB) ประกอบด้วยทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior), การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm), การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) และได้เพิ่มตัวแปรเพิ่มเติมอีกหนึ่งตัวแปร คือ บรรทัดฐานทางศีลธรรม (Moral Norms) เพื่อใช้สำหรับศึกษาความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์” เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 ธันวาคม 2565 – 31 กุมภาพันธ์ 2566 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน เพื่อศึกษาความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยอิงตัวแปรในการศึกษาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) คือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และบรรทัดฐานทางศีลธรรม และนำเสนอผลการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการคัดเลือกแบบไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball Sampling) ด้วยการเลือกจากหน่วยตัวอย่างกลุ่มแรกและตัวอย่างกลุ่มแรกนี้นำเสนอบุคคลอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างต่อไปเรื่อย ๆ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เป็นผู้ที่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรับบริจาคเงินออนไลน์ และเป็นผู้ที่เคยบริจาคเงินออนไลน์ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การศึกษานี้เป็นการวิจัยรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในรูปแบบของแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามาจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน มาเป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากทฤษฎีดังกล่าวนี้เป็นที่ยอมรับนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษเกี่ยวกับความตั้งใจในการบริจาคเป็นจำนวนมาก และพิสูจน์แล้วว่าเป็นทฤษฎีที่มีประสิทธิภาพในการนำมาใช้ในการศึกษา ดังงานวิจัยของ (Hamid and Basiruddin, 2013; Altaf, Purumal and Hussin 2017; Perez and Egea 2019; Latifi, Pauli Dehghani and Nejad, 2021; Li, Mao and Liu, 2022) จากนั้นได้รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ และทำการดัดแปลงข้อคำถามให้สอดคล้องกับงานวิจัย

โครงสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนตามตัวแปรในการศึกษาคือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางศีลธรรม จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์จำนวน 2 ข้อ รวมทั้งสิ้น 19 ข้อ ผู้วิจัยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) และมีเกณฑ์การวัดให้คะแนนจากหลักการแบบ Likert Scale 5 ระดับ และทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความถูกต้องให้มีความครบถ้วนและเหมาะสมกับงานวิจัย และการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มนอกตัวอย่างจำนวน 30 ชุด จากนั้นนำผลข้อมูลมาทำการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ผลการทดสอบพบค่าความน่าเชื่อถือที่ระดับ 0.814 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ด้วยการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Questionnaire) จากนั้นนำข้อมูลมาทำการบันทึกลงรหัสและนำไปประมวลผลบนโปรแกรม SPSS และนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยการหาค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	Mean	SD	แปลผล
บรรทัดฐานทางศีลธรรม	3.89	0.747	มาก
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	3.86	0.665	มาก
ทัศนคติต่อพฤติกรรม	3.46	0.881	ปานกลาง
ความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์	3.42	1.090	ปานกลาง
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	2.89	0.932	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บรรทัดฐานทางศีลธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.89 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณาค่าเฉลี่ยตามรายชื่อ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การบริจาคเงินออนไลน์เพื่อกุศลบุญแก่ตัวเอง รองลงมาคือ การมีความเมตตาเมื่อเห็นผู้คนที่ร้อนหรือยากลำบากโพสต์ขอความช่วยเหลือบนสื่อสังคมออนไลน์ และความรู้สึกผิดเมื่อเห็นโพสต์ขอความช่วยเหลือแล้วไม่ได้บริจาคเงินออนไลน์

ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.86 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการพิจารณาค่าเฉลี่ยตามรายชื่อ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันธนาคารเพื่อโอนเงินบริจาค รองลงมาคือ การบริจาคเงินออนไลน์ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของตนเองเพียงผู้เดียว และความพร้อมในการบริจาคเงินออนไลน์

