

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

T 148600

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมช่วยเหลือสังคม ของนักธุรกิจที่มีสถานประกอบการ ในจังหวัดอุบลราชธานี

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการแสดงพฤติกรรมการช่วยเหลือสังคม ของนักธุรกิจในจังหวัดอุบลราชธานี

การศึกษครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสารที่อยู่ภายใต้ขอบเขตของการศึกษา รวมทั้งสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key-informant) ซึ่งได้แก่ นักธุรกิจที่มีพฤติกรรมช่วยเหลือสังคม และมีสถานประกอบการในเขตจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 10 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของข้อมูล โดยใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation) จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ตามหลักตรรกะ โดยเทียบเคียงแนวทฤษฎีควบคู่กับการวิเคราะห์ประเด็นการศึกษาหลัก ได้แก่การแสดงผลพฤติกรรมช่วยเหลือสังคมของนักธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมช่วยเหลือสังคมประกอบด้วย

1. นักธุรกิจที่มีพฤติกรรมช่วยเหลือสังคมมักมีทัศนคติตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เมื่อประกอบกิจการค้าเจริญรุ่งเรือง สมควรคืนส่วนหนึ่งให้กับสังคม

2. ศาสนาพุทธ มีส่วนขัดเกลาจิตใจของนักธุรกิจ ให้มีพฤติกรรมเอื้อเฟื้อแก่บุคคลที่มีศักยภาพน้อยกว่า เพราะถูกปลูกฝังจากคำสอนของศาสนา ในเรื่องของการให้ทานต่อผู้ที่ด้อยกว่า

3. อายุของผู้มีพฤติกรรมช่วยเหลือสังคม มักอยู่ในช่วง 41-50 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่ชีวิตมีฐานะทางการเงินมั่นคง และอยู่ในช่วงของการแสวงหาการยอมรับจากสังคม

4. นักธุรกิจที่มีพฤติกรรมช่วยเหลือสังคม มีแรงผลักดันจากความต้องการให้ตนเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม อันอาจเอื้อประโยชน์ต่อการเล่นการเมืองในอนาคต

5. นักธุรกิจที่ประกอบกิจการงานมีฐานะที่มั่นคง มักจะมีความคิดที่อยากตอบแทนสังคมที่ตนอยู่อาศัยเป็นพื้นฐานในจิตใจ

6. สภาพคล่องทางการเงินมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจให้ความช่วยเหลือสังคม โดยพบว่าปีที่ผลการประกอบการมีผลกำไร มีส่วนให้พิจารณาตัดสินใจช่วยเหลือสังคมง่ายกว่าปีที่ผลการประกอบการยังไม่ถึงจุดคุ้มทุน หรือขาดทุน

ข้อเสนอแนะสำคัญที่ได้จากการศึกษาคือ

ผู้ที่เป็นตัวกลางมาขอความช่วยเหลือ สมควรต้องแสดงความโปร่งใส และน่าเชื่อถือ ด้วยการแสดงความมีตัวตนของคน และควรพิจารณาขอความอนุเคราะห์จากบริษัท ห้างฯ ร้าน ที่มีผลการประกอบการที่มีกำไร ก่อนบริษัท ห้างฯ ร้าน ที่มีผลการประกอบการที่ยังไม่ถึงจุดคุ้มทุน

The objectives of this research are 1) to study factors affecting the social helping behavior of business people with their business location in Ubonratchathani Province, 2) to study problems and obstacles in performing social helping behavior of the business people,

It is a qualitative study by reviewing concerned documents and interviewing in-depth 10 business people who perform the social helping behavior regularly as key-informants. Data collected were reliably test with the triangulation technique and later analyzed by the logical context description with the help of descriptive statistics.

Findings of the study show that the business people with social helping behavior exhibit the following factors.

1. Their perception of self as a part of the society ; when they make profits from their business, they think they should return some of the profit to society.
2. Buddhism teaches people to give alms to the inferiors ; all the business people interviewed are Buddhism ; they make merit by giving away some of their wealth to the poor.
3. Most of the business people interviewed are between 41-50 years old which is the time that many are wealthy from business operation and seek acceptance from the society.
4. Many business people expect political chances from their social helping.
5. Wealthy business people want to pay back to their birth place.
6. Economic returns relate to the propensity to distribute or help the society by the business people, i.e., more profit is easier to make decision to contribute.

Among important recommendations emerged are those seeking contribution from the business enterprises should show their creditability and honesty and seek contribution from the profitable enterprises, not the ones with difficulties.