ตัวแปรที่คนคิดต่อพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.46 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทำการพิจารณาค่าเฉลี่ยตามรายชื่อ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเชื่อว่าการบริจาคเงินออนไลน์เป็นเรื่องที่ดี รองลงมาคือ ความเชื่อว่าการบริจาคเงินออนไลน์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และการเห็นด้วยกับการบริจาคเงินผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีต่อความตั้งใจบริจาคเงินออนไลน์

ตัวแปร	ความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์		
	ค่าสหสัมพันธ์	Sig	ระดับความสัมพันธ์
ทัศนคติต่อพฤติกรรม	0.778**	0.000	ปานกลาง
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.723**	0.000	ปานกลาง
บรรทัดฐานทางศีลธรรม	0.489**	0.000	ต่ำ
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	0.129	0.069	ต่ำมาก

** หมายถึงนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาค้นพบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ 0.01 พบว่าตัวแปรที่มีค่าระดับความสัมพันธ์สูงสุดคือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม โดยมีค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.778 ซึ่งอยู่ในระดับความสัมพันธ์แบบปานกลาง รองลงมาคือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยมีค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.723 ซึ่งอยู่ในระดับความสัมพันธ์แบบปานกลาง และบรรทัดฐานทางศีลธรรม โดยมีค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.489 ซึ่งอยู่ในระดับความสัมพันธ์แบบต่ำ ส่วนตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.129 อยู่ในระดับความสัมพันธ์แบบต่ำมาก โดยมีค่า Sig ที่ 0.069 หมายความว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

H	ตัวแปร	ความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์
		ข้อค้นพบ
1	ทัศนคติต่อพฤติกรรม	ยอมรับสมมติฐาน
2	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ยอมรับสมมติฐาน
3	การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	ปฏิเสธสมมติฐาน
4	บรรทัดฐานทางศีลธรรม	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ พบว่า บรรทัดฐานทางศีลธรรมเป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังแสดงให้เห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านศีลธรรมค่อนข้างมาก จินดารัตน์ โพธิ์นอก (2558) กล่าวว่า บรรทัดฐานทางศีลธรรมแบบปริวิสัย (objective moral norm) คือความดีงามความถูกต้อง ที่ไม่ได้

ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดพิจารณาตัดสินของผู้ใดผู้หนึ่ง และมีความเป็นจริงเสมอ ซึ่งประจักษ์ได้ชัดเจนในคำสอนของพระพุทธศาสนา ดังเช่นเรื่องของการทำบุญทำทาน โดย บุญรัตน์ อุตสาห์ (2560) กล่าวว่า การทำทานในสังคมไทยได้รับอิทธิพลมาจากหลักคำสอนทางพุทธศาสนา มีความเชื่อว่าการให้ทานหรือการช่วยเหลือผู้อื่นจะทำให้ร่ำรวยในชาตินี้และชาติหน้า เมื่อตายไปจะได้ขึ้นสวรรค์พร้อมซึ่งมนุษย์สมบัติ สวรรค์สมบัติ และนิพพานสมบัติ จึงทำให้คนไทยบริจาคหรือให้ทานอยู่เสมอ จากการศึกษาของ

กรุงเทพโพลล์ (2548) เกี่ยวกับการทำบุญของคนไทย พบว่าวิธีการทำบุญของคนไทยที่นิยมมากที่สุดคือการบริจาค ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคทรัพย์ บริจาคสิ่งของ และบริจาคร่างกาย เป็นผลมาจากความเชื่อเรื่องของการได้บุญไม่ว่าจะเป็นความสบายใจ ความสุข การสั่งสมบุญไว้ชาติหน้า และการช่วยเหลือผู้อื่นให้พ้นทุกข์ อย่างไรก็ตามการที่คนไทยชอบการบริจาค ไม่ใช่เพราะร่ำรวย แต่เพราะประชากรในประเทศไทยส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธและผ่านการขัดเกลาทางสังคมในเชิงของคุณธรรมและจริยธรรม ทำให้คนไทยส่วนใหญ่มีความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น และมีเมตตาพร้อมให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนด้วยความกรุณา จึงถือได้ว่าเป็นประเทศที่พร้อมช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ได้อย่างง่ายดายแม้ว่าจะไม่มีความเกี่ยวพันกันเลยก็ตาม (เดลินิวส์, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahn and Sura (2019) กล่าวว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคเงินออนไลน์ มักมีเรื่องของความเชื่อทางศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลได้เข้ามามีบทบาทต่อบริบทของการบริจาคออนไลน์โดยสามารถทำนายความตั้งใจของผู้บริจาคเงินออนไลน์

ตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์สูงสุด คือทัศนคติต่อพฤติกรรม โดยทัศนคติต่อพฤติกรรม คือการประเมินผลภายในตนเองเกี่ยวกับพฤติกรรมหนึ่งๆที่จะทำการแสดงออกในด้านเชิงบวกหรือเชิงลบ โดยมีความกำหนดความเชื่อและผลลัพธ์ที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อแสดงพฤติกรรมนั้นออกไป (Perelman, n.d.) ดังจะเห็นได้ว่าการที่ทัศนคติต่อพฤติกรรมมีความเกี่ยวข้องกับ ความตั้งใจในการบริจาค่นั้น อันเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติในการประเมินพฤติกรรมเรื่องของการบริจาคค่อนข้างมาก ซึ่งตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรมนี้เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่เป็นรากฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) ของนักวิชาการผู้คิดค้น คือ Ajzen (1991) กล่าวว่าทัศนคติต่อพฤติกรรม เกิดมาจากมิติทางอารมณ์ การรับรู้ และพฤติกรรม โดยเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลที่สำคัญต่อความตั้งใจ สามารถใช้ใน

การทำนายบทบาทของการศึกษาความตั้งใจในการบริจาคและบริบทของการกุศลต่างๆได้ ยิ่งบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมภายใต้การพิจารณานั้นก็จะยิ่งแข็งแกร่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahn and Sura (2019) ทำการศึกษาความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ด้วยการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน พบว่าตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรม เป็นตัวแปรที่ทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ที่มีความแข็งแกร่งมากที่สุด โดยความตั้งใจในการบริจาค่นั้น ยิ่งบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมการบริจาคแรงกล้ามากเท่าไร ย่อมมีความตั้งใจในการบริจาคเงินมากขึ้นเท่านั้น อีกทั้งงานวิจัยของ พัชรสิริตา รัฐโชติพิริยกร (2559) เกี่ยวกับการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การศึกษาพบว่าตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการบริจาคเงินบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กอีกด้วย

จากการทดสอบสมมติฐานจะเห็นได้ว่าตัวแปรทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และบรรทัดฐานทางศีลธรรม ล้วนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อันเนื่องมาจากตัวแปรดังกล่าวเป็นที่ยอมรับสำหรับการศึกษาเรื่องของการบริจาคออนไลน์เป็นอย่างมาก จึงเกิดการยอมรับข้อสมมติฐาน ทำให้ผลการวิจัยตรงกันกับงานวิจัยที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสนใจว่าตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ทำการปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยนักวิชาการ Huang, Wang and Qu (2021) กล่าวว่า การควบคุมพฤติกรรมของตนเองมีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริจาคเงิน การควบคุมตนเองหมายถึงความสามารถของแต่ละบุคคลในการควบคุมและเปลี่ยนแปลงการกระทำของตนเอง ซึ่งตรงกับค่านิยม อุดมคติ และความคาดหวัง องค์ประกอบของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการ

ควบคุมตนเอง ซึ่งเป็นเรื่องของความคิดภายในที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และ 2) ทฤษฎีการควบคุมตนเอง โดยการควบคุมตนเองในการบริจาคเงินมักมีเรื่องของทฤษฎีการเข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น เงิน เวลา และเทคโนโลยี ทั้งนี้หากบุคคลไม่สามารถควบคุมความสามารถของตนเองได้ก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมบางอย่างที่อาจไม่เป็นไปตามที่ต้องการอันเนื่องจากการขาดสติ ดังแสดงให้เห็นได้ว่าการที่การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์นั้นเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถควบคุมพฤติกรรม การบริจาคเงินออนไลน์ของตนเองได้ จึงอาจกระทำการบริจาคด้วยการขาดสติ ขาดการไตร่ตรอง ขาดการรู้เท่าทันสื่อ อันเนื่องมาจากช่องทางของการเปิดรับการบริจาคเงินออนไลน์ที่มีการขยายตัวเป็นวงกว้างอย่างเลี่ยงไม่ได้ได้เข้ามาใช้โอกาสนี้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคเงินเพื่อการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ประสบความสำเร็จและสามารถเชื่อมต่อไปกับผู้บริจาคได้ในระยะยาว ทำให้เป็นการยากที่ผู้รับสารจะควบคุมการเปิดรับสื่อของตนเอง (Ahn and Sura, 2019) อีกทั้งงานวิจัยของ Li (2017) กล่าวว่า การบริจาคออนไลน์ทุกวันนี้สามารถทำได้ง่ายสามารถโอนเงินได้ในทันทีทันใดไม่ว่าจะเป็นจำนวนมากหรือน้อย อีกทั้งยังมีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดการส่งเสริมความนิยมในการบริจาคเงินออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย ด้วยความสะดวกสบายดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้คนในยุคดิจิทัลนั้นเกิดการขาดความยับยั้งชั่งใจ ขาดความควบคุม และขาดสติ ในการโอนเงินบริจาคออนไลน์ เมื่อไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมที่ตนเองจะแสดงออกได้ จึงทำให้เกิดการบริจาคเงินออนไลน์ไปได้อย่างง่ายดาย

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการทำวิจัยในรูปแบบของเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้

แบบสอบถามออนไลน์ (Online Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลงานวิจัย โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) เป็นรากฐานในการกำหนดตัวแปรต้น คือทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

ผลการศึกษาวิจัย สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) การศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บรรทัดฐานทางศีลธรรม เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการบริจาคเงินออนไลน์เพื่อกุศลผลบุญแก่ตัวเอง

2) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์ระดับสูงที่สุด คือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม โดยมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ค่าความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปร ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางศีลธรรม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ยอมรับสมมติฐาน และตัวแปร การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการบริจาคเงินออนไลน์ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อจำกัดของการวิจัย

(1) การศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) ของประเทศไทย สำหรับการนำมาใช้ในเชิงทางนิเทศศาสตร์ยังคงมีจำนวนไม่มาก ทำให้ผู้วิจัยต้องทำการศึกษางานวิจัยจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากและใช้เวลาทำความเข้าใจข้อมูลเป็นระยะเวลานาน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความแม่นยำและเหมาะสมกับการศึกษา และ (2) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างได้เท่าที่ควร จึงไม่สามารถเข้าใจพฤติกรรมได้ลึกซึ้ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษา

กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่มีความชัดเจนในแต่ละกลุ่ม เช่น การเก็บข้อมูลแบบแบ่งตามช่วงวัย การเก็บข้อมูลแบบแบ่งตามพื้นที่ เป็นต้น และอาจนำกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อให้ได้มุมมองที่แตกต่างออกไปได้

2) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างและทำการศึกษาในเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคเงินออนไลน์ในเชิงลึกมากขึ้น

3) ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการบริจาคเงินออนไลน์ที่สามารถใช้ในการวัดเพื่อการศึกษาาร่วมด้วยได้ เช่น แรงจูงใจ ความเสี่ยง ความไม่ไว้วางใจ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- บุญรัตน์ อุตส่าห์. (2560). พฤติกรรมการทำบุญตักบาตรของวัยรุ่นในเขตเทศบาลจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา.
- พัชรสิธา รัฐโชติพิริยกร. (2559). ทักษะคติและพฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

ภาษาอังกฤษ

- Ahn, J. C. & Sura, S. (2019). Intention to donate via social network sites (SNSs): A comparison study between Malaysian and South Korean users. *Information Technology & People*, 31(4) : 910-926.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2) : 179-211.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Altaf, S. N., Purumal, S. & Hussin, Z. (2017). Integration of status consumption and theory of planned behavior: A conceptual framework. *Asian journal of multidisciplinary studies*, 5(4) : 99-105.

- Bhati, A. & McDonnell, D. (2020). Success in an online giving day: *The role of social media in fundraising. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 49*(1) : 74-92.
- Hamid, N. Z. B. & Basiruddin, R. (2013). *Factors influencing the intention to donate blood: The application of theory of planned behavior. International journal of social science and humanity, 3*(4) : 344-348.
- Huang, Z., Wang, Z. & Qu, W. (2021). Influence of cost and self-control on individual donation behavior: The promoting effect of self-affirmation. *Psychol Res Behav Manag, 2021*(14). 1339–1358.
- Latifi, M., Pauli, J., Dehghani, S. & Nejad, M. S. (2021). Application of theory of planned behavior on organ donation behavior: A systematic review. *Saudi journal of kidney diseases and transplantation, 32*(5) : 1201-1213.
- Li, Q. (2017). Research on impact factors for online donation behavior of bank customer. *The journal of finance and data science, 3*(1-4). 13-19.
- Li, W., Mao, Y. & Liu, C. (2022). Understanding the intention to donate online in Chinese context: *The influence of norms and trust. Journal of psycho social research on cyberspace, 16*(1) : Article 7.
- Oliveirae, T. M., Alhaidari, I. S., Yani-de-Soriano, M. & Yousafzai, S. Y. (2017). Comparing the explanatory and predictive power of intention-based theories of personal monetary donation to charitable organization. *International journal of voluntary and nonprofit organizations, 28*(2) : 571-593.
- Perez, L. P. & Egea, P. (2019). About intentions to donate for sustainable rural development: An exploratory study. *Sustainability, 11*(3) : 1-14.
- Robiady, N. D., Windasari, N. A. & Nita, A. (2021). Customer engagement in online social crowdfunding: The influence of storytelling technique on donation performance. *International Journal of Research in Marketing, 38*(2) : 492-500.
- Shier, M. L. & Hardy, F. (2012). Understanding online donor behavior: the role of donor characteristics, perceptions of the internet, website and program, and influence from social networks. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 17*(3) : 219-230.
- Wallace, E., Buil, I. & Chernaton, L. D. (2017). When does “liking” a charity lead to donation behaviour?: Exploring conspicuous donation behaviour on social media platforms. *European Journal of Marketing, 51*(11) : 2002-2029.

ระบบออนไลน์

กรุงเทพโพลล์. (2548). *คนไทยกับการทำบุญ*. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2566 จาก <https://bangkokpoll.bu.ac.th/poll/result/poll297.php?pollID=106>

- จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2558). *บรรทัดฐานทางศีลธรรม*. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2566 จาก <https://d.dailynews.co.th/article/297134/>
- เดลินิวส์. (2560). *บริจาคเงินช่วยแบบไทยๆ เป็นเหยื่อธุรกิจขายสงสาร*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2566 จาก <https://d.dailynews.co.th/article/563461/>
- Perelman. (n.d.). *Health Behavior and Health Education*. สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2566 จาก <https://www.med.upenn.edu/hbhe4/part2-ch4-glossary.shtml>
- Tatum, M. (2023). *What is Internet Begging?*. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2566 จาก <https://www.wise-geek.com/what-is-internet-begging.htm>
- Thenationonlineng. (2021). *Living on online begging*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2566 จาก <https://thenationonlineng.net/living-on-online-begging/>
-